

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Волгоградский государственный университет»

На правах рукописи

Скоков Роман Юрьевич

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ
РЫНКОВ АДДИКТИВНЫХ БЛАГ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

08.00.01 – экономическая теория

Диссертация на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Научный консультант:
д.э.н., профессор О.В. Иншаков

Волгоград – 2014

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Формирование концепции аддиктивных благ	26
1.1. Видовая специфика и иерархия деструктивных потребностей	26
1.2. Особенности аддиктивного потребительского поведения	36
1.3. Рынки аддиктивных благ и их объектная структура	56
Глава 2. Стейкхолдеры аддиктивных рынков	68
2.1. Субъекты и параметры развития рынков аддиктивной продукции	68
2.2. Институциональная опека аддиктивных благ	91
2.3. Эволюция институтов государственного регулирования аддиктивного рынка	120
Глава 3. Институциональный анализ функционирования рынков аддиктивных благ	148
3.1. Влияние вредных привычек на генезис институтов	148
3.2. Концепция институционального паритета	158
3.3. Дихотомия эффективности и этичности	181
Глава 4. Спрос, предложение и регулирование аддиктивных рынков	197
4.1. Особенности формирования спроса и предложения на рынках аддиктивных благ	197
4.2. Теневой сектор аддиктивных рынков	225
4.3. Методический подход к оценке эффективности государственного регулирования алкогольного рынка	247
Глава 5. Перспективы институциональных преобразований в аддиктивной сфере экономики России	266
5.1. Конкурентная среда рынков аддиктивной продукции и альтернативы ее трансформации	266

5.2. Сценарные модели институциональных изменений рынков в сфере аддиктивных благ	280
5.3. Альтернативные направления институционального проектирования	309
Заключение	349
Список литературы	364
Приложения	422

Введение

Актуальность темы исследования. Функционирование рынков алкогольной продукции, энергетических напитков, табачных изделий, наркотиков, азартных игр и других аддиктивных благ происходит со значительными отклонениями от стандартных экономических моделей и закономерностей. Вместе с тем до сих пор отсутствует единая, лишенная логических противоречий теория, системно раскрывающая содержание и специфику рынков соответствующих товаров и услуг. В научных исследованиях преобладают разбросанные экономические описания и решения нормативно-прикладных задач в отдельных сферах аддиктивного производства и потребления, которые нуждаются в систематизации и конструктивно-критическом переосмыслении.

Расширение спектра благ, вызывающих патологическое привыкание, и рост уровня их потребления ведут к усилению экономических и социальных угроз, порождая разнообразные институциональные «ловушки» и дисфункции, среди которых активизация теневой и неформальной деятельности, коррупция, незаконное лоббирование, протекционистские усилия региональных властей, бюрократические барьеры при лицензировании, создание преференций для государственных предприятий, «крышевание» государственными структурами организованной преступности, недополучение бюджетами различных уровней значительных финансовых средств, снижение конкурентоспособности легальных хозяйствующих субъектов и т.д. Очевидна неэффективность традиционных нормативных концепций и регулятивных механизмов в данной области экономической теории и практики.

Исследования проблематики аддиктивных благ неизбежно сталкиваются с дефицитом эмпирической информации и социальным табуированием предметных областей анализа, объективно предполагая дополнение стандартной неоклассической парадигмы концепциями и идеями

институциональной экономической теории, особенно применительно к изучению сложившихся на рынках аддиктивных благ дихотомий (этичности и эффективности, рациональности и аддиктивности и др.). Возникает потребность расширения проблемного поля и категориального аппарата традиционной экономической теории путем развития концептуально-методологических основ теории аддиктивных благ и разработки методических рекомендаций государственным структурам и гражданскому обществу по институциональному конструированию, регулированию и контролю социально приемлемых рынков аддиктивных благ.

Степень научной разработанности проблемы. Фундаментальные методологические и теоретические проблемы рационального потребительского поведения в русле их классической и неоклассической интерпретации разрабатывали такие выдающиеся ученые, как Дж. Бьюкенен, Л. Вальрас, У. Джевонс, А. Маршалл, П. Самуэльсон, А. Смит, М. Фридмен, Дж. Хикс, К. Эрроу и др. Концепции потребления, связанного с отклонениями от стандартных моделей экономического мейнстрима, представлены в работах Дж. Акерлофа, Р. Блэкуэлла, Т. Веблена, Г. Зиммеля, В. Зомбарта, Д. Канемана, Р. Коуза, Х. Лейбенштейна, П. Миниарда, Г. Саймона, Дж. Стиглера, А. Тверски, Дж. Энджела и др. Среди советских и российских ученых теоретические и прикладные аспекты потребительского поведения исследовали Л. Абалкин, Х. Авраамов, В. Автономов, Е. Байльдинов, А. Васильев, В. Ильин, А. Овсянников, В. Радаев, Н. Римашевская, Е. Фахрутдинова и др.

Основные принципы и постулаты экономического анализа аддиктивного поведения и спроса на блага, вызывающие патологическое привыкание, сложились под влиянием работ Г. Беккера, А. Бретевиль-Дженсена, Г. Винстона, М. Гроссмана, К. Квика, К. Клементса, Д. Коата, Дж. Колкинза, П. Кука, Е. Левита, Дж. Лиу, К. Мэрфи, С. Орнштейна, Дж. ван Орса, Р. Поллака, М. Сало, М. Саттона, Х. Саффера, Е. Сельванатана, Г. Тачена, Д. Хансена, Дж. Хееба, Ф. Чалупки, С. Чу и др. В отечественной

экономической науке исследования в данном направлении все еще немногочисленны: наиболее известны работы Ю. Андриенко, В. Дмитриева, Л. Засимовой, М. Левина, О. Лукиных, А. Немцова, М. Пономаревой, М. Рыжковой, Л. Тимофеева, А. Фенько, К. Филиппова. Изучение полученных зарубежными и российскими учеными результатов в области исследования институтов и механизмов развития рынков аддиктивных благ, специфики спроса и предложения на них, форм и норм аддиктивного потребительского поведения, отклоняющегося от неоклассических моделей, позволяет сделать вывод о наличии многочисленных слабо освещенных проблем и крайне дискуссионных положений, а также об отсутствии системности анализа аддиктивности в экономике и недостаточности внимания к ее институциональному аспекту.

Особую роль в развитии концепции диссертационного исследования сыграли теоретические работы, в которых изучается специфический класс экономических благ, рынки которых представляют собой исключение из общего случая конкурентного равновесия. Описание рыночного обращения товаров и услуг, производство и потребление которых связаны с повышенной активностью государства, представлено в работах У. Баумоля, У. Боуэна, Р. Гринберга, Т. Корчагиной, Р. Масгрейва, К. Микульского, В. Мосейко, В. Роговина, А. Рубинштейна, С. Шаталина. С рынками опекаемых благ пересекаются рынки товаров и услуг, вызывающих аномальное привыкание, косвенный анализ которых предприняли Г. Беккер, Дж. Бьюкенен, Б. Гордон, М. Левин, К. Мэрфи, Дж. Стиглер, Б. Сунн, Л. Тимофеев, А. Фенько. Однако на современном этапе исследования рынков этих нестандартных товаров и услуг, имеющих близкую экономическую природу, рассеяны по различным теоретическим направлениям, что актуализирует необходимость их интеграции в рамках институциональной теории аддиктивных благ.

Большинство научных трудов в области изучения аддиктивных благ посвящено логике и динамике эволюции институциональных структур сферы производства и потребления алкогольной и спиртосодержащей продукции,

принципам и механизмам государственного регулирования ее рыночного обращения (Э. Авагян, А. Алегин, П. Андерсон, Т. Бабор, К. Брофосс, К. Бруун, В. Вингерт, Н. Гисбрехт, К. Годфрей, С. Гузий, А. Демидов, А. Жук, С. Кассвелл, Е. Кизилова, П. Лемменс, К. Макела, Л. Миданик, М. Монтейро, С. Нордлунд, Т. Норстром, М. ван Оммерен, Э. Остерберг, Дж. Рем, Е. Романенко, А. Ромельсе, Р. Рум, Н. Сабуров, Ю. Симпура, О. Ског, А. Соловьев, Т. Угланд, Р. Урумбаева, Р. Ферренс, Э. Ханухов, Х. Холдер, Г. Хомерики, Э. Хорверак, Д. Чисхолм, Г. Эдвардс и др.), региональным и отраслевым проблемам и перспективам развития алкогольной промышленности (К. Винник, С. Дидык, М. Заргарова, А. Казиханов, А. Лукиенко, Н. Надбитов, В. Найденков, М. Холмила, Р. Шайхутдинов, Ю. Шукшина и др.). Постепенно расширяется массив исследований теневого рынка наркотических средств (М. Базылева, С. Групп, П. Копп, Дж. Кох, М. Мур, С. Роттенберг, Л. Тимофеев, М. Фридмен, Д. Харевич). Сравнительно мало работ связано с формированием стратегии государства на рынках табачной продукции (А. Исаев, Ш. Зелимханов, В. Саломатин) и азартных игр (П. Кайтуков, Ю. Тютюников). Проведенный анализ позволяет сделать вывод о сохраняющейся дискуссионности, внутренней противоречивости, высокой фрагментарности теоретических и прикладных моделей функционирования и регулирования рынков аддиктивных благ, выраженной недостаточности компаративного и критического анализа их институциональной эволюции и перспектив стратегических изменений, в том числе проблемы выбора между преимуществом и «трансплантацией» методов и моделей государственного и общественного регулирования.

Понимание взаимосвязи эффективности производства и обращения аддиктивных благ с принципами и нормами этики основано на трудах Ф. Бломе-Дреза, М. Вебера, И. Калинина, П. Козловски, Г. Колодко, З. Кучкарова, Б. Мандевиля, Е. Орлянского, Ю. Петрунина, А. Пигу, Й. Ратцингера, Д. Ролза, И. ван Ставерена, А. Стручалиной,

С. Сулакшина, П. Ульриха, Н. Федоренко, К. Хоманна, Ф. Эджуорта и др. Институциональная природа рынков и специфика их регулирования в сегментах аддиктивных благ основана на работах Б. Ерзнкяна, Т. Игнатовой, О. Иншакова, Г. Клейнера, Ю. Латова, Н. Лебедевой, Г. Литвинцевой, А. Михайлова, Д. Норта, А. Олейника, В. Полтеровича, Э. де Сото, О. Сухарева, В. Тамбовцева, Д. Фролова, Дж. Ходжсона, Т. Эггертссона и др. Результаты их исследований натолкнули автора на необходимость преодоления доминирующего технологического подхода к оценке экономической эффективности производства аддиктивных благ, отказа от дихотомии между эффективностью и этичностью при выборе стратегических решений в области регулирования соответствующих рынков, учета разноплановых интересов стейкхолдеров, акцента на преодоление нечеткости рыночных институтов и их трансформации в институциональные «ловушки».

Цель исследования – разработать теоретико-методологические основы государственного и общественного регулирования институционального развития рынков аддиктивных потребительских благ в современной российской экономике.

В соответствии с поставленной целью и логикой ее достижения сформулированы **задачи** исследования:

- выявить сущность иррациональных (деструктивных) потребностей и разработать модель их иерархической структуры;
- определить природу аддиктивности и специфику аддиктивного потребительского поведения;
- специфицировать место и роль рынков аддиктивных благ в структуре рыночной экономической системы;
- раскрыть субъектную структуру рынков аддиктивной продукции;
- обосновать теоретико-множественную интерпретацию взаимосвязи аддиктивных и опекаемых благ;

- провести ретроспективный анализ эволюции государственной политики регулирования алкогольной промышленности;
- уточнить связь институтов и разнокачественных привычек в контексте рутинизации аддиктивного поведения;
- выделить проблемы институционального паритета и нормы эффективности применительно к рынкам аддиктивных благ;
- представить перспективы преодоления дихотомии эффективности и этичности в сферах производства и обращения аддиктивных товаров и услуг;
- выявить особенности и факторы формирования спроса и предложения аддиктивных благ на основе количественного анализа рыночной динамики;
- развить институциональную интерпретацию и классификацию девиантных экономических отношений на рынках аддиктивных благ;
- разработать комплексный методический подход к оценке результативности государственного регулирования алкогольной индустрии;
- сопоставить институциональные модели организации основных рынков аддиктивной продукции;
- сформировать сценарное поле институционального развития рынков аддиктивных благ в России;
- представить перспективные направления институционального проектирования в сферах производства, обращения и потребления аддиктивных благ.

Объектом исследования является процесс асинхронной эволюции рынков аддиктивных потребительских товаров и услуг.

Предмет исследования – экономические отношения по поводу трансформации институциональной модели функционирования рынков аддиктивных потребительских благ в контексте изменения рутин и моделей потребительского поведения, институтов и механизмов взаимодействия покупателей, продавцов и регуляторов.

Теоретико-методологической основой исследования являются фундаментальные труды российских и зарубежных ученых в области общей экономической теории, институциональной и эволюционной экономики, а также частных теорий опекаемых благ и специфических рынков, потребительского поведения и спроса, государственного регулирования экономического развития, эффективности производства и государственного управления, хозяйственной и административной этики, теневой экономики.

Проведенное исследование базируется на системно-эволюционном, диалектическом, институциональном и теоретико-множественном подходах. В ходе исследования были использованы общенаучные методы субъектно-объектного, факторного, компаративного, историко-логического, статистического анализа, типологизации, классификации, математического моделирования и сценарного прогнозирования.

Информационную и эмпирическую базу исследования составили материалы монографий и научных статей отечественных и зарубежных экономистов; нормативно-правовые акты Президента и Правительства РФ, Государственной Думы и субъектов РФ; официальные данные Министерства финансов РФ, Министерства внутренних дел РФ, Министерства здравоохранения РФ, Федеральной службы государственной статистики и ее территориальных органов, Федеральной налоговой службы, Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка, Федеральной службы по контролю за оборотом наркотиков, Счетной палаты РФ, Общественной палаты РФ, Всемирной организации здравоохранения, Всероссийского центра изучения общественного мнения, Исследовательского холдинга Ромир, некоммерческих организаций, а также экспертные оценки и авторские расчеты.

Концепция диссертационного исследования выявляет противоречия и обосновывает логику, векторы и сценарии институциональной эволюции рынков аддиктивных благ в современной России на основе теоретического анализа их сущности и специфики развития, институтов, методов и

инструментов государственного регулирования и общественного контроля. Поведению субъектов производства, сбыта и потребления аддиктивных благ свойственны выраженные отклонения от стандартных неоклассических моделей, что предполагает привлечение институциональной теории в качестве концептуальной базы регулирования соответствующих рынков. Причинность государственной опеки рынков аддиктивных благ имеет комплексный характер и обусловлена: «провалами» рыночного саморегулирования при устранении негативных экстерналий аддиктивного потребления; высокой асимметрией информации продавцов и покупателей; социальной детерминацией нормативного ограничения спроса и предложения; повышенным статусом аддиктивной продукции для государственных финансов и потенциалом ее использования в качестве политического инструментария; коррупциогенностью и теневой институционализацией рыночных трансакций. В рамках стратегии и тактики институционального развития рынков аддиктивной продукции это требует достижения паритета интересов ключевых стейкхолдеров. Сценарии рынков (инерционный, модификационный, монополистический и прогибиционистский) предполагают специфичные комбинации принципов, приоритетов, ориентиров и императивов государственной политики, функций и сфер компетенции институтов государства и гражданского общества, методов и инструментов регулирования для формирования оптимального баланса рестрикции и мотивации, эффективности и этичности в аддиктивной деятельности.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Каждому уровню условной иерархической структуры конструктивных потребностей человека соответствуют деструктивные потребности, в том числе в аддиктивных благах – потребительских товарах и услугах, характеризующихся патологическим привыканием. Аддикция трактуется как ощущаемая человеком навязчивая потребность в определенной деятельности и связанных с ней ресурсах и продуктах.

Хабитуализация аддиктивных потребностей сопровождается рутинизацией моделей поведения и действий, связанных с их удовлетворением, полагая институционализацию аддиктивных способов и видов деятельности по созданию, продвижению аддиктивных благ. Поскольку разнообразные потребности являются эндогенной основой индивидуального поведения, в рамках экономической теории необходим перенос акцента на изучение их аддиктивных видов, подлежащих экономической коррекции (сдерживанию, смещению, вытеснению, замещению и др.) со стороны государственных и общественных институтов.

2. В институциональном аспекте аддиктивное потребление представляет собой приобретение и использование ресурсов (товаров и услуг) для осуществления обусловленных вредными привычками видов деятельности потребителя (аддиктивных институций). Индивидуальная модель потребительского поведения базируется на комплексе социальных и экономических институций, агентом которых является потребитель и которым соответствуют потребности как сигналы о ресурсном дефиците. Интериоризация агентом новой аддиктивной институции предполагает преодоление персонального институционального порога, обусловленного конкуренцией конструктивных и деструктивных видов деятельности в индивидуальной модели поведения в связи с объективной ограниченностью времени и ресурсов. Аддиктивные институции выступают основным объектом регулятивных интервенций в экономической политике государства и реакции общества.

3. Исходя из критерия аддиктивности, определяемого как способность благ вызывать у потребителя патологическую зависимость, возможно выделение рынков аддиктивных, комплементарных им и индифферентных благ. Индифферентные блага удовлетворяют конструктивные потребности и не вызывают привыкания, в связи с чем могут достаточно долго отсутствовать в выборе потребителя. Объектами трансакций на рынках аддиктивных благ являются товары и услуги, удовлетворяющие естественно

не обусловленные, социально порицаемые или табуируемые (вплоть до делегитимизации) потребности и под воздействием содержащихся в них психоактивных веществ и/или поведенческих паттернов становящиеся предметом патологической зависимости потребителя. Комплементарные аддиктивным благам функционально дополняют аддиктивные в процессе их потребления. Отрасли производства и рынки сбыта аддиктивных и комплементарных им благ образуют аддиктивную сферу экономики, включающую значительный теневой сектор. Функционирование рынков товаров и услуг, вызывающих патологическое привыкание, осуществляется с отклонениями от стандартных неоклассических моделей в связи с высоким уровнем риска и теневого предложения, превалированием неравномерного и скрытного потребления, девиантностью и/или нелегитимностью поведения рыночных субъектов, ростом регулирующей роли и расходов государства.

4. Субъектная структура репрезентативного рынка аддиктивных благ включает непосредственных участников рыночных трансакций, заинтересованных и причастных сторон. Заинтересованные стороны – субъекты, прямо связанные своими экономическими интересами со сценарием институционального развития рынка. Причастная сторона – индивиды и их организации, которые испытывают воздействие экстерналий функционирования данного рынка, косвенно заинтересованные в определенном векторе его эволюции. Значительную роль на рынках аддиктивной продукции играют теневые субъекты (бутлегеры, наркочилеры, пушеры, коррупционеры, подпольные производители, неформальные ассоциации участников рынка и др.), а также лоббисты в законодательных и исполнительных органах власти.

5. Институциональная опека отдельных категорий благ представляет собой социально значимую институциональную функцию государства, связанную с повышенным регулирующим воздействием на их производство, обращение и потребление посредством специальных функций санкционирования, нормирования, стандартизации, сертификации,

лицензирования, учета, контроля, анализа, оценки, наблюдения, с целью снижения объемов трансакций до нормативных установок общества. Негативные экстерналии и асимметрия информации – основания для нарушения государством суверенитета потребителя в рамках принятия решений относительно аддитивных благ, спрос на которые со стороны частных лиц опережает желаемый обществом и ограничивается с целью интернализации внешних эффектов. В настоящее время к категории опекаемых аддитивных благ относятся алкогольная и спиртосодержащая продукция, наркотические и психотропные лекарственные средства, табачные изделия, азартные игры. Специфические проблемы опеки аддитивных благ: превалирование рестриктивных методов регулирования над мотивационными; создание негативных экстерналий опекающим государством; отставание динамики изменений институциональной базы от темпов создания новых видов аддитивных товаров и услуг. Необходимость сформировать единую политику регулирования рынков аддитивных благ предполагает разработку Концепции государственной политики сокращения масштабов потребления аддитивной продукции и профилактики аддикций среди населения России.

6. Государственное регулирование рынков аддитивных благ является сложным эволюционным процессом итерационного поиска компромисса интересов общества и его отдельных групп, государства и политических элит, крупного бизнеса. Эволюция форм государственной политики в отечественной алкогольной промышленности прошла ряд этапов: возникновение исходных компонентов регулирования производства и продажи водки в древней Руси (1174–1473 гг.); введение первой «питейной монополии» и утверждение водки как источника средств казны (1474–1597 гг.); развитие институциональных структур и регулятивных механизмов в формах монополии, «продаж на вере», откупной и акцизной систем (1598–1880 гг.); оценка социального вреда и становление государственной водочной монополии (1881–1913 гг.) с последующим полным запретом на

время военных действий (1914–1922 гг.); тотальная национализация производства и сбыта алкогольной продукции (1923–1984 гг.); антиалкогольная кампания в условиях перестройки (1985–1990 гг.); демонополизация и приватизация (1991–1993 гг.); противоречивое конструирование институтов и механизмов государственного регулирования производства, реализации и потребления алкогольной продукции рыночного типа в современной России (1994 г. – н.в.). Фискальные и политические интересы при этом всегда преобладали над социальными. Единственная реформа, целью которой было укрепление человеческого капитала нации в ущерб интересам бюджета, проводилась в годы перестройки и завершилась неудачей. Усиление государственного влияния часто маскирует передел отрасли и защиту интересов тех или иных групп бизнес-элиты.

7. Институциональное развитие рынков аддиктивных благ основывается на экспансии вредных привычек и формировании комплементарных институтов. Общая логика аддиктивного институтогенеза имеет следующий вид: неоднократное осуществление аддиктивных действий → закрепление аддиктивной потребности → развитие на ее базе аддиктивных предпочтений → возникновение вредной привычки → рутинизация девиантной модели поведения → локальное или массовое распространение аддиктивных институций (видов аддиктивного потребления) → расширение связанных групп – субъектов рынков аддиктивных благ → развитие аддиктивных институтов (норм, ценностей, убеждений, стереотипов и др.) → формирование и изменения институтов системы государственного регулирования (правил, стандартов, процедур и др.). Взаимосвязь вредных привычек и институтов двойственна: с одной стороны, привычки являются базой возникновения и развития институтов, с другой – сами выступают объектами их воздействия. Институты являются фактором устойчивости как продуктивных форм действий, так и аддикций, поэтому борьба с вредными привычками является неотъемлемой частью системы государственного регулирования рынков аддиктивных благ.

8. Теорию и практику социально-экономической эффективности рынков аддиктивных благ необходимо рассматривать в триединстве ассоциированных интересов субъектов регулирования (государства и общества), предложения (производителей и продавцов) и потребления (покупателей). Минимизация уровня трансакционных издержек преодоления институциональных противоречий между группами субъектов возможна при поддержании институционального паритета, под которым понимается равенство статусов субъектов экономических отношений на определенном рынке или в рамках конкретного вида трансакций. Институциональный диспаритет определяется как асимметрия прав, возможностей и ресурсов между декларируемо равными по статусу сторонами взаимоотношений; он является фактором скрытой или открытой конфликтности в интересобразной сфере аддиктивных благ. Институциональная норма эффективности функционирования рынков аддиктивных благ – это эволюционно сложившееся, социально признанное, нормативно утвержденное соотношение между результатами и затратами деятельности субъектов в соответствии с их статусами, представляемое в виде референсного диапазона значений показателей. На современном этапе развития рынков аддиктивных благ в России институционализация норм эффективности не завершена, субъекты не стремятся соблюдать действующие нормы, в результате формируются диспаритеты и углубляются противоречия интересов.

9. Жесткое противопоставление эффективности и этики экономических отношений на рынках аддиктивных благ является институциональным барьером на пути их устойчивого социально-ориентированного развития. Дихотомия этичности и эффективности выражает противоречие между максимизацией выгоды бизнеса и минимизацией ущерба общества. Рынки аддиктивных благ нуждаются не только в опеке со стороны государства, но и в повышении роли этики предпринимательства, установлении специальных ценностных детерминантов, горизонтов и ориентиров обществом.

Современная позиция бизнеса характеризуется подменой цели сохранения коллективов и формирования традиций фирм ориентиром бесконечного роста прибыли, пренебрежительным отношением к потребителям, отсутствием ответственности перед партнерами, государственной властью и обществом. Представители индустрии аддитивных товаров и услуг должны выйти из состава экспертных групп при органах, формирующих государственную политику; депутаты и госслужащие обязаны декларировать отсутствие конфликта интересов; необходима открытость форм проявления лоббизма. Этика эффективности – комбинация морально-нравственных ценностей и убеждений, детерминирующих действия субъектов на рынках аддитивных благ наряду с рыночными и административными стимулами.

10. Механизм спроса и предложения на рынках аддитивной продукции характеризуется следующими чертами:

– оценка потребителями полезности аддитивных благ является ошибочной; гипотеза неэластичности спроса применима к абсолютно зависимым потребителям; регулярное потребление любого аддитивного блага увеличивает вероятность начала потребления других; изменение уровня спроса детерминируется эффектом привыкания; уменьшение дохода аддитивного потребителя в меньшей степени воздействует на спрос и в большей на время обращения к криминальным источникам; текущее потребление зависит от показателей прошлого и анализа будущего потребления; вход на рынок потребителей искусственно затруднен, а перспективы выбывания по объективным причинам относительно высоки;

– наиболее значимой детерминантой предложения является государственная политика; цена выступает индикатором экономической заинтересованности государства; воздействие государства увеличивает издержки производства, изменяя конфигурацию рынка в теневом направлении; технологическое развитие позволяет выводить на рынок новые аддитивные товары, опережая государственное воздействие; акцизное бремя несут потребители; нормативно-правовая нестабильность увеличивает риски

ведения хозяйствующей деятельности и мотивацию агрессивной коммерческой политики; вопрос объемов производства должен решаться институционально оформленным «экспертом по этике».

11. Теневой сектор репрезентативного рынка аддиктивных благ охватывает аномальные и девиантные экономические отношения, ведущиеся с отклонением от социальных и/или законодательных норм вне поля зрения легитимных учетных, регулирующих и контролирующих органов. Структурно теневая аддиктивная экономика включает в себя скрытый и ненаблюдаемый сегменты: первый охватывает операции и отношения субъектов данных рынков, скрываемые от органов мониторинга и контроля или маскируемые под легальные трансакции; второй включает часть рыночного пространства, не охваченную учетом и правовым полем, в связи с чем не являющуюся объектом регулятивных воздействий. Имеют место межсегментные институциональные взаимодействия.

12. Оценка социально-экономической эффективности деятельности на рынках аддиктивных благ должна быть комплексной и отражать экономические, социальные, экологические, политические и иные параметры, соединенные в интегральном показателе. Выбор показателей определяется возможностью их использования в повседневной практике, наличием периодической статистической информации, учетом специфики отрасли, отражением интересов триумвирата стейкхолдеров. Применительно к алкогольной индустрии государственная эффективность рассматривается как степень достижения социальных и экономических интересов государственного управления в процессе регулируемого развития рынка. Социальная эффективность деятельности государства интерпретируется с позиций оценки ее воздействия на уровень и структуру потребления алкоголя населением, а также с учетом масштаба смертности от отравлений.

13. Институциональные модели организации рынков аддиктивных благ имеют смешанный характер, сочетая запреты и легализацию, разные степени свободы производства, оборота и потребления, различный уровень

конкуренции. Для сокращения предложения и достижения стратегических социальных целей на рынках аддитивных благ уровень конкуренции целесообразно снижать. Наиболее предпочтительная для общества модель организации данных рынков – монополия, обеспечивающая сокращение объема выпуска до уровня социальной эффективности. На рынках азартных игр и наркотиков целесообразно сохранять сочетание политики прогибиционизма и монопольно-олигополистического предложения, на олигополистических рынках табачных изделий и энергетических напитков – углублять монополию, а на рынке алкогольной и спиртосодержащей продукции рекомендуется дифференцированный подход к его сегментам с учетом их специфичности.

14. Инерционный сценарий развития рынков аддитивных благ предполагает сохранение существующей неустойчивой конструкции рынков с принципиальными дисфункциями механизма государственного регулирования. Модификационный сценарий включает создание контрактной системы государственно-частного партнерства, означающей формальную институционализацию сложившейся неформальной коррупционной системы ограничений доступа на рынки и распределения сфер влияния между их участниками. Монопольный сценарий заключается в поэтапной организации государственной сети специализированных розничных магазинов продажи группы аддитивных товаров. Прогибиционистский сценарий означает полный запрет производства, оборота, торговли и потребления аддитивных благ. Наибольшая эффективность институциональных изменений в интересах общества достижима при монопольном сценарии.

15. Нестабильность конвенций и отсутствие компромисса интересов стейкхолдеров рынков аддитивных благ приводят к тому, что ни одна из потенциально эффективных мер минимизации негативных экстерналий в полной мере не реализована в России. Перспективны следующие инновации институционального проектирования: повышение роли органов

государственной власти в сфере здравоохранения и социальной защиты населения в выработке политики; институционализация лоббирования; развитие государственно-частного партнерства; внедрение новых методов и технических средств оперативного контроля качества продукции, идентификации ее подлинности и свойств; практическое использование частных методик расследования незаконного предпринимательства; законодательное расширение процессуальных действий до возбуждения уголовных дел о преступлениях в сфере экономики; стимулирование рыночного саморегулирования и добровольных институциональных инициатив.

Научная новизна результатов диссертационного исследования заключается в следующем:

– раскрыто понятие аддиктивных благ как мериторных товаров и услуг, удовлетворяющих естественно не обусловленные потребности и вызывающих у потребителей патологическую зависимость под воздействием содержащихся в них психоактивных веществ и/или поведенческих паттернов;

– обоснована институциональная концепция аддиктивного потребительского поведения, акцентирующая внимание на рутинизированных потребителями моделях действий, направленных на приобретение и использование ресурсов (товаров и услуг) для осуществления обусловленных вредными привычками видов деятельности (аддиктивных институций) в системе правил, норм, запретов и санкций;

– разработана классификация товарных рынков по критерию функциональной связи с аддикцией, что позволило выделить аддиктивные, комплементарные им и индифферентные рынки, система экономических отношений субъектов спроса, предложения, государственного и социального регулирования которых институционализирует аддиктивную сферу экономики;

– дифференцированы в рамках субъектной структуры рынков аддиктивной продукции непосредственные (конституенты), заинтересованные и причастные (стейкхолдеры) стороны транзакций, требующие учета специфики их интересов и ценностей в рамках регулятивной политики;

– доказана необходимость активизации государственной опеки рынков аддиктивных благ в целях преодоления асимметрии информации и интернализации негативных экстерналий за счет расширения использования мотивационных и повышения комплексности ограничительных методов регулирования, недопущения пробелов законодательной базы в области новых видов и способов аддикции;

– выявлена эволюционная специфика государственного регулирования репрезентативного рынка аддиктивной продукции – алкогольного рынка: доминирование интересов политических и деловых элит над общественными, модификация ограниченного набора методов и инструментов, высокий потенциал институционализации теневых моделей транзакций и дисфункции механизмов реформ;

– взаимосвязь институтов и вредных привычек представлена в контексте логики аддиктивного институтогенеза, включающего стадии хабиитуализации деструктивных потребностей, рутинизации девиантных моделей поведения, экспансии институций и институтов;

– раскрыто понятие институционального паритета ассоциированных интересов ключевых стейкхолдеров рынков аддиктивных благ как динамично-равновесной симметрии прав, ресурсов и возможностей субъектов с номинально идентичным статусом, обуславливающей минимальный уровень транзакционных издержек рыночных отношений;

– выделена дихотомия эффективности и этичности как эволюционно сформировавшегося институционального барьера развития рынков аддиктивной продукции, преодоление которого возможно посредством

неформальной институционализации норм социальной ответственности и партнерства;

– определена институциональная специфика формирования спроса и предложения на рынках аддиктивных благ, связанная с информационной асимметрией субъектов трансакций, наличием эффекта привыкания, высокими входными барьерами, значительным теневым сектором, повышенной активностью государства;

– разработана структурная модель и многопараметрическая оценка теневой экономики, адаптированная к рынкам аддиктивных благ, включающая группы показателей неучтенной, неформальной и скрытой экономической деятельности;

– сформирован и реализован методический подход к оценке социально-экономической эффективности регулирования рынков аддиктивной продукции в триединстве интересов субъектов спроса, предложения и регулирования с учетом принципа институционального паритета интересов сторон;

– составлена матрица оптимальных институциональных моделей организации аддиктивных рынков, включающая: прогибиционизм и монопольно-олигополистическое предложение – для рынков азартных игр и наркотических средств; олигополию – для рынков табачных изделий и энергетических напитков; сегментно-дифференцированный подход – для рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции;

– определено сценарное поле институциональных изменений на отечественных рынках аддиктивных благ в рамках инерционного, модификационного, монопольного и прогибиционистского сценариев, что позволило аргументировать целесообразность расширения государственной монополии;

– систематизированы приоритетные направления институциональных изменений регулирования аддиктивной сферы российской экономики:

институционализация государственно-частного партнерства в контрактации, стимулирование добровольных институциональных инициатив участников рынков, кооперация основных стейкхолдеров в области нормотворчества и экспертизы, расширение сферы компетенции специализированных органов-регуляторов федерального и регионального уровней.

Теоретическая и практическая значимость результатов исследования состоит во введении в научный оборот и теоретическом анализе природы и специфики аддиктивных благ, разработке институциональной концепции аддиктивного потребительского поведения, развитии научных представлений о логике и факторах институтогенеза аддиктивных рыночных структур, что будет способствовать развитию институциональной экономической теории, теории опекаемых благ, теории потребительского спроса, теории государственного сектора в экономике, а также развитию междисциплинарных взаимодействий в экономической науке. Полученные в ходе исследования теоретические выводы и разработанные практические рекомендации могут найти применение в работе органов законодательной и исполнительной власти в ходе модернизации законодательства в области регулирования рынков аддиктивной продукции, а также при формировании Концепции государственной политики сокращения масштабов потребления аддиктивной продукции и профилактике аддикций среди населения России.

Теоретические положения диссертации могут быть использованы при разработке курсов «Экономическая теория», «Институциональная экономическая теория», «Теория экономических систем», «Государственное регулирование экономики», спецкурса по теме исследования.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Представленные научные положения, выводы и результаты соответствуют области исследования специальности 08.00.01 – Экономическая теория:

пункту 1.2. «Микроэкономическая теория: теория потребительского спроса» – разработка институциональной концепции аддиктивного потребительского спроса, систематизация деструктивных и аддиктивных потребностей, обоснование специфики спроса и предложения на рынках аддиктивных товаров и услуг;

пункту 1.4. «Институциональная и эволюционная экономическая теория: эволюционная теория экономической динамики» – разработка сценарной модели институционального развития рынков аддиктивных благ в России.

Апробация результатов исследования. Полученные на различных этапах исследования выводы и результаты представлялись научной общественности в докладах и выступлениях, обсуждались и получили положительную оценку на международных, всероссийских и региональных научных конференциях в 2003–2013 гг. в городах Волгоград, Днепропетровск, Москва, Одесса, Прёмзель, Санкт-Петербург, Ульяновск.

В 2006 г. научно-исследовательский проект «Условия и механизм эффективного функционирования предприятий ликероводочной отрасли» в рамках темы диссертационной работы поддержан грантом по итогам совместного конкурса Международного научного фонда экономических исследований академика Н.П. Федоренко и АНО «Институт перспективных исследований».

Теоретические положения и практические рекомендации, содержащиеся в диссертации, нашли применение в работе Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Министерства промышленности и торговли Волгоградской области, Волгоградской областной Думы, Волгоградской торгово-промышленной палаты.

Публикации. Основные положения диссертационного исследования изложены в 56 публикациях по теме исследования общим объемом 106 п.л. (авторских 87 п.л.), в том числе в 5 монографиях и 25 научных статьях в журналах, рекомендованных ВАК Минобразования РФ.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, пяти глав, объединяющих 15 параграфов, заключения, списка литературы, включающего 483 наименования, приложений. Объем работы – 363 страницы.

Глава 1. Формирование концепции аддиктивных благ

1.1. Видовая специфика и иерархия деструктивных потребностей

Потребности – одна из основополагающих категорий в экономической теории. Под понятием материальные потребности подразумевают «желания потребителей приобрести и использовать товары и услуги, которые доставляют им полезность...»¹. Потребности выдвигаются в качестве главного движителя разнообразных экономических механизмов, определяемых экономической наукой, например, механизма потребительского комплекса², механизма повышения социально-экономической эффективности производства³.

Каждый человек стремится реализовать свои текущие и долгосрочные потребности, которые сформировались у него на основе общественных условий его существования в социуме и его индивидуального сознания, и которые отражаются в его поведении⁴. Это происходит на протяжении всей жизни индивида, и в этом заключается сущность человеческого развития. В ходе такого развития развивается и общество в целом. *При этом можно исходить из того, что во всей совокупности потребностей человека можно выделить и позитивные, и негативные потребности с точки зрения влияния их на человека и общество, однако доминирующую роль играют возрастание «качества» потребностей, их влияние на позитивное развитие личности, на общественно-полезное поведение человека.*

Современная идеология потребительства сопровождается противоречиями глобального масштаба, к числу которых относятся

¹ Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2. т. : пер. с англ. Таллин : Римол, 1993. Т. 1. С. 36.

² Экономический механизм эффективного использования ресурсов / Э. М. Агабабян [и др.]. М. : Наука, 1988. С. 8.

³ Мартынов В. А. Социально-экономическая эффективность производства: диалектика теории и практики реализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Тамбов, 2000. С. 14.

⁴ Байльдинов Е. Потребности индивида и развитие общества // Общество и экономика. 2010. № 2. С. 64.

изменение качества, набора человеческих потребностей и структуры потребления, в которых значительную долю, уже не подлежащую игнорированию, занимают товары и услуги, способные временно изменять и расширять границы мироощущения, возможности символического потребления, обладания, благополучия, не обязательно адекватно реальности. К этим благам относятся товары и услуги, без которых изначально человек существовать может, которые не являются естественно-обусловленными и вызывают привыкание – алкогольная и спиртосодержащая продукция, табачные изделия, энергетические напитки, наркотики, азартные игры и др.

Наиболее общее, философское, значение категории «потребность» связано с пониманием ее как причины любой активности живого организма, испытывающего нужду, необходимость в отсутствующих или недостающих для его нормальной жизнедеятельности предметов потребления, внутренних или внешних условиях бытия⁵.

Чернявский А.Д. отмечает, что «первопричиной и двигателем человеческой деятельности является потребность»⁶.

Экономическое определение потребности – «одна из фундаментальных категорий теоретической и прикладной экономики. Это виды продукции, товаров, услуг, вещей, в которых нуждаются люди, которые они желают, стремятся иметь и потреблять, использовать»⁷.

Азгальдов Г.Г. предлагает трактовку термина «потребность», по его мнению, хорошо согласованную с наиболее распространенными определениями, приводимыми в Большой советской энциклопедии, в Философской энциклопедии, в Словаре русского языка (под ред. Ожегова):

⁵ Фокина О. А. Потребности как фактор потребительского поведения // Альманах современной науки и образования. 2010. № 2 (33). Ч. 1. С. 67.

⁶ Чернявский А. Д. Субъективная и объективная полезность : Бем-Баверк vs Маркс // Современные исследования социальных проблем : электрон. науч. журн. 2012. № 3 (11). URL: <http://www.sisp.nkras.ru> (дата обращения: 03.09.2012).

⁷ Экономический словарь. 2007. URL: <http://slovari.yandex.ru/> (дата обращения: 03.09.2012).

«моментная потребность N_{eit} – необходимость, нужда в чем-либо i -м в момент t для одного или нескольких людей»⁸.

Для того, чтобы показать, как менялась структура потребностей людей Л.П. Шиповская выделяет следующие эпохи в истории общественной мысли⁹: античную (Платон, Сократ, Эпикур, Диоген); средневековье (Августин, Фома Аквинский); новое время (Т. Гоббс, Ф. де Ларошфуко, Ж.Ж. Руссо, П.А. Гольбах); немецкую философию конца XVIII – начала XIX в. (И.Г. Фихте, Ф.В. Шеллинг, Г.В.Ф. Гегель, А. Шопенгауер, К. Маркс, Ф. Энгельс); философию экзистенциализма, появившуюся в XX в. (М. Хайдеггер, Ж.П. Сартр); информационную цивилизацию (Дж.К. Гэлбрейт, А. Тоффлер, Дж. Несбит, П. Абурден).

П.А. Гольбах классифицировал потребности на «первые» и «мнимые». Первые вложены человеку природой и включают необходимое человеку для поддержания биологического существования (пища, одежда, жилье, семья). Естественные потребности побуждают человека трудиться. При удовлетворении «первых» возникают мнимые потребности – результат действия воображения индивида. По Гольбаху, потребности первичны по отношению к интересам; интересы он понимал как ориентированность на личное благо, на личную пользу. Однако эгоистическая природа человека под воздействием общества способна примирить личное и общественное благо. Так как общественное благо включает в себя и личное благо каждого, то оно должно быть критерием нравственного поведения людей. Каждому человеку, должно быть дано равное право преследовать свои интересы, свою пользу, если это не вредит общественному благу.

К. Маркс и Ф. Энгельс в XIX в. утверждали, что происхождение и развитие человеческих потребностей связано с функционированием исторически конкретных способов производства. Чаще всего потребности

⁸ Азгальдов Г. Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии). М. : Экономика, 1982. С. 77.

⁹ Шиповская Л. П. Человек и его потребности : учеб. пособие. М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. С. 15–23.

рождаются прямо из производства или из положения вещей, основанного на производстве¹⁰. Они рассматривали потребности в качестве внутренних, существенных побудительных сил, источника человеческой деятельности и активности, существенного момента в содержании отношений индивида к окружающему миру, как проявление сущностных сил человека.

Все теории человека и его потребностей, которые появились в конце XX в., нацелены на активизацию индивидов и рационализацию их действий в условиях демократизации общества¹¹.

Действиями индивида при реализации им своих потребностей управляет его индивидуальное сознание, которое отражает социальный статус человека, но прежде всего уровень его духовного развития. Сознание выступает управляющим субъектом данного человека как системы. По мере формирования сознания у человека также начинают формироваться и экономические потребности, которые, в свою очередь, влияют на сознание. В зависимости от сформированных на данный момент жизни взглядов каждый индивид ранжирует потребности.

Потребность детерминирует действия людей, их отношения к окружающим объектам и явлениям, в том числе и ценностные, к создаваемым материальным ценностям и применяемым процессам. «Никто не может сделать что-нибудь, не делая этого вместе с тем ради какой-либо из своих потребностей»¹². И в этом контексте она оказывается тесно связана с категорией цели, с понятием целесообразной деятельности. Цели, по словам В. И. Ленина, свидетельствуют о том, что «мир не удовлетворяет человека и человек своим действием решает изменить его»¹³. Т.е. цели фиксируют возникновение новых потребностей, необходимость преобразования окружающей действительности, перехода из царства возможностей, обусловленных развитием техники и производства, в царство

¹⁰ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. : в 50 т. 2-е изд. М. : Гос. изд-во полит. лит-ры, 1955. Т. 4. С.80.

¹¹ Фокина О. А. Потребности как фактор потребительского поведения. С. 67–69.

¹² Маркс К., Энгельс Ф. Соч. : в 50 т. 1955. Т. 3. С. 245.

¹³ Ленин В. И. Полн. собр. соч. В 55 т. 5-е изд. М. : Изд-во полит. лит-ры, 1973. Т. 29. С. 195

осуществленного желаемого, действительности. «Удовлетворение потребностей всегда опосредствуется определенными интересами и целями» - пишет М.А. Парнюк¹⁴.

В любом обществе обязательно присутствуют три цели человеческого развития - духовного, физического и экономического. Эти цели отражают индивидуальные потребности человека. Для реализации своих разнообразных потребностей индивид должен обладать определенным набором духовных (образование, опыт, моральные качества, вкусы и т.п.), физических (здоровье, внешние данные, способности, время и пр.) и экономических (доходы, собственность и т.д.) возможностей.

Структура потребностей может меняться у одного и того же человека на протяжении различных периодов его жизни. При этом, чем ниже субъективно-нормальный уровень удовлетворения потребностей существования, тем более вероятно, что после его достижения будут доминировать интеллектуальные и духовные потребности¹⁵.

В приложении 1 изложена классификация потребностей. Согласно концепции потребностей А. Маслоу, потребности образуют пирамиду¹⁶.

Каждому уровню условной иерархической структуры конструктивных потребностей человека (в пище, одежде, простейших услугах, безопасности, принадлежности, любви, уважении, познании, эстетике, красоте, самовыражении и др.) соответствуют деструктивные потребности (в нерациональном питании, ониомании, насилии, любовных и сексуальных аддикциях, деструктивной религии, власти, славе, показном потреблении, слепой вере, роскоши, уходе от реальности и др.), которые выходят за рамки разумных, принимают гипертрофированные формы¹⁷ и некоторые из которых в хозяйственной жизни кристаллизовались в экономические блага.

¹⁴ Парнюк М. А. Проблема деятельности и формирование нового человека : (Из обзора: «НТР и формирование нового человека») // Вопросы философии. 1975. № 7. С. 26.

¹⁵ Фахрутдинова Е. В., Васильев А. К. Потребности и качество жизни человека: аспекты взаимодействия // Экономическая теория. 2009. № 10 (59). С. 90.

¹⁶ Хлебников Д. В. Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации. URL: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm053.html> (дата обращения: 22.07.2012).

¹⁷ Шиповская Л. П. Человек и его потребности. С. 44–45.

Иррациональные потребности также называют не нормальными, а извращёнными или чрезмерно выраженными потребностями¹⁸. Необходимо отметить, что такие потребности пока ещё являются для человека вынужденными, однако, с ростом сознания людей и народов, может сложиться ситуация, что они перестанут расходиться с нормальными потребностями, и не будут требовать волевых усилий.

Из рациональных и иррациональных потребностей составлена пирамида – рисунок 1.

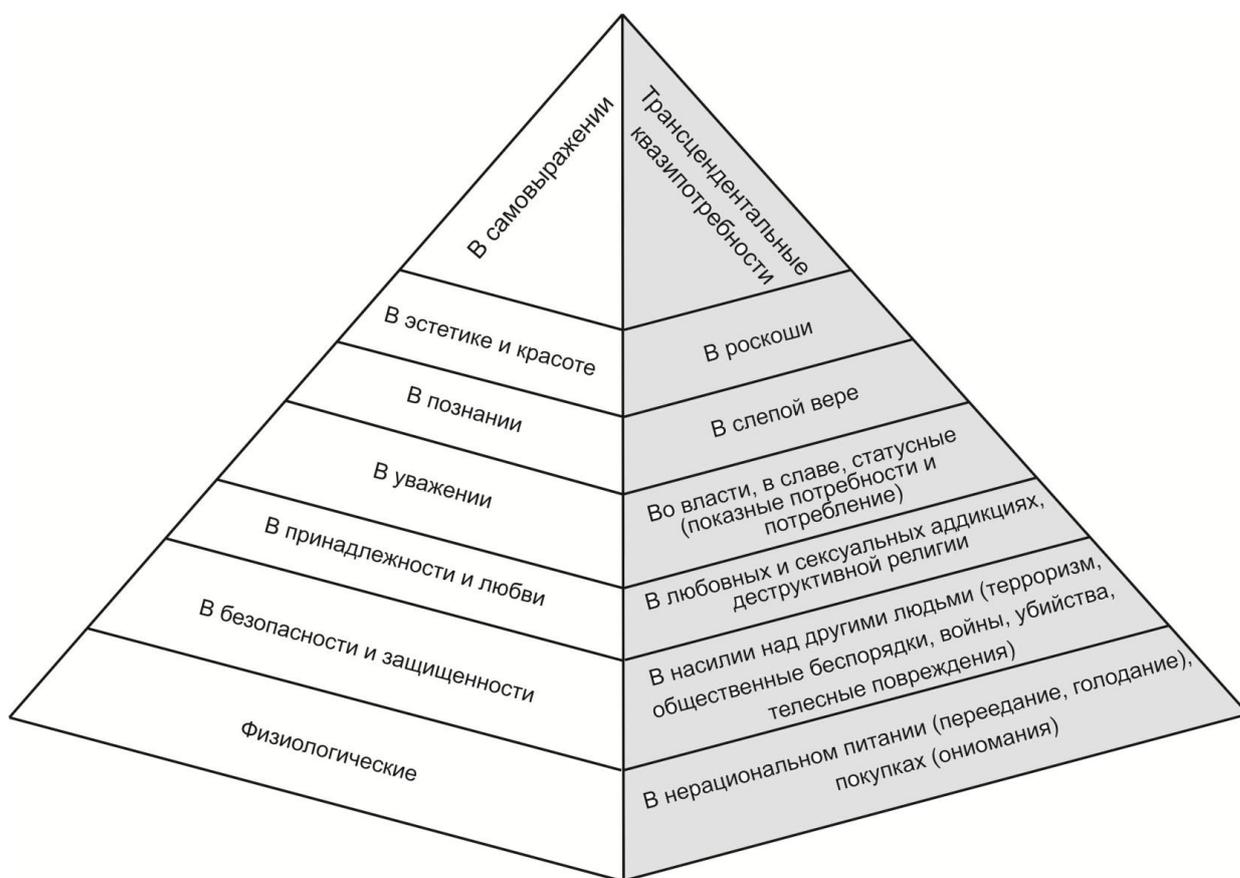


Рис. 1. Пирамида разнокачественных потребностей

Иерархичность изображения потребностей на рисунке условна. К. Ланкастер отрицает иерархичность потребностей, что является следствием условия несводимости потребностей и принципа замещения¹⁹. Данное

¹⁸ Планетарная психология // НДК «Планета». URL: <http://www.ndkplaneta.ru/elektronnaja-kniga/kniga-1/chast-2-chastnaja-psihologija/piramida-potrebnostej-kvazipotrebosti> (дата обращения: 22.07.2012).

¹⁹ Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления // Вехи экономической мысли. СПб. : Экон. шк., 1993. Вып. 1 : Теория потребительского поведения и спроса / под ред. В. М. Гальперина. С. 326–336.

утверждение наиболее характерно для потребностей, удовлетворяемых психоактивными средствами. Например, в мире тяжелобольного алкоголика или наркомана иные потребности второстепенны или попросту не существуют.

Рассмотрим основные уровни и примеры иррациональных потребностей.

1. Патофизиологические проявления. Например, потребность в иррациональном питании. Как анорексия (отсутствие аппетита), так и булимия (постоянное чувство голода, страсть к пище) развиваются из нормальной потребности человека в питании. Органические потребности чаще формируются средой, которая навязывает свои устоявшиеся традиции, правила, мораль, моду²⁰.

2. Потребность в насилии над другими людьми (терроризм, общественные беспорядки, война, убийства, телесные повреждения). Изучение причин поведения лиц, совершивших насильственные преступления (убийства, тяжкие телесные повреждения и т.п.), показало, что большая часть этих преступлений связана со стремлением к превосходству над окружающими, навязыванию своей воли²¹.

3. Репродуктивная потребность, нереализованная естественным образом, влечёт за собой потребность в различного рода аддикциях.

4. Потребность во власти. По существу, эта квазипотребность является гипертрофированным вариантом потребностей личности в общении.

Потребность в славе относится к высоким духовным квазипотребностям.

В основе так называемых статусных потребностей человека, в том числе элитарных (показных) потребностей и элитарного (показного) потребления, лежит потребность в уважении.

²⁰ Планетарная психология // НДК «Планета». URL: <http://www.ndkplaneta.ru/elektronnaja-kniga/kniga-1/chast-2-chastnaja-psihologija/piramida-potrebnostej-kvazipotrebности> (дата обращения: 22.07.2012).

²¹ Шиповская Л. П. Человек и его потребности. С. 233–234.

По мнению Т. Веблена «основа, на которой в конечном счете покоится хорошая репутация в любом высокоорганизованном обществе, – денежная сила. И средствами демонстрации денежной силы, а тем самым и средствами приобретения или сохранения доброго имени являются праздность и демонстративное материальное потребление. Собственно, оба эти способа, пока остается возможным их применение по мере движения вниз по ступеням социальной лестницы, остаются в моде...»²². «Скопление богатства на верхних ступенях социально-денежной лестницы предполагает лишения на более низких ступенях. Хотя это утверждение банально, но значительные лишения среди массы народа, где бы это ни имело место, являются серьезным препятствием нововведению...»²³.

Любое демонстративное потребление, ставшее обычаем, не остается без внимания ни в каких слоях общества, даже самых обнищавших²⁴.

5. Потребность в слепой вере. Относится к познавательным квазипотребностям. Развивается, когда интеллектуальный поиск ответов на вопросы, которые задаёт жизнь, не разрешает внутренних проблем человека.

6. Потребность в богатстве, в роскоши. Относится к ложным материальным потребностям.

Консалтинговая компания McKinsey & Co. к рынку роскоши относит 14 секторов производства²⁵. Структура рынка роскоши в России уникальна: почти 45% приходится на алкогольные напитки, еще 36% на одежду, а доля ювелирных изделий, часов, электронных устройств, изделий из хрусталя необычно мала - всего 3%. Например, в Индии на продажи этих предметов приходится 76%, в Китае - 51%, а в Бразилии - 17%.

²² Мировая экономическая мысль : Сквозь призму веков : в 5 т. / сопред. науч.-ред. совета Г. Г. Фетисов, А. Г. Худоркомов. М. : Мысль, 2005. Т. III : Эпоха социальных переломов / отв. ред. А. Г. Худоркомов. С. 347–348.

²³ Там же. С. 350.

²⁴ Там же. С. 348.

²⁵ McKinsey & Co. L'industrie du Luxe: Un atout pour la France. Paris, 1990.

7. Трансцендентальные потребности в иерархии стоят выше духовных, так как отражают самые возвышенные устремления человеческой сущности к бессмертию и слитности с окружающим миром (например, медитация).

Не умея достигать гармонии с миром естественным образом, люди прибегают к психотропным средствам – аддиктивным товарам (табачные изделия, алкоголь, энергетические напитки, наркотики, наркотические лекарственные средства), которые способны приводить человека в состояние эйфории и пребывания как бы вне времени и пространства.

Потребность в аддиктивных товарах относится к трансцендентальным квазипотребностям. Временно расширяя границы мироощущения, они реализуют ложные потребности. Их также называют извращенными (искаженными) потребностями. Они не требуют больших усилий от человека, они возникают спонтанно в тех человеческих общностях, где нет устойчивых моральных принципов, где люди разучились (не научились) управлять потребностями.

Потребность в аддиктивных товарах прямо не входит в число естественных жизненных потребностей, как, например, необходимость в кислороде или пище, без которых человек существовать не может. Это не те блага, которые предоставляются человеку, как живому организму в естественной среде. Аддиктивные блага – это блага, которые вызывают привыкание и не являются естественно-обусловленными. Без аддиктивных благ человек существовать может.

Однако сформировавшаяся привычка, например, к алкоголю оказывает влияние и на последующие поколения, порождая предрасположенность к нему. Вредная привычка распространяется на всех в различной мере – существуют разные микросреды и, соответственно, разные микрокультурные традиции, которые, в современном российском обществе превратились в широко распространенные традиции, так называемые алкогольные обычаи. В самой общей форме их можно определить как исторически сложившиеся и

передаваемые из поколения в поколение традиции и формы потребления спиртных напитков.

Многokратное употребление аддиктивных товаров чаще всего приводит к привыканию в них. Биологический механизм формирования зависимости реализуется через процессы, протекающие в организме, - биохимические, биоэлектрические, биомембранные, клеточные, тканевые и т.д. Такая зависимость называется физической.

Аддиктивные товары, и в частности алкоголь, обладают психоактивными свойствами – способности изменять психические функции (повышение настроения, возникновение позитивных эмоций, эйфоризирующий эффект). Другое важное свойство алкоголя – устранение эмоционального напряжения. Благодаря этим свойствам алкоголь позволяет легко расслабиться и быстро мобилизоваться.

Другие психотропные свойства алкоголя являются производными от эйфоризирующего и транквилизирующего. Это повышение самооценки, психологическая редукция сложности реальных проблем, мнимое удовлетворение потребностей. В действии алкоголя очень важно устранение проблем в общении, облегчение контактов («коммуникативный допинг») за счет эйфории и подавления индивидуальности, отчуждения человека от самого себя.

Современная цивилизация, в которой потребности людей растут быстрее возможности их удовлетворить, вынуждена прибегать к так называемому «символическому потреблению». При этом алкоголь расширяет возможности такого символического потребления, обладания и благополучия.

Эти и многие другие свойства алкоголя позволяют так деформировать восприятие действительности, что это создает иллюзию соответствия желаемого и действительного.

Алкоголь является психотропным веществом, сочетающим в себе способность повысить настроение (эйфоризирующий эффект), снять плохое настроение (антидепрессивный эффект) и ликвидировать психическое

напряжение (транквилизирующий эффект). Эти свойства алкоголя наряду с низкой стоимостью сделали бы его идеальным психотропным препаратом для широкого использования, если бы не способность этанола снижать социальный контроль, а при регулярном употреблении вызывать зависимость и невосприимчивость к опьяняющему действию.

В случае с аддиктивными товарами наблюдается несоответствие идеального образа индивидуальной полезности для потребителя потребностям общества.

Хабитуализация аддиктивных потребностей сопровождается рутинизацией действий и моделей поведения, связанных с их удовлетворением, полагая институционализацию аддиктивных способов и видов деятельности. Поскольку разнообразные потребности являются эндогенной основой индивидуального поведения, в рамках экономической теории необходим перенос акцента на изучение их аддиктивных видов, подлежащих экономической коррекции (сдерживанию, смещению, вытеснению, замещению и др.) со стороны государственных и общественных институтов.

1.2. Особенности аддиктивного потребительского поведения

Исследование поведения людей в процессе потребления благ является одной из проблем экономической науки.

Потребление – использование произведенных товаров и услуг для удовлетворения потребностей членов общества²⁶.

Поведение – способность животных и, в том числе, человека, изменять свои действия под влиянием внутренних и внешних факторов²⁷.

«Потребитель – покупатель товаров и услуг для личного потребления или потребления членами семьи, а не для извлечения дохода...

²⁶ Экономика : учебник / под ред. д-ра экон. наук проф. А. С. Булатова 3-е изд., перераб. и доп. М. : Экономистъ, 2003. С. 884.

²⁷ Биологический энциклопедический словарь / под. ред. М. С. Гилярова. 2-е изд. М. : Сов. энцикл., 1989. С. 483.

Потребительское поведение – совокупность действий, направленных на осуществление личного потребления...»²⁸.

Азгальдов Г.Г. потребителей он определяет, как «людей, обладающих хотя бы одной моментной потребностью N_{eit} »²⁹.

В большинстве российских экономических учебников потребительское поведение сводится к изучению неоклассической модели «рационального максимизатора»³⁰.

В условиях перехода от индустриального к постиндустриальному периоду развития социальных систем нарастает потребность в интерпретации многочисленных случаев иррационального потребительского поведения, нарушающих базовые экономические закономерности, что требует сближения экономической мысли с психологией, аддиктологией, социологией, этикой.

Н.Ф. Реймерс, Л.П. Шиповская³¹ потребности делят на рациональные и иррациональные.

Согласно Ф.Г. Хамидуллину, «источником позитивно направленного человеческого развития является созидательная деятельность самого человека по производству и потреблению экономических благ»³², всестороннее исследование которых проведено в экономической науке. Феномен же деструктивной деятельности практически не исследован.

Понятия «деструкция», «деструктивность», «деструктивная деятельность» отсутствуют в большинстве словарей, а если и встречаются, то их трактовка заканчивается простым переводом слова. Так, например, в

²⁸ Рыжкова М. В. Социально-экономические факторы потребительского поведения: методология исследования : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01. Томск, 2013. С. 12.

²⁹ Азгальдов Г. Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии). С. 77.

³⁰ Рыжкова М. В. Анализ методологических подходов в теории потребительского поведения // Известия ТПУ. 2006. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodologicheskikh-podhodov-v-teorii-potrebitelskogo-povedeniya> (дата обращения: 10.02.2013)

³¹ Загрязнение окружающей природной среды и здоровье населения. URL: <http://www.ecololife.ru/study-599-3.html> (дата обращения: 21.07.2012) ; Шиповская Л. П. Человек и его потребности. С. 44–45.

³² Основы экономической теории человеческого капитала: методологические и институциональные аспекты : монография / под ред. чл.-кор. АН Татарстана Ф. Г. Хамидуллина ; в составе авт. коллектива: Н. В. Ведин [и др.]. Казань : ФЭН, 2007.

«Советском энциклопедическом словаре» деструкция трактуется как «нарушение, разрушение нормальной структуры чего-либо»³³. Этой теме посвящены работы Э.С. Фромма³⁴, И.В. Лысака³⁵. По мнению, И.В. Лысака «деструктивная деятельность – специфическая человеческая форма активного отношения к миру, основное содержание которой составляет разрушение существующих объектов и систем»³⁶.

В психологии особый тип деструктивного поведения, который выражается в стремлении к уходу от реальности посредством специального изменения своего психического состояния, называется аддиктивным поведением³⁷.

Очевидно, что множество видов аддиктивного поведения является подмножеством деструктивной деятельности.

Аддиктивное поведение может быть и источником некоторых деструктивных действий. Например, употребление алкоголя может провоцировать деструктивные действия индивидуума, направленные на других членов общества, на природную среду, архитектурные памятники.

Короленко Ц.П., Донских Т.А. считают, что аддиктивное поведение – это один из типов девиантного (отклоняющегося) поведения с формированием стремления человека к уходу от реальности путем искусственного изменения своего психического состояния посредством приема некоторых веществ или постоянной фиксации внимания на определенных видах деятельности с целью развития и поддержания интенсивных эмоций³⁸.

Основоположником современной девиантологии считается Э. Дюркгейм. Он ввел понятие аномии, подразумевающей отсутствие четких

³³ Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. М. : Сов. энцикл., 1989. С. 1338.

³⁴ Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М. : Республика, 1994. 447 с.

³⁵ Лысак И. В. Человек – разрушитель: деструктивная деятельность человека как социокультурный феномен. 1999. URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/lisak_chelovek/ (дата обращения: 10.02.2013).

³⁶ Там же.

³⁷ Большой психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, акад. В. П. Зинченко. М. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. URL: http://psychology.academic.ru/6303/аддиктивное_поведение (дата обращения: 10.02.2013).

³⁸ Короленко Ц. П., Донских Т. А. Семь путей к катастрофе. Новосибирск : Наука, 1990. 224 с.

правил и норм поведения, когда старая иерархия ценностей рушится, а новая еще не сложилась, что порождает моральную неустойчивость отдельных индивидов³⁹.

Приводимые в литературе определения девиантного поведения созвучны со следующим – поведение, отклоняющееся от общепринятых, социально одобряемых, наиболее распространенных и устоявшихся норм в определенных сообществах в определенный период их развития⁴⁰.

Выделяют три вида теорий исследования причин отклоняющегося поведения⁴¹. Последователями теории физических типов являются Ч. Ломброзо, Э. Кретшмер, В. Шелдон. В ее основе лежит предпосылка, что определенные физические черты личности предопределяют совершаемые ею различные отклонения от норм. Основу психоаналитических теорий составляет изучение конфликтов, происходящих в сознании личности. Согласно теории З. Фрейда, у каждой личности под слоем активного сознания находится область бессознательного – психическая энергия, в которой сосредоточено все природное, первобытное. В соответствии с социологической теорией, основоположником, которой считается Д.Э. Дюркгейм, индивиды становятся девиантами, т.к. процессы проходимой ими социализации в группе бывают неудачными по отношению к некоторым вполне определенным нормам, причем эти неудачи сказываются на внутренней структуре личности.

Наибольшее распространение получило рассмотрение девиантного поведения исключительно с точки зрения вредных и опасных для общества нарушений нормативного поведения⁴², как правило, причиняющих реальный ущерб обществу или самой личности.

³⁹ Дюркгейм Э. Самоубийство : Социологический этюд / подгот. Вал. А. Луковым. СПб., 1998. С. 294–296.

⁴⁰ Девиантное поведение. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/890103> (дата обращения: 16.02.2013).

⁴¹ Девиантное поведение // Медицина : on-line справочник. URL: <http://hippocrate.narod.ru/d/deviantnoe.htm> (дата обращения: 16.02.2013).

⁴² Девиация, девиантное поведение. URL: <http://www.finteoria.ru/deviant.html> (дата обращения: 16.02.2013).

В ходе развития теории девиантного поведения, в эту область стали включать все без исключения отклонения от принятых норм и стандартов поведения. Мертон Р.К. выделил такие типы девиаций, как инновации (великие ученые, проститутки, шантажисты, создатели «финансовых пирамид»); ритуализм; ретретизм (бегство от действительности); бунт (революционеры)⁴³. По его мнению, причиной девиации является разрыв между культурными целями общества и социально одобряемыми (легальными или институциональными) средствами их достижения⁴⁴.

Я.И. Гишинский, О.С. Осипова считают, что созидание, творчество и антиобщественные, разрушительные действия являются разновидностями девиантного поведения⁴⁵.

Девиантное поведения классифицируют на культурно-одобряемые и культурно-осуждаемые отклонения. К культурно-одобряемым относят: гениальность, упорство и желание стать сильным у человека, который слаб от природы, харизма политика, отвага военного и др⁴⁶.

Следовательно, не все виды девиантного поведения можно отнести к деструктивной деятельности. В тоже время аддиктивное поведение включено в девиантное поведение, которое, в том числе и в данной связи, пересекается с иррациональным поведением.

Иррациональный потребительский выбор не укладывается в рамки мейнстрима теории рационального потребительского поведения, основными представителями которой являются У.С. Джевонс⁴⁷, М. Фридмен⁴⁸, Р.Г.Д. Аллен и Дж.Р. Хикс⁴⁹.

⁴³ Девиантное поведение. URL: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/deviantnoe-povedenie.html> (дата обращения: 16.02.2013).

⁴⁴ Смелзер Н. Социология. М.: Феникс, 1994. С. 208.

⁴⁵ Гишинский Я. И., Осипова О. С. Социология девиантного поведения как специальная социологическая теория // СоцИс. 1991. № 4. С. 74.

⁴⁶ Тема 6: «Девиантное поведение». URL: <http://db.gongled.ru> (дата обращения: 16.02.2013).

⁴⁷ Джевонс У. С. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии // Вехи экономической мысли. Вып. 1. С. 70–77.

⁴⁸ Фридмен М., Сэвидж Л. Дж. Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск // Вехи экономической мысли. Вып. 1. С. 208–249.

⁴⁹ Аллен Р. Г. Д., Хикс Дж. Р. Пересмотр теории ценности // Вехи экономической мысли. Вып. 1. С. 117–141.

Начало использования институционально-социологической методологии исследования потребления положено в работах Т. Веблена, сформулировавшего идею о «демонстративном потреблении»⁵⁰, Г. Зиммеля, который потребление рассмотрел не столько как возможность следовать уже сложившимся канонам, сколько как способ продемонстрировать отклонения от данных стандартов, выйти за пределы норм, закрепленных ранее в обществе в части потребительских практик⁵¹, В. Зомбарта, считающего роскошь элементом, чья базовая функция, социальная или культурная, состоит в поддержке капиталистического способа производства, начиная с фазы первоначального накопления⁵².

Х. Лейбенштайн описаны феномены, названные эффектом присоединения к большинству и эффектом сноба. Также рассмотрена ситуация иррационального потребления, когда осуществляются покупки, «которые не только не планируются, но и происходят под влиянием внезапного минутного желания, прихоти, каприза и т.д. ...»⁵³.

По мнению В.И. Ильина «иррациональное поведение противоположно целерациональному. Если для первого характерна увязка целей с осознанными интересами, конструирование плана действий на основе расчета балансов возможных достижений и издержек..., то иррациональное поведение этого лишено. В его основе лежат психологические механизмы, лишь косвенно связанные с трезвым расчетом»⁵⁴. Механизмами иррационального поведения являются: подражание, заражение, внушение.

Теорию иррационального потребительского поведения, изучающую эффекты демонстративного потребления, присоединения к большинству, сноба, импульсных покупок и иных форм индивидуального выбора, выходящих за

⁵⁰ Мировая экономическая мысль : Сквозь призму веков. С. 347–348.

⁵¹ Зиммель Г. Психология моды // Научное обозрение. 1901. № 5. URL: <http://www.consumers.narod.ru/lections/fashion.html> (дата обращения: 10.02.2013) ; Зиммель Г. Избранное. М., 1996. Т. 2 : Созерцание жизни. С. 306.

⁵² Зомбарт В. Буржуа : Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/20.php (дата обращения: 10.02.2013).

⁵³ Лейбенштайн Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса. С. 307. URL: <http://book2001.narod.ru/Leibenstein.pdf> (дата обращения: 10.02.2013).

⁵⁴ Ильин В. И. Иррациональное потребительское поведение // Library.fm. URL: http://www.library.fm/index.php?option=com_content&task=view&id=1346&Itemid=29 (дата обращения: 10.02.2013).

рамки стандартной модели неоклассического мейнстрима, представляется необходимым расширить за счет концепции аддиктивного потребления.

Однако не все модели аддиктивного поведения являются иррациональными, что показывает теория «Rational Addiction Model» – теория рационального привыкания (в переводе Ю.В. Латова⁵⁵ «Теория рациональной вредной привычки»). Основная идея теории в том, что потребитель приобретает привычку к благу рационально. Человек может привыкать ко многим благам, в том числе вредным, к которым традиционно относят сигареты, алкоголь, кофеин, наркотики, наркотические вещества, азартные игры и т.п. «Под рациональностью понимается последовательная максимизация полезности потребителей во времени»⁵⁶.

М.В. Рыжкова отмечает, что потребитель «может предвидеть привыкание, но, тем не менее, отказ от потребления приносит больше неудобств, чем продолжение и привыкание. Чем больше потребитель вовлекается в употребление вредных благ, тем выше становится их текущая полезность. Однако потребитель понимает, что до бесконечности наращивать употребление блага невозможно, так как оно пагубно влияет на здоровье, таким образом, существует оптимальный уровень употребления блага»⁵⁷.

В тоже время, такая «крайняя» степень потребления аддиктивных товаров, как наркозависимость, или наркомания, по мнению В.И. Ильина, признается формой иррационального поведения⁵⁸. Данный вывод характерен и для других форм болезненных зависимостей алкоголизма, игромании и т.п.

Поэтому можно говорить о пересечении аддиктивного поведения с иррациональным.

Определение предикации термина «аддиктивное поведение»:

⁵⁵ Латов Ю. В. Экономика вне закона : (Очерки по теории и истории теневой экономики). М. : Моск. обществ. науч. фонд, 2001. URL: <http://ie.boom.ru/Latov/Monograph/Contents.htm>, свободный.

⁵⁶ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения. URL: finbiz.spb.ru/download/4_2008_levin.pdf (дата обращения: 19.08.2012).

⁵⁷ Рыжкова М. В. Теория рационального привыкания: современное состояние и перспективы развития // Известия Томского политехнического университета. 2007. № 6. С. 105.

⁵⁸ Ильин В. И. Иррациональное потребительское поведение.

– множество AM является подмножеством множеств DA и OM , поскольку каждый элемент из AM является вместе с тем и элементом множеств DA и OM ($OM \supset AM \subset DA$);

– множество AM пересекается с множеством IM , поскольку включает элементы, которые принадлежат одновременно обоим множествам AM и IM ($AM \cap IM$);

– множество DA пересекается с множеством IM , поскольку включает элементы, которые принадлежат одновременно обоим множествам DA и IM ($DA \cap IM$);

– множество OM пересекается с множеством IM , поскольку включает элементы, которые принадлежат одновременно обоим множествам OM и IM ($OM \cap IM$);

– множество OM пересекается с множеством DA , поскольку включает элементы, которые принадлежат одновременно обоим множествам OM и DA ($OM \cap DA$);

– множестве AM содержит элементы, которые принадлежат одновременно трем множествам DA , OM , IM ;

– мощность множества AM меньше мощности множеств OM и DA , поскольку содержит меньшее количество элементов,

где AM – аддиктивное поведение (лат. *addictive moribus*);

DA – деструктивные действия (лат. *destructiva actiones*);

OM – девиантное поведение (лат. *obliquatur moribus*);

IM – иррациональное поведение (лат. *irrationalis moribus*).

Геометрическая схема, с помощью которой можно изобразить отношения между множествами DA , OM , IM , AM представлена на рисунке 2.

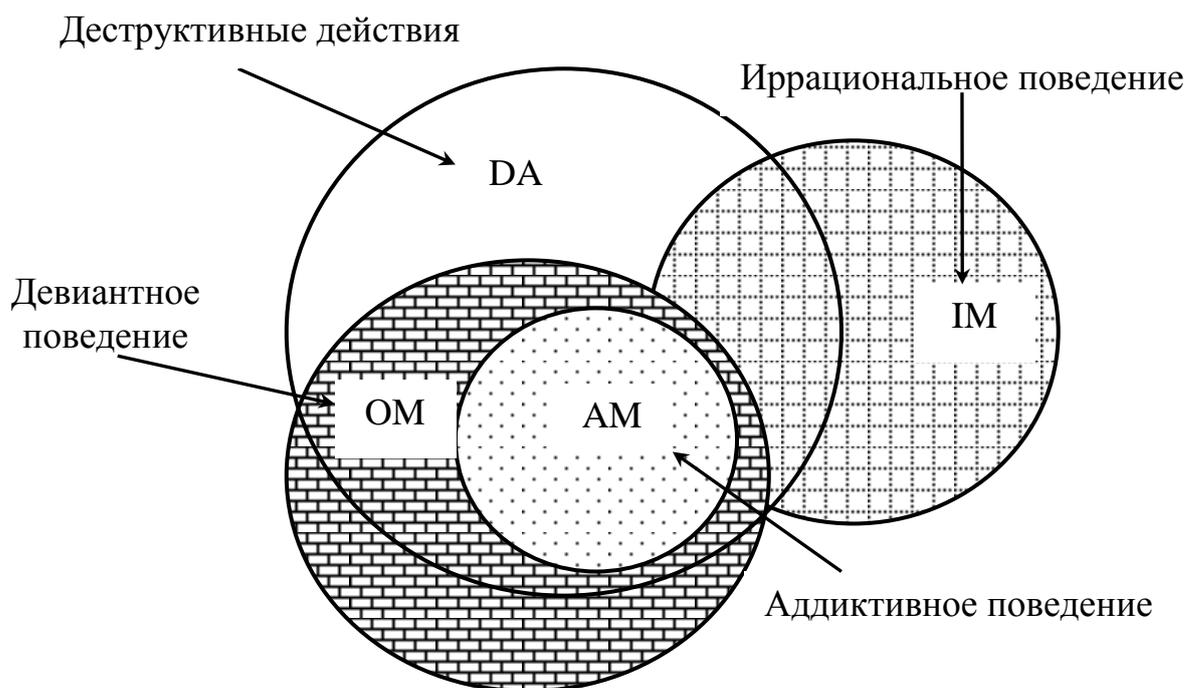


Рис.2. Геометрическая интерпретация логической связи между деструктивными действиями, девиантным, аддиктивным и иррациональным поведением

Из представленной графической схемы следует, что любые формы аддиктивного поведения являются деструктивными и девиантными, но не всегда аддиктивное поведение является иррациональным. Включение аддиктивного потребления в девиантное потребление говорит о нормативной природе термина, а включение в деструктивную деятельность о факторной, причинно-следственной связи с указанным явлением.

Дискуссия об особых свойствах благ, к которым у потребителя происходит привыкание, началась в работах Р. Поллака⁵⁹ и Г. Винстона⁶⁰. Особое развитие в литературе по теоретической экономике теория получила,

⁵⁹ Pollak R.A. Habit formation and longrun utility functions // Journal of Economic Theory. 1976. № 13. P. 272–297.

⁶⁰ Winston G. C. Addiction and backsliding: a theory of compulsive consumption // Journal of Economic Behavior and Organization. 1980. № 1. P. 295–324.

когда была предложена модель объяснения явления Дж. Стиглером, Г. Беккером и К. Мэрфи^{61 62}.

Большинство исследований о поведении потребителей аддиктивных товаров основано на теории рациональной аддиктивности, предложенной Г. Беккером и К. Мэрфи в 1988 г.

Научное исследование экономических моделей аддиктивного поведения приводится в статьях М.И. Левина и А.Б. Фенько⁶³, М.В. Рыжковой⁶⁴, К.В. Филиппова⁶⁵, М.С. Пономаревой⁶⁶, Л.М. Тимофеева⁶⁷.

Система зависимости представлена диадой: реципиент и индуктор (человек, объект или вещество).

Зависимость личности определяется аддиктивностью вещества или/и действия, количеством потребленного вещества или/и действия, частотой приема или/и повторения, предрасположенностью личности к привыканию.

Аддиктивность – это способность предмета вызывать патологическую зависимость у потребителя. Аддиктивность, как полезность, – это понятие субъективное. Поэтому оно не поддается точному количественному описанию. Очевидно, что любое благо в той или иной степени обладает аддиктивностью.

Предрасположенность личности к привыканию – вероятность развития желания повторять определенные действия или потреблять определенные вещества в силу каких-то особенностей организма либо окружения личности.

⁶¹ Stigler G. J., Becker G. S. De Gustibus Non Est Disputandum // American Economic Review. 1977. № 67. P. 76–90.

⁶² Becker G. S., Murphy K. M. A theory of rational addiction // Journal of Political Economy. 1988. Vol. 96. № 4. P. 675–700.

⁶³ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

⁶⁴ Рыжкова М. В. Теория рационального привыкания: современное состояние и перспективы развития. С. 105.

⁶⁵ Филиппов К. В. Моделирование аддиктивного поведения. URL: <http://www.econorus.org/consp/files/nljx.doc> (дата обращения: 19.08.2012).

⁶⁶ Пономарева М. С. Обоснование необходимости государственного вмешательства в решение проблемы чрезмерного потребления алкоголя с точки зрения микроэкономической теории // Проблемы современной экономики. 2012. № 2 (42). URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4148> (дата обращения: 19.08.2012).

⁶⁷ Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. Социальное пространство наркотизма. Тимофеев Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. 2-е изд., перераб. и доп. СПб. : Мед. пресса, 2001.

Аддиктивность, количество потребления, склонность личности, частота приема позволяют обозначить меру, когда потребление переходит из нормального в зависимое с точки зрения индивидуума и общества.

Теория психиатрии и клинической психологии не предоставляет каких-либо научных критериев для дифференциации таких понятий как потребление и злоупотребление, непатологическое или физиологическое влечение и патологическое влечение. Отсутствует также систематизация диагностических указаний на нормы, при которых происходит переход потребителя из одного состояния в другое.

Используются, главным образом, нравственные и затратные подходы в оценке. Под злоупотреблением подразумевается «употребление с вредными социальными и медицинскими последствиями»⁶⁸. Для квалификации данного процесса используются указания на «хроническое и неоправданное, связанное с ненужными затратами, употребление».

Зависимость можно разделить на привычки и патологические привычные действия. Под привычкой понимается «образ действий, склонность, ставшая обычной и постоянной». Патологичность же привычек, как правило, расширяется социальной неодобряемостью выбранной склонности (именно поэтому никотинизм или алкоголизм нередко обозначают «вредной привычкой»). Патологические привычки включают в себя свойства расстройств зависимого поведения на основании критерия непреодолимости влечения к выполнению какого-либо действия, и критерия измененных состояний сознания в момент реализации влечения.

Проведенные размышления заставляют задуматься: всегда ли потребление аддиктивных благ является аддиктивным, что считать нормативным, нормальным или, по крайней мере, неотклоняющимся для оценки поведения человека, а какие формы поведения становятся аддиктивными, девиантными.

⁶⁸ Руководство по аддиктологии / под ред. проф. В. Д. Менделевича. СПб. : Речь, 2007. С. 501–520. URL: <http://www.klex2.ru/b15> (дата обращения: 01.01.2013).

Если обратиться к проблеме психоактивных веществ, можно обнаружить, что многими подростками употребление табака, алкоголя, энергетиков, «легких» наркотиков не расценивается как аномальное. Оно входит в структуру их представлений о норме, особенно в определенных субкультурных кругах. Однако в оценке поведенческой нормы следует учитывать реальный вред, который может приносить зависимость. Кроме того, можно утверждать, что большинство людей все же не являются зависимыми и, следовательно, общегрупповая норма не включает употребление наркотиков или чрезмерное увлечение какой-либо деятельностью.

По мнению В. Д. Менделевича наиболее правильной моделью нормативного поведения человека в этой сфере было бы отсутствие зависимости, означающее, что человек полностью контролирует собственные поступки, ответственен и свободен от вредных привычек.

Отсутствие зависимости предполагает, что индивид соответствует понятиям поведенческой нормы. Норма же, по мнению К. К. Платонова, – это явление группового сознания в виде разделяемых группой представлений и наиболее частых суждений членов группы о требованиях к поведению с учетом их социальных ролей, создающих оптимальные условия бытия, с которыми эти нормы взаимодействуют и, отражая, формируют его. То есть суть поведенческой нормы – соответствие человека разделяемым группой представлениям о норме.

Выделяют следующие поведенческие нормы, следование которым позволяет говорить о человеке, как гармоничном или с отклонениями: правовые, нравственные, эстетические.

Аддиктивность, как и полезность, – понятие субъективное, которое не поддается точной количественной характеристике. Очевидно, что любое благо в той или иной степени обладает аддиктивным потенциалом, то есть может стать объектом аномально высокой зависимости. Поэтому исходя из критерия соблюдения поведенческой нормы, потребление может быть классифицировано на адекватное (соответствующее социальным нормам) и

аддиктивное. Адекватным считается индивидуальное саморегулируемое потребление, уровень которого соответствует разделяемым обществом представлениям о норме. Аддиктивное потребление – неконтролируемое индивидом вследствие патологической зависимости использование благ для удовлетворения потребностей, уровень которых превышает объективно сформировавшиеся в данном обществе нормы.

Аддиктивное потребительское поведение – рутинизированная субъектом модель действий, направленных на осуществление аддиктивного потребления.

Традиционная микроэкономика основывается на гипотезе стабильности предпочтений потребителей. Хотя вообще потребности людей безграничны, в пределах ограниченного промежутка времени, в течение которого вкусы покупателей остаются неизменными, потребность в определенном товаре может быть удовлетворена, т.е. потребители могут получить столько определенных благ, сколько они пожелают. При этом чем большее количество благ приобретают потребители, тем меньше их стремление к получению дополнительных единиц того же блага. Определенная потребность удовлетворяется следующими друг за другом единицами блага в соответствии с законом убывающей предельной полезности. Обстоятельствами, ограничивающими возможности покупателя в его приобретении, являются цена и доход.

Товары, вызывающие привыкание, например, алкогольные напитки или сигареты считаются вредными для здоровья, но имеют высокий уровень полезности для алкоголика или курильщика.

В экономической теории в понятие полезности входит абсолютно все, что способствует удовлетворению сложившихся потребностей и привычек, в том числе и вредных с точки зрения медицины⁶⁹. Полезность вещи выступает в качестве такого ее свойства, благодаря которому она приобретает статус блага и оказывается вовлеченной в круг интересов индивидуума.

⁶⁹ Большая экономическая энциклопедия. М. : Эксмо, 2007. С. 472.

Оценить полезность, значит выявить место какого-либо товара в ранжире постоянных и разнообразных предпочтений потребителя. Между тем в логике экономического поведения полностью зависимого наркомана, по мнению Тимофеева Л.М. «постоянным то как раз будет не разнообразие, но единообразие предпочтений»⁷⁰. В его модели полезность всех и любых экономических благ, кроме наркотика, равна нулевым значениям.

Пока у потребителя не возникла зависимость, отсутствие в его потребительском наборе аддиктивного товара ему безразлично. И наоборот, если тяжело зависимый потребитель не располагает достаточным количеством аддиктивного товара, ему полностью безразлично, обладает он, чем бы то ни было еще.

Тимофеев Л.М. считает, что в экономическом мире наркомана не существует никаких средневзвешенных наборов. Функция полезности не аддитивна:

$$U = U_n,$$

где U – общая полезность,

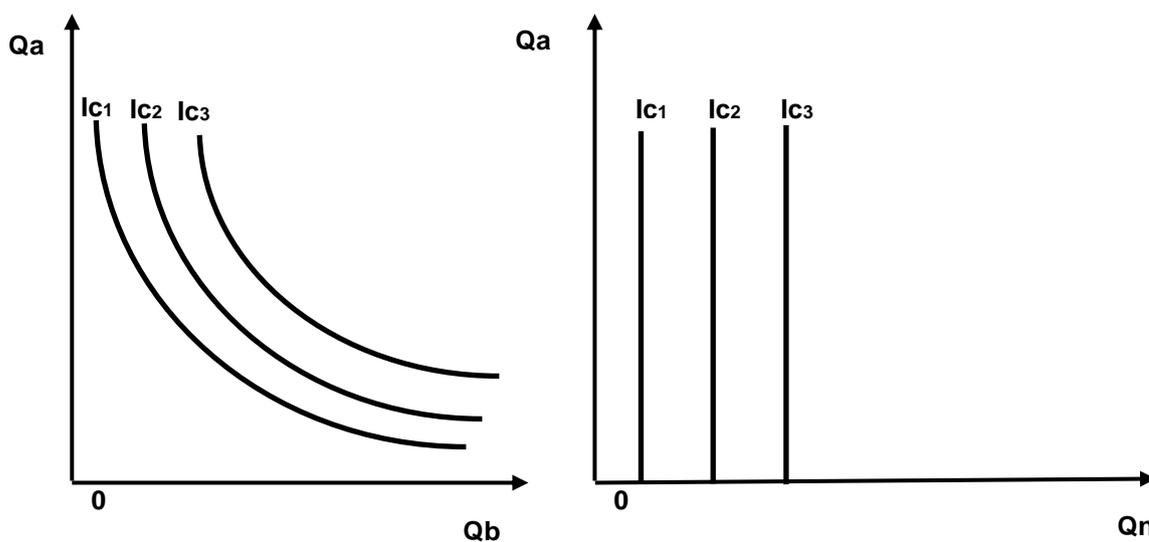
U_n – полезность дозы наркотического вещества.

Предельная норма замещения (marginal rate of substitution – MRS), отражающая пропорцию, в которой потребитель готов заместить одно исключительное безразличное благо другим, математически выражается нулем или бесконечностью.

Безразличие зависимого потребителя к каким либо благам кроме объекта зависимости меняет традиционные представления о потребительском поведении.

На рисунке 3 а представлена кривая потребительского безразличия на индифферентные товары. Каждая точка на кривой безразличия представляет одну из комбинаций продуктов а и б. Каждая такая комбинация продуктов а и б обладает одинаковой совокупной полезностью.

⁷⁰ Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. Социальное пространство наркотизма. Тимофеев Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. С. 183.



а) Индифферентные товары

б) Индифферентный и аддитивный товар

Рис. 3. Кривая потребительского безразличия

Условные обозначения: I_c – кривая безразличия (лат. *indifferentiam curva*); Q_a , Q_b – количество индифферентного товара; Q_n – количество аддитивного товара.

Кривая потребительского безразличия на аддитивный и индифферентный товар на рисунке 3 б). Предельная норма замещения наркотика любым другим благом равна нулю или бесконечности, поэтому кривые безразличия перпендикулярны к оси абсцисс. Для тяжело зависимого потребителя оптимальный набор будет состоять из одного аддитивного товара. Ради аддитивного товара зависимый потребитель пожертвует любым другим индифферентным благом.

На наш взгляд, оценки полезности потребителей товаров, вызывающих привыкание, являются ошибочными, поскольку потребитель не всегда способен принять во внимание будущие негативные последствия, как для себя, так и окружающих. Исходя из истинности оценки потребителем, полезность предлагается классифицировать на правильную и ошибочную. Ошибочной является полезность, положительная оценка которой потребителем в момент и некоторое время после употребления, является отрицательной в будущем с точки зрения медицинских и социальных последствий.

Аддиктивное потребительское поведение имеет следующие особенности:

1. Текущее потребление аддиктивных благ зависит от прошлого и будущего потребления. Выделяются следующие стадии привыкания к аддиктивным благам: толерантность, закрепление, прекращение приема вредных благ.

Толерантность означает, что полезность от потребления аддиктивного блага тем ниже, чем более длительным было прошлое потребление⁷¹.

Закрепление или усиление привычки предполагает рост предельной полезности блага по мере увеличения его потребления. В случае с аддиктивными товарами, например, с наркотиками при введении одинаковых доз в организм их действие постепенно снижается. Поскольку одно и то же количество наркотика приносит все менее и менее сильную «эйфорию», потребители (наркозависимые) должны постоянно увеличивать потребление (дозу наркотика).

То есть в отличие от обычных товаров, потребление которых происходит в соответствии с классическим законом убывающей предельной полезности, прирост потребления аддиктивных товаров в течение определенного периода сохраняет удовлетворение и предполагает рост предельной полезности.

Прекращение приема происходит тогда, когда наступает негативная психологическая реакция или такое снижение общей полезности, что вызывает прекращение или уменьшение потребления.

2. Взаимозаменяемость, биоэквивалентность аддиктивных товаров. Регулярный прием любого психоактивного вещества увеличивает вероятность начала употребления других психоактивных веществ, а также других форм зависимостей. Возможно, это явление имеет в своей основе биологические механизмы, однако пока что их наличие не доказано. И его

⁷¹ Пономарева М. С. Обоснование необходимости государственного вмешательства в решение проблемы чрезмерного потребления алкоголя с точки зрения микроэкономической теории.

можно объяснить феноменами социально-психологического порядка - снижается психологический «барьер» перед приемом веществ, потребление которых не приветствуется обществом.

Присутствует сходство, коморбидность всех клинических форм химических и поведенческих зависимостей.

По мнению, А.Е. Бэрри, опирающегося на данные Мичиганского университета «Monitoring the Future»: «Если сдержат натиск алкогольного наступления, это окажет положительное воздействие на злоупотребление как законными веществами, например, табаком, так и незаконными, например, марихуаной и другими наркотиками, и количество употребляемых наркотиков может снизиться...»⁷².

Свойство взаимозаменяемости аддиктивных товаров позволяет заключить, что одним из основных факторов, способствующих вовлечению потенциальных потребителей в наркоманию, является развитие слабоуправляемых государством рынков психоактивных продуктов из группы разрешенных для оборота и массового потребления (табачные изделия, алкогольная продукция). Поэтому, если противодействовать курению и употреблению алкоголя в молодежной среде, процесс наркотизации населения (в том числе и процессы употребления запрещенных наркотиков) можно замедлить. Это должно найти отражение в проводимой государственной политике на рынках аддиктивных товаров.

Г. Беккер и К. Мерфи о привыкании пишут: индивид может приобрести привычку к товару А, если увеличение потребления товара А в настоящем ведет к увеличению потребления этого товара в будущем⁷³. Это происходит, когда в поведении индивида проявляется межвременная взаимодополняемость. Отсюда следует, что индивид находится в зависимости от потребления аддиктивных товаров, когда их потребление в

⁷² Уэбстер С. Исследование: стартовый наркотик – это алкоголь, а не марихуана // ИноСМИ.ru. URL: <http://www.inosmi.ru/world/20120707/194601516.html> (дата обращения: 16.09.2012).

⁷³ Becker G. S., Murphy K. M. A theory of rational addiction. P. 681.

предыдущем периоде увеличивает предельную полезность текущего потребления.

3. Изменение состояния сознания потребителей аддиктивных благ при реализации зависимости под воздействием содержащихся в них психоактивных веществ или/и поведенческого паттерна.

4. Аддиктивные товары, в отличие от индифферентных продуктов, в первую очередь удовлетворяют иррациональные трансцендентальные потребности либо могут стимулировать возникновение иррациональных потребностей.

5. Постоянная забота об обеспечении доходом растущего спроса.

Доход имеет ограниченную величину и за несколькими возможными исключениями все потребители испытывают на себе сдерживающее влияние бюджета. И если рациональный потребитель индифферентных товаров стремится увеличить доход за счет легальных источников, то зависимый потребитель аддиктивных товаров в большинстве случаев оказывается за чертой, когда неизбежно должен будет прибегнуть к источникам криминальным.

По мнению Тимофеева Л.М. с точки зрения теории рационального выбора, именно момент, когда наркоман теряет возможность увеличить доход, каким бы то ни было, легальным способом, вызывает специальный экономический интерес. Доход, который потребитель должен получить за пределами этой черты, и может быть определен как «доход, возникающий вследствие настоящего стремления к наркотикам» (drug seeking behavior income – DSB-доход)⁷⁴.

6. Потребители аддиктивных благ в определенной степени и рациональны, и близоруки.

«Теория рациональной вредной привычки» Г. Беккера и К. Мерфи основана на рациональном выборе и приобретении вредной привычки потребителями аддиктивных товаров. Тем не менее, потребители

⁷⁴ Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. Социальное пространство наркотизма. Тимофеев Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. С. 198.

аддиктивных благ и близоруки. Близорукость проявляется и на стадии, когда потребитель начинает потреблять аддиктивные товары, не обладая способностью оценить будущие негативные последствия, и в фазе, когда он уже увлечен и не может отказаться от потребления, которое в медицине уже диагностируется как заболевание.

Психотерапевт Д.Р. Сосновский дает следующее определение алкоголизма - это «прогредиентное заболевание, определяющееся патологическим влечением к спиртному, психической и физической зависимостью, развитием дисфункционального состояния при прекращении употребления алкоголя, а в далеко зашедших случаях стойкими соматовегетативными расстройствами и психической деградацией»⁷⁵. Наркоманию также чаще всего определяют, как заболевание.

Б.Д. Бернгейм и А. Ренджел предложили свою модель⁷⁶. Их исследования показали, что аддиктивные продукты препятствуют правильному функционированию важного класса процессов, которые мозг использует для того, чтобы предсказать ближайшие гедонические отдачи (удовольствие), и это приводит к сильным искажениям восприятия сигналов среды и неосознанным импульсам.

Авторы строят теорию на основе «модели межвременного принятия решений». Они допускают, что в соответствии с сигналами среды индивид может вступить в фазу «горячего принятия решений», в которой он всегда принимает решение употреблять наркотик вне зависимости от предпочтений. Индивид может также находиться в «холодной» фазе, в которой он рассматривает все альтернативы и просчитывает последствия, включая влияние текущего выбора на вероятность вступления в горячую фазу в будущем.

В их исследовании полагается, что вмешательство государства необходимо тогда и только тогда, когда потребители безуспешно пытаются

⁷⁵ Сосновский Д. Р. Психотерапия при алкоголизме. URL: http://drsosnov.ru/alcogolizm_i_alkoglik.html (дата обращения: 31.08.2012).

⁷⁶ Bernheim B. D., Rangel A. Addiction and Cue-Triggered Decision Processes // American Economic Review. 2004. № 94 (5). P. 1558–1590.

воздержаться от потребления. В обычном случае оптимально будет субсидировать потребление зависимым индивидам аддиктивного продукта. В случае если продукт достаточно дешев, оптимально облагать его налогом, тогда вероятность потребления будет падать. Одним из выводов данной работы является также то, что если налогообложение продукта оптимально, то криминализация соответствующего рынка может при некоторых условиях дать еще лучший результат.

Подобная парадоксальная ситуация в России, когда по мнению В.И. Дробиза «...за 15 лет «свободы» в большей степени искусственным путем сложилось «оптимальное» для нынешней социальной обстановки соотношение легального и нелегального рынков водочной продукции... Сегодняшний нелегальный рынок, с одной стороны, в определенной мере «гармонизирует» наше общество (спасает от социальных катаклизмов), а с другой – коррумпирует его. Для существования нелегального рынка в государстве сложилось много предпосылок, и самая главная из них – низкий уровень жизни населения, которое именно по этой причине представляет собой самого активного потребителя дешевой алкогольной продукции и ее суррогатов»⁷⁷.

Индивиды рационально делают свой выбор, сравнивая выгоды и внутренние издержки от потребления аддиктивных товаров, и, следовательно, государство должно позволить им самим нести экономическое бремя, а регулирование внешних издержек пагубного потребления взять на себя. Однако, теория рациональной аддиктивности не всегда работает для молодежи, для низкодоходных групп населения, людей находящихся в стрессовых ситуациях, индивидов для которых потребление стало заболеванием, а значит, государственные меры должны регулировать и внутренние издержки, которые потребители не предвидели.

7. Потребление аддиктивных благ характеризуется колебанием спроса. В начальный период приема аддиктивных товаров потребление можно

⁷⁷ Дробиз В. И. Как побороть нелегальный алкогольный рынок России? // Ликероводочное производство и виноделие. 2006. № 5. С. 3.

рассматривать в соответствии с классической теорией потребительского поведения, в дальнейшем с привыканием спрос на аддиктивные товары растет независимо от цены (неэластичный), в результате только лишь того, что зависимому необходимо все большее и большее количество продукта.

В институциональном аспекте аддиктивное потребление представляет собой приобретение и использование ресурсов (товаров и услуг) для осуществления обусловленных вредными привычками видов деятельности потребителя (аддиктивных институций). Индивидуальная модель потребительского поведения базируется на комплексе социальных и экономических институций, агентом которых является потребитель и которым соответствуют потребности как сигналы о ресурсном дефиците. Интериоризация агентом новой аддиктивной институции предполагает преодоление персонального институционального порога, обусловленного конкуренцией конструктивных и деструктивных видов деятельности в индивидуальной модели поведения в связи с объективной ограниченностью времени и ресурсов. Аддиктивные институции выступают основным объектом регулятивных интервенций в экономической политике государства и реакции общества.

1.3. Рынки аддиктивных благ и их объектная структура

До недавнего времени в рамках классической экономической теории отсутствовало разграничение между потреблением обычных благ и особой группы благ, вызывающих привыкание. В тоже время, вредные блага имеют характеристики, позволяющие предположить, что их потребление нарушает базовые экономические закономерности.

Хозяйственная жизнь общества основана на необходимости удовлетворять потребности людей в различных благах. Блага – товары и

услуги, предназначенные для удовлетворения личных и общественных потребностей⁷⁸.

Из-за многочисленности и разнообразия самих товаров и услуг весьма многочисленны и рынки товаров и услуг.

Под товарным рынком понимается сфера реализации конкретного товара (услуги) или группы товаров, связанных между собой определенными признаками производственного или потребительского характера.

Существует множество различных признаков классификации товарных рынков (приложение 2).

К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю выделяет товары и услуги индивидуального потребления и государственные или общественные блага⁷⁹.

А.Я. Рубинштейн блага, производство и потребление которых связано с государственной активностью объединяет в «опекаемые блага»⁸⁰.

Экономическая история и функционирование современного общества позволили выделить еще одну группу товаров человеческой деятельности – аддиктивные товары, производство, оборот и потребление которых также как и вышеперечисленных «опекаемых благ», не вписывается в стандартные границы рыночных отношений, сопровождается регулярными интервенциями государства, и вместе с тем имеют свои специфические особенности.

Чтобы выделить блага, вызывающие привыкание, Андриенко Ю.В. и Немцов А.В.⁸¹ условно делят товарные рынки на рынки «обычных» и «неординарных» потребительских товаров, М.И. Левин и А.Б. Фенько⁸² на рынки «обычных» и «вредных» благ, Б. Гордон и Б. Сунн⁸³ на «аддиктивные товары» и «не аддиктивные товары» (англ. «non-addictive goods»), Дж. Стиглер, Г. Беккер и

⁷⁸ Большая экономическая энциклопедия. С. 63.

⁷⁹ Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Т. 1. С. 99.

⁸⁰ Рубинштейн А. Я. К теории рынков опекаемых благ. Статья 1. Опекаемые блага и их место в экономической теории // Общественные науки и современность. 2009. № 1. С. 139–153.

⁸¹ Андриенко Ю. В., Немцов А. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь : препринт № 89 // Центр экономических и финансовых исследований и разработок в Российской экономической школе. 2006. Янв. URL: <http://www.cefir.ru/> (дата обращения: 28.08.2012).

⁸² Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

⁸³ Gordon B., Sun B. A Dynamic Structural Model of Addiction, Promotions, and Permanent Price Cuts. URL: <http://www.columbia.edu/~brg2114/files/dynaddiction.pdf> (date of access: 18.08.2012).

К. Мэрфи на рынки «обычных благ» и «благ, вызывающих привыкание»⁸⁴, Дж.М. Бьюкенен на рынки «хороших» и «плохих» товаров⁸⁵.

Понятие аддиктивные товары (англ. addictive goods) звучит не слишком привычно. Коренное слово «аддикция» применяется традиционно к одной из форм отклоняющегося, девиантного, поведения с формированием стремления к уходу от реальности⁸⁶ (аддиктивное поведение от англ. addiction – пагубная привычка, порочная склонность), либо к отдельным людям (аддиктивная личность) или группам (аддикты), испытывающим навязчивую потребность в чем-либо (товары, действия).

Случаи объединения слова «аддиктивные» со словами «товары» или «блага» еще редко встретишь не только в разговорной речи, но и в сети Интернет – таблица 1.

Таблица 1

Упоминание в Интернет словосочетаний и слов с корнем аддикция

Поисковый запрос 15.08.2012г.	Результат в поисковой системе		
	http://yandex.ru	http://www.google.ru/	http://www.rambler.ru/
«Аддикция»	262 000	105 000	116 000
«Аддиктивное поведение»	78 000	45 000	42 000
«Аддиктивные расстройства»	3 000	23 300	4 000
«Аддиктивная личность»	2 000	8 000	1 538
«Аддикты»	2 000	31 200	8 000
«Аддиктивные товары»	9	9	7
«Аддиктивные блага»	12	7	5
«Addictive goods»	2 000	5 270 000	6 000

Из таблицы видно, что на русском языке словосочетание «аддиктивные товары» встречается в сотни раз реже, чем английское «addictive goods», что в определенной степени свидетельствует о новизне понятия в отечественной науке, интерес к которому только зарождается у состоявшихся ученых и начинающих исследователей, ведущих дискуссии на форумах, в социальных сетях.

⁸⁴ Stigler G. J., Becker G. S. De Gustibus Non Est Disputandum. P. 76–90.

⁸⁵ Buchanan J. M. A Defence of Organized Crime? // The Economics of Crime. Cambr., Mass., 1980. P. 395. URL: <http://orgcrime.narod.ru/econom.htm> (date of access: 16.12.2012).

⁸⁶ Гоголева А. В. Аддиктивное поведение и его профилактика : учеб.-метод. пособие. 2-е изд., стер. М. : Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та ; Воронеж : МОДЭК, 2003. С. 5.

Так студентами Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» среди пользователей Интернета проводится опрос «Здоровый образ жизни и вредные привычки», цель которого – «это выяснить насколько население нашей страны подвержено всяким аддиктивным благам (вредным привычкам). Здесь понимается не только курение и употребление алкоголя, но также и недосыпание, трудоголизм, сидячий образ жизни, в общем всё, что обратно здоровому образу жизни... Рассматривается, во-первых, как индивиды вообще относятся к своему здоровью и охране его, во-вторых, какие аддиктивные блага преобладают, и, в-третьих, почему так происходит, что люди предпочитают не вести здоровый образ жизни (что казалось бы иррационально)»⁸⁷.

В «Живом Журнале» в ходе дискуссии об определении слов «наркотик» и «наркоман» пользователем дана следующая трактовка – «товар называется аддиктивным, если предельная полезность от употребления очередной его единицы растет с ростом количества употребленных единиц в прошлом»⁸⁸.

Только Пономарева М.С. приводит определение аддиктивных (или вредных) благ, под которыми предлагает «понимать блага, употребление которых приводит к развитию у потребителя зависимости»⁸⁹. Данное определение является довольно узким, поскольку к аддиктивным благам в этом случае можно отнести целый ряд обычных продовольственных товаров, входящих в потребительскую корзину.

Из зарубежных ученых, исследуют проблематику «аддиктивных благ» вслед за родоначальниками теории: Ф. Отаке⁹⁰; Б. Гордон и Б. Сунн⁹¹;

⁸⁷ Анкета // Вега-Интернет. URL: <http://forum.vega-int.ru/index.php?/topic/96446-%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B0/> (дата обращения: 19.08.2012).

⁸⁸ Словоупотребление : Ваша версия // LiveJournal. URL: <http://motimatik.livejournal.com/28382.html> (дата обращения: 19.08.2012).

⁸⁹ Пономарева М. С. Алкоголизм среди молодежи: экономические оценки : магист. дис. М., 2009. С. 7. URL: http://www.hse.ru/data/2009/11/19/1226959516/диссертация_Пономарева.pdf (дата обращения: 17.08.2012).

⁹⁰ Ohtake F. A Case for Higher Taxes on Addictive Goods // Japanese Institute of Global Communications. URL: http://www.glocom.org/opinions/essays/20080321_ohtake_addictive/index.html (date of access: 18.08.2012).

⁹¹ Gordon B., Sun B. A Dynamic Structural Model of Addiction, Promotions, and Permanent Price Cuts.

Л. Андерсон и М. Баск⁹²; Д. Ваймер, А. Вининг и Р. Томас⁹³; Р. Ванг⁹⁴, И. Паласиос-Уэрта⁹⁵ и др.

Б. Гордон и Б. Сунн отмечают, что «аддиктивные товары» принципиально отличаются от «не вызывающих привыкание» тем, что «увеличение потребления сегодня усиливает зависимость и увеличивает вероятность будущего потребления»⁹⁶.

Предлагается следующая гипотеза этимологии словосочетаний «аддиктивные товары» и «аддиктивные блага»:

addicere (лат.) – присуждать, приговорить → addictio (лат.) – признание, присуждение → addictus (лат.) – присужденный, преданный, увлечённый, обреченный → addiction (англ.) – наркомания, склонность, зависимость → навязчивая потребность → аддикция → иррациональные потребности → «плохие» товары → «вредные» блага → потребление → пагубная привычка → аддиктивное поведение → аддиктивные предметы и средства → аддиктивные товары → поведенческие аддикции → аддиктивные блага

Латинское слово «*addictio*» (признание, присуждение) происходит от латинского – «*addicere*» (присуждать, приговорить). Термин «*addictio*» (т.е. присуждение) применялся в римском праве. Юридический термин обозначал отношения должника по отношению к кредитору: известны – аддикция собственности при разделе, аддикция залога кредитору, в древнейшие времена аддикция самого должника, который в качестве присужденного (лат. «*addictus*») первоначально становился рабом кредитора⁹⁷. «*Addicere liberum*

⁹² Andersson L., Bask M. Economic Man and the Consumption of Addictive Goods : The Case of Two Goods. URL: http://www.usbe.umu.se/digitalAssets/11/11111_ues615.pdf (date of access: 18.08.2012).

⁹³ Weimer D., Vining A., Thomas R. Cost-Benefit Analysis Involving Addictive Goods: Using Contingent Valuation to Estimate Willingness to Pay to Eliminate Addiction. URL: <http://www.lafollette.wisc.edu/publications/workingpapers/weimer2007-019.pdf> (date of access: 18.08.2012).

⁹⁴ Wang R. The Optimal Consumption and the Quitting of Harmful Addictive Goods. URL: <http://www.econometricsociety.org/meetings/wc00/pdf/1122.pdf> (date of access: 18.08.2012).

⁹⁵ Palacios-Huerta I. Multiple Addictions. URL: <http://www.palacios-huerta.com/docs/multipl51.pdf> (date of access: 18.08.2012).

⁹⁶ Gordon B., Sun B. A Dynamic Structural Model of Addiction, Promotions, and Permanent Price Cuts.

⁹⁷ Словари и энциклопедии на Академике. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/2037/Аддикция (дата обращения: 23.01.2013).

corpus in servitutum» означает «приговаривать свободного человека к рабству за долги», «аддиктус» – тот, кто связан долгами⁹⁸.

Распространенное в английском языке слово «addiction», на наш взгляд, и берет свой корень из латинского – «addictio». При этом английское «addiction» не эквивалентно русским словосочетаниям «пагубная привычка», «порочная склонность», как об этом пишет А.В. Гоголева⁹⁹. В интернет-словарях наиболее часто встречаются такие переводы, как наркомания¹⁰⁰, склонность¹⁰¹, зависимость¹⁰². В контексте данной темы «addict» (англ.) – наркоман. Прямой перевод «addiction», как «пагубная привычка»¹⁰³ встречается значительно реже.

По мнению И.Д. Даренского термин аддикция только с середины семнадцатого столетия приобретает его саморефлективное сопутствующее значение, описывая следование неистребимой привычке, склонность или пристрастие, симпатию, сочувствие¹⁰⁴. В течение XIX в. термин использовался для описания приверженности, глубокого пристрастия, привязанности, поиска, стремления или склонности, например, «увлечения» написанием писем или ботаникой или газетами. Только в конце XIX в. термин аддикция стал включать зависимость от наркотиков типа морфия, героина, хлорала и кокаина, как одну из многих склонностей и зависимостей. Со времени первой мировой войны вместо термина алкоголизм по предложению W. Collins стали отдавать предпочтение термину аддикция. Понятие аддикт стало использоваться в отношении психологической идентичности, которую никогда не обозначало прежде.

⁹⁸ Козлов В. В. Стратегия и тактика помощи личности с игровой зависимостью // Человеческий фактор. 2009. № 1 (17). С. 12. URL: <http://www.zi-kozlov.ru/collections/scp-1-09.pdf> (дата обращения: 23.01.2013).

⁹⁹ Гоголева А. В. Аддиктивное поведение и его профилактика. С. 5.

¹⁰⁰ Переводчик Google. URL: <http://translate.google.com/#en/ru/> (дата обращения: 31.12.2012) ; Переводчики и словари. URL: <http://www.webtran.ru/> (дата обращения: 31.12.2012) ; Переводчик с английского на русский. URL: <http://perevod5.ru/russko-angliiskii-perevodchik> (дата обращения: 31.12.2012) ; Переводчик: автоматический онлайн перевод текста и документов. URL: <http://www.ua.all.biz/translate> (дата обращения: 31.12.2012).

¹⁰¹ Translate.Ru. URL: <http://translate.yandex.ru/> (дата обращения: 31.12.2012) ; Free online translator and dictionary. URL: <http://www.online-translator.com/Default.aspx/Text> (дата обращения: 31.12.2012) ; ImTranslator. URL: <http://imtranslator.net/translation/english/to-russian/translation/> (дата обращения: 31.12.2012).

¹⁰² Яндекс перевод. URL: <http://translate.yandex.ru/> (дата обращения: 31.12.2012).

¹⁰³ Онлайн переводчик с английского на русский // Казахский языковой модуль. URL: http://www.zakon.kz/perevodchik_s_angliiskogo_na_russkii.html (дата обращения: 31.12.2012).

¹⁰⁴ Даренский И. Д. Аддиктология как научная дисциплина и область практической деятельности. URL: <http://www.kastrubin.ru/index1.php?id=130&pid=36> (дата обращения: 01.01.2013).

Область медицины, занимающаяся исследованием и лечением химически зависимых больных за рубежом с этого времени называется аддиктологией (англ. *addictology*), в отечественной медицине наркологией.

В хрестоматии «Психология зависимости» аддикция определяется как повторяющееся потребление психоактивного вещества или веществ до такой степени, что потребитель периодически или хронически испытывает состояние интоксикации, непреодолимое влечение принимать избранное вещество (вещества) и значительные трудности в добровольном прекращении или изменении потребления и проявляет намерение получать психоактивные вещества почти любыми путями¹⁰⁵.

В настоящее время круг феноменов, которые могут определяться как аддикции значительно шире. На протяжении XX в. велись дискуссии о критериях аддикции и веществах, которые способны ее вызывать. Эти дискуссии продолжаются в отношении марихуаны, никотина и кофеина. В последние годы в список аддикций были включены азартные игры и другие действия, вызывающие психологическую зависимость, в том числе спорт, любовь, работа, Интернет и др. Некоторые зависимости одобряются обществом, другие с течением времени начинают представлять личностную проблему для индивида, при этом, не являясь социально опасными, третьи имеют статус социально опасных¹⁰⁶.

Аддиктивное поведение, аддиктивные особенности личности или аддиктивная личность могут иметь место и без потребления психоактивных веществ. В современной психологии, метафорически юридическому термину римского права, зависимым (аддиктивным) поведением называется глубокая, рабская зависимость от некой власти, от непреодолимой вынуждающей силы, которая обычно воспринимается и переживается как идущая извне, будь то наркотики, сексуальный партнер, пища, деньги, власть, азартные

¹⁰⁵ Психология зависимости : хрестоматия / сост. К. В. Сельченко. Минск : Харвест, 2007. С. 564.

¹⁰⁶ Фенько А., Левин М. И. Теории аддиктивного поведения // Финансы и бизнес. URL: http://finbiz.spb.ru/download/3_2008_fenko.pdf (дата обращения: 01.01.2013).

игры – т. е. любая система или объект, требующие от человека тотального повиновения и получающие его¹⁰⁷.

На рисунке 4 приводится классификация аддикции, объектов аддикции и аддиктивного поведения.



Рис. 4. Классификация аддикции, объектов аддикции и аддиктивного поведения

¹⁰⁷ Руководство по аддиктологии. С. 24.

Из рисунка следует, что объектом зависимости могут становиться товары, содержащие психоактивные вещества, а также поведенческий паттерн. Приведенный список объектов и видов аддиктивного поведения не носит исчерпывающего характера. Часто встречаются такие поведенческие зависимости, в том числе патологического характера, как: фанатизм (религиозный, спортивный, музыкальный), парасуицидальное поведение (патологическое увлечение экстремальными видами спорта), «паранойя здоровья» (спортивная аддикция) и др.

Свенцицкий А.Л. дает следующее определение аддикции (зависимости) – ощущаемая человеком навязчивая потребность в определенной деятельности¹⁰⁸. Следует отчасти не согласиться с данным определением, поскольку, исходя из него, аддикцией является питание, дыхание и т.д. На наш взгляд, аддикция – есть ощущаемая человеком навязчивая потребность в определенной деятельности и связанных с ней ресурсах и продуктах.

В отличие от обычных потребительских продуктов аддиктивные товары в первую очередь удовлетворяют иррациональные трансцендентальные потребности либо могут стимулировать возникновение иных иррациональных потребностей (приложение 3).

Практически на каждом типе рынка по характеру конечного использования продукта, приведенном в приложении, имеются аддиктивные товары либо товары комплементарные аддиктивным. Например, на рынке товаров промышленного назначения выпускается оборудование для производства алкогольной продукции, табачных изделий и пр. аддиктивных товаров, на рынке промежуточных продавцов работают дистрибьюторы аддиктивных товаров, на рынке досуга – казино, на рынке государственных закупок приобретается спирт, медикаменты и т.д.

Для выделения специфических характеристик рынков аддиктивных товаров и услуг предлагается классифицировать рынки на рынки

¹⁰⁸ Свенцицкий А. Л. Краткий психологический словарь. М. : Проспект, 2011. С. 11.

индифферентных (от лат. *indifferentis* безразличный) и аддитивных товаров (благ). Индифферентность является антонимом аддитивности и означает безразличие, равнодушие, нейтральность, безразличность и т.п. Индифферентные блага удовлетворяют конструктивные потребности и не вызывают привыкания, в связи с чем могут достаточно долго отсутствовать в выборе потребителя.

Аддитивные блага – это не те блага, которые предоставляются человеку, как живому организму в естественной среде. Аддитивные блага – это блага, которые вызывают привыкание и не являются естественно обусловленными, без аддитивных благ человек существовать может.

Если в качестве компонента классификации рынков по видам товаров или благ в целом выбрать аддитивность, то выделяются следующие товарные рынки – рисунок 5.

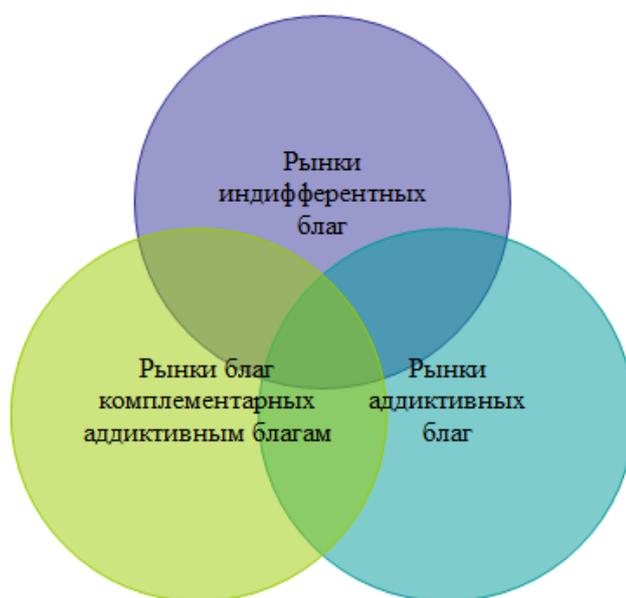


Рис. 5. Классификация товарных рынков по компоненту аддитивности

Производители индифферентных и благ комплементарных аддитивным заинтересованы в производстве аддитивных товаров и услуг. Например, товарооборот продуктов питания в розничном магазине при прочих равных условиях будет выше при одновременной реализации

алкогольной продукции, а производство стеклянной посуды существует благодаря выпуску различных видов алкогольной продукции (стопки под водку, стаканы под виски, коньяк, фужеры под вино, бокалы под шампанское, кружка под пиво) и т.д. Комплементарные аддиктивным блага функционально дополняют аддиктивные в процессе их потребления.

Фактически сформировался кластер функционирующих и взаимодействующих компаний в сфере индифферентных, аддиктивных и комплементарных благ. Всех участников предлагается объединить под названием кластера аддиктивных благ. В основе формирования кластера аддиктивных благ лежит не географический признак, а прежде всего общность интересов участников. Производители индифферентных и комплементарных благ получают положительные экстернальные эффекты от производителей аддиктивных товаров, поэтому им невыгоден уход с рынка производителей аддиктивных товаров. С целью их сохранения возникает институциональный паритет. Производители индифферентных и комплементарных товаров не партнеры производителей аддиктивных товаров, но союзники, которые заинтересованы в поддержании институционального паритета.

Кластер аддиктивных благ, как относительно автономная экономическая система должен иметь программу развития, определяемую действием экономических и социальных законов, а также субъективной деятельностью людей. Программа развития кластера и эволюции рынков аддиктивных благ может быть реализована на основе целесообразной деятельности субъектов рынка и органов государственного управления, устанавливающих правила.

Предмет или действие становится аддиктивным в материальной или нематериальной части соответственно из предметов или действий и человека с его компетенциями.

Аддиктивными благами являются товары и услуги, удовлетворяющие естественно не обусловленные, социально порицаемые или табуируемые

(вплоть до делегитимизации) потребности, и под воздействием содержащихся в них психоактивных веществ и/или поведенческих паттернов становящиеся предметом патологической зависимости потребителя.

Таким образом, несмотря на некоторую неопределенность и непоследовательность, отражающую на определенных этапах развития противоречия психологии и физиологии, термин аддикция и его производные применяется долгое время и широко используется как профессионалами, так и общественностью для выражения сходных значений. На современном этапе в России изучением зависимостей или аддикций занимаются сразу несколько наук, таких как психология, социология, медицина и аддиктология. Данная проблематика пользуется заметным вниманием и зарубежной экономической науки. Английское словосочетание «addictive goods» Б. Гордон и Б. Сунн, Р. Ванг, Дж. Стиглер, Г. Беккер, К. Мэрфи и М. Гроссман, Ф. Отаке, Р. Майклз¹⁰⁹, Т. Бартолд и Х. Хокман¹¹⁰, Ф. Чалупка, В. Вискузи¹¹¹, Р. Поллак, Г. Винстон, Ф. Спинивин¹¹², Л. Иеннаконе¹¹³, Р. Бордли¹¹⁴, Л. Андерсон и М. Баск, Д. Ваймер, А. Вининг и Р. Томас, И. Паласиос-Уэрта применяют в экономических исследованиях отношений в сфере неординарных товаров, вызывающих привыкание. В тоже время, для российской экономической науки использование термина аддикция и его производных является относительно новым.

¹⁰⁹ Michaels R. J. Addiction, compulsion, and the technology of consumption // *Economic Inquiry*. 1988. Vol. XXVI. P. 75–88.

¹¹⁰ Barthold T. A., Hochman H. M. Addiction as extreme-seeking // *Economic Inquiry*. 1988. Vol. XXVI. P. 89–106.

¹¹¹ Viscusi W. K. Do smokers underestimate risks? // *Journal of Political Economy*. 1990. № 98. P. 1253–1269.

¹¹² Spinnewyn F. Rational habit formation // *European Economic Review*. 1981. № 15. P. 91–109.

¹¹³ Iannaccone L. R. Addiction and satiation // *Economic Letters*. 1986. № 21. P. 95–99.

¹¹⁴ Bordley R. F. Satiation and habit persistence (or the Dieter's dilemma) // *Journal of Economic Theory*. 1986. № 38. P. 178–184.

Глава 2. Стейкхолдеры аддиктивных рынков

2.1. Субъекты и параметры развития рынков аддиктивной продукции

На основе теории матриц и комбинаторики составлена «комбинаторная матрица» зависимостей субъектов, объектов, индикаторов – таблица 2.

Таблица 2

Матрица комбинаций зависимостей
между субъектами, объектами, индикаторами

Фактор \ Фактор	I.Субъекты	II.Объекты	III.Индикаторы
I.Субъекты	Взаимосвязь и взаимодействие субъектов.	Воздействие аддиктивных благ на субъектов.	Индикаторы в разрезе субъектов.
II.Объекты	Воздействие субъектов на аддиктивные блага.	Взаимосвязь аддиктивных благ.	Индикаторы в разрезе аддиктивных благ.
III.Индикаторы	Описание субъектов по индикаторам.	Описание аддиктивных благ по индикаторам.	Корреляция индикаторов.

На пересечении строк и столбцов образованы элементы матрицы, содержание которых необходимо исследовать.

Такие управленческие теории, как теория агентов¹¹⁵, концепция заинтересованных сторон¹¹⁶ анализируют стратегии преимущественно с позиции главного участника – предприятия, осуществляющего стратегическое планирование.

¹¹⁵ Ross S. The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem // American Economic Review. 1973. Vol. 63. May.

¹¹⁶ Фримен Р. Э. Интерпретация теории заинтересованных сторон: некоторые направления будущего развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». 2012. Вып. 1. С. 117–135 ; Freeman R. E. Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA : Pitman Publishing, 1984. P. 25.

«Теория стейкхолдеров утверждает, что при достижении целей деятельности организации следует принимать во внимание разнообразные интересы различных заинтересованных сторон (стейкхолдеров), которые будут представлять некий тип неформальной коалиции. ...»¹¹⁷.

В ситуации с индифферентными товарами цели стейкхолдеров и степень их достижения могут быть обозначены и измерены при помощи рыночных механизмов.

Субъектная структура репрезентативного рынка аддиктивных благ включает непосредственных участников рыночных транзакций, заинтересованных и причастных сторон.

Заинтересованные стороны – субъекты прямо связанные своими экономическими интересами со сценарием институционального развития рынка.

Причастная сторона – индивиды и их организации, которые испытывают воздействие экстерналильных эффектов функционирования данного рынка, косвенно заинтересованные в определенном векторе его эволюции.

Причастие – присоединение к чему-либо, становление частью этого¹¹⁸. Причастная сторона – любой субъект (индивидуум, группа, организация), которые могут воздействовать на главную цель, подвергаться воздействию или ощущать себя подверженной воздействию действий, совершаемых ради главной цели общества.

Наряду с традиционными для рынков индифферентных товаров субъектами – продавцами и покупателями, на рынках аддиктивных товаров выделены окружающие потребителей люди и государство, выступающее не в роли продавца, а в роли регулятора поведения субъектов рынка.

¹¹⁷ Зуб А. Т. Стратегический менеджмент : Теория и практика : учеб. пособие для вузов. М. : Аспект Пресс, 2002. 415 с. URL: http://vmg.pp.ua/books/Бизнес/books/Управление_Менеджмент/Менеджмент/Зуб%20А.Т.%20-%20Стратегический%20менеджмент.%20Теория%20и%20практика%202002/Стратегический%20менеджмент%20-%20Теория%20и%20практика.pdf (дата обращения: 10.11.2012).

¹¹⁸ Причастие. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Причастие> (дата обращения: 20.05.2013).

В приложении 4 представлены субъекты рынков аддитивных благ, их интересы и иллюстрирующие показатели, с помощью которых может быть описана реализация интересов. Из его данных следует, что диапазон интересов субъектов на рынках аддитивных товаров шире, чем на рынках индифферентных товаров: включает наряду с сугубо меркантильными индивидуальными интересами выгоды, извлекаемой хозяйствующими субъектами, государством, ассоциациями, представляющими бизнес, также общественные интересы – сокращения предложения и спроса на вредные товары, профилактики, лечения и реабилитации зависимых потребителей, создания условий для защиты окружающих от негативных последствий потребления аддитивных товаров в настоящем и ограничение решений и действий с пагубными последствиями для здоровья будущего общества, что в интересах потребителей, окружающих их людей, религиозных и благотворительных организаций, государства и будущих поколений. Стороны не должны принимать решений, которые ограничат сферу выбора новых поколений в будущем.

Интересы различных субъектов могут быть разнонаправленными, противоречивыми. Взаимодействие сторон рассматривается как единое целое, равнодействующая интересов частей которого определяет траекторию движения к главной цели.

На рынках аддитивных благ родовыми политипными натуральными показателями, преимущественно которые и определяют индивидуальные натуральные и стоимостные показатели интересов сторон, являются потребление и здоровье.

Вторичными субъектами являются теневые образования, выражающие интересы хозяйствующих субъектов (это например, бутлегеры, коррумпированные чиновники, ассоциации участников алкогольного рынка) и некоммерческие объединения, выражающие интересы хозяйствующих субъектов (союзы, ассоциации и др.), потребителей и окружающих их третьих лиц (например, религиозные, благотворительные организации).

Условно обозначены в качестве субъекта будущие поколения, на интересы которых оказывает значительное влияние прошлое и текущее потребление аддиктивных благ.

Потребители подразделяются на аддиктивных и рациональных, поскольку их интересы могут кардинально расходиться.

Интересы государственных институтов на рынках аддиктивных товаров двойки, как собственно и всех субъектов. С групповой точки зрения, государственные институты выступают в роли заинтересованного фасилитатора, помогая различными методами субъектам понять общую цель и поддерживая позитивную групповую динамику для достижения этой цели.

В рекомендованной медициной структуре и пределах легитимные государственные институты могут поддерживать потребление, за которое голосует общество, для достижения фискальных и социально-политических целей. При потреблении, например, алкогольной продукции сверх норм, деятельность государства является неэффективной, поскольку сопровождается социальными потерями и требует корректировки.

Теневые образования формируются как из нелегальных и неформальных хозяйствующих субъектов, так и их объединений с коррумпированными чиновниками. Интересом теневых структур является увеличение потребления аддиктивных благ с целью максимизации незаконных доходов. Как и интересом аддиктивных потребителей, вынужденно увеличивающих потребление для сохранения или усиления «эйфории» и минимизации тяжести абстинентного синдрома. Напротив, в интересы рациональных потребителей, которые принимают в учет также интересы будущих поколений входит снижение потребления аддиктивных благ для минимизации негативных последствий в целом и в частности минимизации бремени болезней, связанных с их употреблением. В интересы ближайшего окружения, а часто и случайных лиц, страдающих материально и морально от зависимых потребителей, также входит умеренное потребление без ущерба здоровью.

В круг интересов религиозных организаций входит профилактика немедицинского потребления аддитивных товаров, реабилитация потребителей и их окружающих посредством просветительской и профилактической деятельности.

Целью ассоциаций, представляющих хозяйствующие субъекты, может являться рост производства и реализации легальных аддитивных благ, без учета относительно безопасного уровня их потребления.

Хозяйствующие субъекты, объединяющие акционеров, менеджеров, поставщиков, производителей комплементарных благ и представляющие их интересы некоммерческие организации, преследующие главным образом меркантильные цели, обусловленные получением личного дохода, в том числе и за счет внешнего увеличения потребления аддитивных товаров, все же ограничены правовыми и этическими нормами защиты здоровья населения.

Учет требований сторон приводит участников к осознанию своей роли и ответственности в устойчивом развитии экономической, социальной и экологической среды. Одновременно с развитием экономических отношений происходит изменение и развитие социальных отношений. Экономика не может существовать изолированно от социума. Например, хозяйствующие субъекты должны учитывать социальные и экологические последствия своей деятельности. Организации должны увязать интересы максимизации прибыли со стратегическими интересами общества. Стороны также не должны принимать решений, которые ограничат сферу выбора новых поколений в будущем.

Базой для постоянных связей, отношений между субъектами рынка аддитивных благ является обмен. Укрупненная схема движения аддитивных благ, доходов, расходов, налогов, социальных трансфертов, дотаций представлена на рисунке 6.



Рис. 6. Взаимосвязь субъектов рынка аддитивных благ

Потребители и окружающие их третьи лица совместно представляют собой сектор домашних хозяйств. В классических схемах экономического кругооборота¹¹⁹ такое деление домашних хозяйств отсутствует, но для аддитивных благ оно имеет значение.

Домашние хозяйства предъявляют спрос и потребляют аддитивные блага, оплачивая их за счет доходов, которые они получают, предоставляя в распоряжение хозяйствующих субъектов труд, капитал, другие факторы производства. Одновременно, потребители оплачивают косвенные налоги (акцизы и налог на добавленную стоимость), влияют на государство, создающее условия для производства и реализации аддитивных благ.

С развитием зависимости потребителя от аддитивных благ требуется увеличение их потребления, следовательно, должно происходить увеличение доходов потребителя или снижение цены потребляемых аддитивных благ.

¹¹⁹ См., например: Экономика : учебник. С. 89 ; Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. Т. 1. С. 102.

Цена аддиктивных благ твердо установлена рынком, возможности потребителя заменять одно аддиктивное благо другим с равнозначной полезностью ограничены, поэтому потребителю остается искать возможности увеличения дохода. Труд, накопленный капитал, семья, окружающие друзья, коллеги, собственное здоровье идут в оплату растущего спроса. Однако, на определенном этапе зависимый потребитель утратит легальные возможности удовлетворения растущего спроса и придется обратиться к криминальным источникам (DSB-доход). Не столько деградация морали или криминальные наклонности, сколько рациональная экономическая логика выводит наркозависимого потребителя за пределы юридических и нравственных норм. DSB-доход изъят, отнят, украден наркоманом у кого-то другого¹²⁰. И для пострадавшего потери – это DSB-расходы «расходы, возникающие вследствие настоящего стремления к наркотикам» (drug seeking behavior costs – DSB-расходы).

Третьи лица, окружающие потребителей противодействуют потреблению аддиктивных благ, их производству и реализации теневыми субъектами. Противодействие потреблению осуществляется, чтобы потребитель не приобрел зависимость и, когда необходимо лечение и реабилитация аддиктов. Противодействие распространению аддиктивных благ осуществляется путем воздействия на государственные институты, создающие условия производства и реализации аддиктивных благ. Противостоять незаконному распространению аддиктивных благ граждане могут, сообщая в правоохранительные органы о местах такой реализации, о фактах нарушения законодательства в сфере изготовления и реализации аддиктивных благ. На современном этапе общественное противостояние распространению аддиктивных товаров принимает и экстремистские формы.

¹²⁰ Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. Социальное пространство наркотизма. Тимофеев Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. С. 199.

Например, группа «молодежный антинаркотический спецназ» устраивает погромы точек продажи наркотических средств¹²¹.

Государство собирает подоходный налог непосредственно с домашних хозяйств, а также прямые, косвенные налоги, сборы с хозяйствующих субъектов, формируя тем самым доходную часть бюджета. Одна часть собранных средств государством тратится на себя (государственные расходы на администрирование). Другая – на защиту интересов легальных хозяйствующих субъектов (честная конкуренция, соблюдение прав собственности, дотации производителям, подавление теневой деятельности). Рассматривая экстремальную ситуацию потребления аддиктивных благ, очевидно, что предельный криминальный DSB-доход совпадает с предельной полезностью для потребителя аддиктивного блага. В случае с наркотиками предельная полезность может означать передозировку и уход потребителя с рынка, что означает невозможность возврата утраченного DSB-дохода третьим лицам (родственникам, коллегам, друзьям и др.). Государство за счет бюджетных средств должно обеспечить защиту третьих лиц от аддиктивных потребителей путем расходов на полицию, правосудие, профилактику потребления, лечение и реабилитацию потребителей и др. В случае невозможности взыскания DSB-дохода с аддикта, компенсация материального и морального ущерба пострадавшим третьим лицам должна осуществляться за счет государства. Государство теряет средства на ликвидацию ущербов, полученных по вине аддиктов, от снижения производительности труда, на социальные трансферы в связи с выплатой пособий по инвалидности, по случаю потери кормильца, в связи с содержанием нетрудоспособных в домах интернатах и др. Важнейшим направлением деятельности государства является профилактика потребления аддиктивных благ, а также лечение и реабилитация потребителей.

¹²¹ Самоха С. «Молодежный антинаркотический спецназ» вышел на тропу войны. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=925708> (дата обращения: 30.03.2013)

В свою очередь потребители аддиктивных благ, особенно наркотиков, ради удовлетворения собственного потребления воздействуют на третьих лиц, вовлекая на рынок, например, друзей, коллег, знакомых и пр. Начинаящий потребитель, который может сомневаться, тратить ему деньги на наркотик или нет, очень часто получает наркотик «на пробу» бесплатно.

Усилия третьих лиц и государства направлены на удержание потребления аддиктивных благ в пределах относительно безопасных медицинских, социальных, канонических, институциональных норм.

Взаимодействие осуществляется и внутри групп субъектов. Распространено групповое потребление аддиктивных благ, например, алкогольной продукции. Хозяйствующие субъекты конкурируют между собой или, наоборот, могут создавать ассоциации, вступать в сговор. Внутри государственных структур также происходит взаимодействие, противостояние, например, между исполнительной и законодательной властью. Третьи лица, окружающие потребителей, объединяются как в неформальные, так и в законодательно оформленные некоммерческие организации с целью достижения своих целей.

Для обеспечения нормального взаимодействия и взаимосвязей субъектов сумма полученных государством налогов и сборов должна соответствовать сумме расходов на содержание государственных институтов, необходимых для регулирования сферы аддиктивных благ, выплату социальных трансферов, обусловленных их потреблением, компенсацию DSB-дохода пострадавшим третьим лицам и др.

В ситуации, когда государство не эффективно справляется со своими функциями, предложение аддиктивных благ переходит под контроль альтернативных теневых структур, не уплачивающих налоги и сборы. В результате у государства будут отсутствовать необходимые средства, а потребители, третьи лица и общество в целом будут нести убытки в связи с потреблением аддиктивных благ.

Воздействие субъектов на аддиктивные блага – влияние потребителей, хозяйствующих субъектов, государственных институтов, третьих лиц на аддиктивные блага.

Потребители влияют на существование тех или иных аддиктивных благ, предъявляя спрос. На рынке набирается достаточное количество голосов потребителей, чтобы предприятия были готовы производить аддиктивные блага, а государственные институты, несмотря на отрицательные внешние эффекты, создавали условия для официального существования целого ряда аддиктивных благ.

Государство для минимизации отрицательных внешних эффектов запрещает наиболее опасные из них (например, наркотики), устанавливает стандарты качества на разрешенные аддиктивные блага (содержание и качество этилового спирта в алкогольной продукции, требования к содержанию смолы, никотина и монооксида углерода в дыме сигарет, информация, наносимая на потребительскую тару, емкость и материал тары), регламентирует время и место торговли и пр.

Легальные хозяйствующие субъекты производят разрешенные аддиктивные товары и изобретают новые их разновидности, как только государство запрещает определенные виды. Юридический запрет тех или иных аддиктивных благ не прекращает рыночных обменов, а только меняет их условия. Предложение запрещенного аддиктивного блага переходит под контроль теневых образований.

Окружающие потребителей третьи лица оказывают косвенное влияние на аддиктивных блага, например, голосованием против немедицинского потребления наркотиков, против курения и потребления алкоголя в общественных местах, против потребления аддиктивных благ несовершеннолетними и т.д.

Объектами, рассматриваемыми в рамках комбинаторной матрицы, являются аддиктивные товары и услуги.

Характеристику субъектов и объектов необходимо проводить с использованием системы индикаторов (приложение 5).

Потребляемые аддиктивные блага оказывают прямое воздействие на потребителей и косвенное – третьих лиц, а потребности населения в аддиктивных благах влияют на деятельность хозяйствующих субъектов и государственных институтов (приложение 6).

Рассмотрим, как функционирование рынков разрешенных и запрещенных аддиктивных благ влияет на деятельность государственных институтов.

На рынке алкогольной продукции в 2009 г. сформирована Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка и ее Межрегиональные управления по округам, отделы лицензирования розничной реализации алкогольной продукции при органах исполнительной власти субъектов.

На запрещенном рынке наркотиков с 2004 г. действует Федеральная служба РФ по контролю за оборотом наркотиков, ставшая правопреемником Государственного комитета РФ по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, созданного в 2002 г. Имеет территориальные органы в субъектах.

В соответствии с положением о лицензировании производства лекарственных средств (Постановление Правительства РФ от 03.09.2010 № 684) лицензирование осуществляется Министерством промышленности и торговли РФ в части производства лекарственных средств, предназначенных для медицинского применения, и Федеральной службой по ветеринарному и фитосанитарному надзору в части производства лекарственных средств, предназначенных для животных.

В медицинских, научных и учебных целях осуществляется оборот наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, культивирование наркосодержащих растений. Лицензирующим органом является Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития, а также органы исполнительной власти субъектов РФ.

Лицензирующий орган деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах организован в составе Федеральной налоговой службы.

Надзор за организацией запрещенных азартных игр осуществляют районные отделы экономической безопасности и противодействию коррупции МВД России.

Функционирование рынков табачных изделий, энергетических напитков и кофе не привело к формированию профильных государственных ведомств.

Взаимосвязь аддиктивных благ проявляется в следующем:

– регулярный прием любого психоактивного вещества увеличивает вероятность начала употребления других психоактивных веществ (А.Е. Бэрри¹²²);

– присутствует коморбидность форм химических и поведенческих зависимостей (Е. Маккалум, А. Бласцински¹²³, О. Кауш¹²⁴, В.Д. Менделевич);

– взаимозаменяемость аддиктивных благ;

– практикуется совместное потребление аддиктивных благ.

При помощи индикаторов можно описать, составить характеристику субъектов рынков аддиктивных благ.

В приложении 7, основные первичные показатели разобраны по субъектам.

В приложении 8 представлены основные вторичные показатели.

Для характеристики и описания аддиктивных благ можно выделить общие показатели и отраслевые.

Фактическое потребление всех аддиктивных благ на одного человека, одного взрослого человека или в целом населением, можно оценить в стоимостном выражении. Данный показатель будет означать количество

¹²² Уэбстер С. Исследование: стартовый наркотик – это алкоголь, а не марихуана.

¹²³ Maccallum E., Blaszczyński E. Pathological gambling and comorbid substance use // Aust. N Z J Psychiatry. 2002. Vol. 36, Jun.

¹²⁴ Kausch O. Patterns of substance abuse among treatment-seeking pathological gamblers // Journal of Substance Abuse Treatment. 2003. Vol. 25, Dec., № 4.

денежных средств, затраченных в тот или иной период, на приобретение аддиктивных благ. Сопоставимые стоимостные показатели позволят исследовать динамику расходов на аддиктивные блага, структуру расходов на приобретение аддиктивных благ по видам, долю расходов на аддиктивные блага в общих потребительских расходах и т.д.

Потребление алкогольной и спиртосодержащей продукции по видам анализируют в литрах. Главная характеристика алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции – содержание пищевого спирта. Алкогольная продукция классифицируется по содержанию этилового спирта на высокоалкогольную, крепкую, среднеалкогольную, слабоалкогольную. При подсчете производства и потребления всех алкогольных напитков на душу населения, числовые показатели выражаются в литрах абсолютного спирта (содержащего 100 % этанола). В статистике используется понятие «абсолютный спирт» или «абсолютный алкоголь».

В отношении потребления кофеиносодержащих напитков и азартных игр фактически отсутствуют типовые индикаторы. При подсчете потребления всех кофеиносодержащих напитков, числовые показатели необходимо выражать в мг, г, кг кофеина за тот или иной период. Индикатор для азартных игр – численность постоянных участников азартных игр. Медицинской науке необходимо установить критерий постоянства, при котором игра в азартные игры может принимать характер зависимости.

Наиболее распространенными индикаторами потребления табачных изделий и наркотических веществ является численность потребителей, которая показывается в абсолютных величинах, в процентах ко всему населению, в процентах только к взрослому населению, по половозрастным группам. Частным специфическим показателем потребления табачных изделий является численность пассивных потребителей. В отчетах ВОЗ приводится такой оценочный показатель потребления табачных изделий, как количества сигарет, выкуриваемых в день.

Важнейшими медико-социальными индикаторами для всех аддиктивных благ являются соотношение фактического потребления с медицинской безопасной нормой потребления продукции на человека, средний возраст начала употребления.

Показателями, характеризующими вред от потребления аддиктивных благ в целом и по видам являются: численность заболевших и умерших от причин этиологии, связанных с употреблением аддиктивных товаров; численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях; взято под диспансерное наблюдение больных с впервые в жизни установленным диагнозом зависимости; средний уровень продолжительности жизни потребителя того или иного аддиктивного товара; ущерб от несчастных случаев по вине потребителей в состоянии того или иного вида опьянения; численность погибших и пострадавших в результате несчастных случаев по вине людей в состоянии опьянения; удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве преступлений; издержки государства и бизнеса в связи с потерей трудоспособности индивидов; численность индивидов, не окончивших учебное учреждение в связи с потреблением аддиктивных благ и др.

Интерес представляют индикаторы, характеризующие как общую величину, так и вклад каждого аддиктивного блага в общий показатель: поступления налогов и сборов; занятости населения в производстве и реализации; расходов на содержание органов государственной власти; теневой деятельности; преступности, связанной с незаконным оборотом аддиктивных товаров; потерь бюджета от лоббистской деятельности; расходов на лечение, профилактику аддиктивного потребления и его последствий и др.

Показателями, характеризующими уровень развития предпринимательства, эффективность предпринимательской деятельности в том или ином секторе аддиктивных благ являются: количество участников в производстве, оптовой, розничной реализации аддиктивных товаров по

видам; уровень рентабельности проданной продукции; норма прибыли на капитал; удельный вес прибыльных и убыточных предприятий в общем количестве; уровень загрузки производственных мощностей; среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников отрасли и др. В качестве примеров специфических отраслевых показателей в сфере организации и проведения азартных игр можно назвать: средняя ставка и выигрыш, количество игорных зон, игорных заведений, залов игровых автоматов, букмекерских контор, тотализаторов, пунктов приема ставок букмекерской конторы, тотализатора. Экспортные возможности и уровень развития собственного производства характеризуют абсолютные и относительные показатели производства, вывоза и ввоза аддитивных товаров в целом и по видам.

В отраслях, производство продукции которых сопровождается вредным воздействием на окружающую среду, рекомендуется оценивать соответствие уровня загрязнения окружающей среды выбросами и отходами производства экологическим нормам. Например, в спиртовой отрасли важным является показатель удельного веса заводов, оборудованных очистными сооружениями и оборудованием по переработке барды, в общем количестве организаций. Табачные фабрики оборудуются фильтрами очистки воздуха перед выбросом в атмосферу.

По уровню средних потребительских цен на аддитивные товары по видам с учетом специфических характеристик, например, содержания спирта, эффективности сигаретного фильтра, можно прогнозировать структуру их потребления. Анализ динамики специфического для алкогольной отрасли показателя соотношения цены одного литра водки обыкновенного качества отечественного производства и цены одного килограмма говядины позволяет проследить изменение доступности водки и в некоторой степени изменение налоговой политики государства.

Интересным представляется анализ среднемесячной номинальной начисленной заработной платы, уровня производительности работников,

учебной и академической успеваемости людей, употребляющих различные аддиктивные блага по видам и воздерживающихся от их потребления.

В экономической периодике чаще появляются теоретические работы, посвященные рынкам алкогольной и спиртосодержащей продукции и реже рынкам табачных изделий, энергетических напитков, азартных игр, наркотиков.

Основным препятствием для позитивного теоретического подхода к изучению рынков аддиктивных благ и смежных социальных и правовых проблем является дефицит или полное отсутствие достоверной институциональной и статистической информации.

Из таблицы 3 видно, что на рынках наркотиков и азартных игр фактически отсутствует информация об объемах рыночного спроса, предложения и других сторонах работы отраслей, поскольку в условиях юридического запрета регистрация информации невозможна в принципе.

Статистический учет информации о производстве и реализации юридически разрешенных алкогольных и безалкогольных энергетических напитков осуществляется в числе других слабоалкогольных и безалкогольных напитков, данные таможенной статистики об экспорте и импорте в натуральном выражении отсутствуют. Как следствие статистическая информация об энергетических напитках фактически отсутствует. Представляется необходимым в статистическом и таможенном учете выделить энергетические напитки в самостоятельную группу.

Информация об экспорте и импорте табачных изделий приводится в долларах и тоннах. Поскольку внешнеэкономическая деятельность на рынке табачной продукции имеет значительные объемы, отсутствие прямых данных затрудняет расчет потребления табачных изделий на душу взрослого населения. Необходимо осуществлять штучный учет всех операций по табачным изделиям.

Регистрация информационных данных на рынках основных
аддиктивных благ

Информация	Алкогольная продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Производство в натуральном выражении	+	+	-	x	-
Розничная реализация в натуральном выражении	+	-	-	x	-
Данные по экспорту и импорту в натуральном выражении	+	-	-	x	-
Государственные расходы на регулирование рынков	-	-	-	-	-
Государственные расходы на реализацию мер по снижению потребления и ослаблению последствий	-	-	-	-	-
Численность заболевших и умерших от причин этиологии, связанных с употреблением	+	-	-	-	+
Средние потребительские цены	+	+	-	-	-
Финансовые показатели организаций	+	+	-	+	-
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников отрасли	+	+	-	-	-
Соответствие уровня загрязнения окружающей среды выбросами и отходами производства экологическим нормам	+	-	-	x	-
Ущерб третьих лиц	-	-	-	-	-
Количество правонарушений, связанных с незаконным оборотом	+	-	-	-	+

Статистический учет многолетней динамики показателей в наибольшей мере представлен по алкогольной продукции, что позволяет установить четкую функциональную зависимость между ценой, спросом-предложением, эффективностью запретительных мер.

В сфере аддиктивных благ следует организовать учет государственных расходов на регулирование рынков аддиктивных благ и расходов (осуществляемых муниципальной, региональной и федеральной властью), поступающих на реализацию мер по снижению их потребления и ослаблению последствий. В сфере аддиктивных благ важно, чтобы система учета позволяла последовательно рассматривать цепочку эффективности государственных мер, подразделяя ее по потребителям и доходам, регулирующим процессам и затратам.

В затраты необходимо включать и общественные потери от употребления аддиктивных благ, методики оценки которых в отечественной науке не получили необходимого развития. Расчет издержек сложно осуществить из-за специфичности, отсутствия или недоступности подходящих данных и методологических сложностей. Данные об экономических издержках общества от потребления алкогольной продукции рассчитывались в Канаде, Финляндии, Франции, Ирландии, Италии, Японии, Новой Зеландии, Шотландии, Южной Африке, Швейцарии, США, Великобритании¹²⁵. В России оценку экономических последствий от употребления алкоголя молодежью провела Пономарева М.С.¹²⁶ Необходимо разработать и утвердить методологию расчета ежегодного ущерба от потребления аддиктивных благ. Службе государственной статистики следует ежегодно осуществлять оценку ущерба. Для получения достоверных сведений из различных источников необходимо совершенствовать систему государственного статистического наблюдения на основе современных информационных технологий и с учетом международного опыта.

Несмотря на ограниченность возможностей, работа по развитию знаний является необходимой. Пока отсутствуют достоверные данные по табачным изделиям, энергетическим напиткам, игорному бизнесу, наркотикам, следует опираться на теоретические выводы, полученные при

¹²⁵ Global Burden of Disease and Risk Factors / A. D. Lopez [et al.]. N. Y. : Oxford University Press, 2006. 476 p.

¹²⁶ Пономарева М. С. Алкоголизм среди молодежи: экономические оценки.

изучении алкогольных напитков, поскольку аддиктивные блага имеют близкие экономические характеристики. Также необходимо принимать во внимание широкий круг информации косвенной, данные полученные наркологами, психологами, социологами.

Из приложения 9 видно, что наибольшее внимание исследователей привлекает проблема влияния цены на потребление аддиктивных благ, в том числе эластичности спроса. На рынках аддиктивных благ потребители проявляют широкое разнообразие предпочтений и спрос формируется из трех уровней: патологический спрос, при котором потребитель не способен покинуть рынок в результате сознательного экономического выбора; нулевой спрос, при котором потребитель не проявляет интереса к благу, но и не отвергает его полностью; свободный спрос, при котором спрос полностью определяется свободным решением потребителя.

Наиболее устойчивым выводом экономических исследований спроса является демонстрация обратной связи между потреблением аддиктивных товаров и ростом цен на них: Ю.В. Андриенко, А.В. Немцов¹²⁷, К.В. Клементс и Е.А. Сельванатан¹²⁸, К.Е. Квик¹²⁹, М. Сало¹³⁰, П. Кук и Г. Тачен¹³¹, С. Орнштейн и Д. Хансен¹³², Г. Беккер и К.М. Мэрфи¹³³, Ф. Дж. Чалупка¹³⁴, Е. Левит и Д. Коат¹³⁵, Дж. Колкинз¹³⁶, Х. Саффер¹³⁷, А. Бретевиль-Дженсен и М. Саттон¹³⁸, Дж. Ван Орс¹³⁹, Дж.Т. Лиу, Дж.Л. Лиу и С. Чу¹⁴⁰.

¹²⁷ Андриенко Ю. В., Немцов А. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь.

¹²⁸ Clements K. W., Selvanathan K. W. Alcohol consumption // *Applied Demand Analysis: Results from System-Wide Approaches* / ed. by H. Thiel, K. W. Clements. Cambridge, Mass. : Ballinger Publishing Company. 1987. P. 185–264 ; Selvanathan E. A. Cross-country consumption in the UK, 1955-1985: a system-wide analysis // *Applied economics*. 1987. Vol. 20. P. 1071–1086.

¹²⁹ Quek K. E. The demand for Alcohol in Canada: An econometric Study // Discussion Paper № 88.08 / Department of Economics, The University of Western Australia. 1988.

¹³⁰ Salo M. Alkoholijuomien vahittaskulutuksen analyysi vuosilta 1969-1988 (An analysis of off-premises retail sales of alcoholic beverages, 1969-1988). Helsinki, Alco : Taloudellinen tutkimus ja suunnittelu, Tutkimuslusto no. 15. 1990.

¹³¹ Cook P. J., Tauchen G. The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking // *Bell Journal of economics*. 1982. Vol. 13. P. 379–390.

¹³² Ornstein S. I., Hanssen D. M. Alcohol Control Law and the Consumption of Distilled Spirits and Beer // *Journal of Consumer Research*. 1985. № 12. P. 200–213.

¹³³ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

¹³⁴ Chaloupka F. Rational Addictive Behavior and Cigarette Smoking // *Journal of Political Economics*. 1991. Vol. 99, № 4. P. 722–742.

¹³⁵ Lewit E., Coate D. The Potential for Using Excise Taxes to reduce Smoking // *Journal of Health Economics*. 1982, Aug. № 1. P. 217–230.

В.К. Дмитриев¹⁴¹ пришел к выводу, что за почти сорокалетний период царской России не было ни одного случая повышения или понижения душевого потребления алкоголя, которое бы с уверенностью (или хотя бы с большей степенью вероятности) могло быть отнесено к следствиям колебаний урожаев или повышений обложения.

Исследователями также проводилась оценка степени реакции покупателя аддиктивных благ на изменение цен. В результате выявлено значительное колебание эластичности спроса по цене – в диапазоне от эластичного до совершенно неэластичного.

Установлено нелинейное взаимоотношение потребления алкоголя и дохода: Ю.В. Андриенко, А.В. Немцов, М.С. Пономарева¹⁴².

Целый ряд исследований посвящен связи потребления аддиктивных благ с различными выгодами для общества и индивидуума.

В работах А.Л. Александры, В.В. Константинова, А.Д. Деева, А.В. Капустиной, Д.Б. Шестова¹⁴³, С. Пила и А. Бродского¹⁴⁴, Л. Джуса¹⁴⁵ показано, что снижению риска заболеваний сердечнососудистой системы способствует умеренное потребление алкоголя, особенно красного вина.

¹³⁶ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

¹³⁷ Chaloupka F., Saffer H. The Demand for Illicit Drugs // Working Paper № 5238. Cambridge (MA), 1995.

¹³⁸ Bretteville-Jensen A. L., Sutton M. Under the Influence of the Market: an Applied Study of Illicit Selling and Consuming Heroin. N. Y., 1996.

¹³⁹ Van Ours J. The Price Elasticity of Hard Drugs: The Case of Opium in the Dutch Indies, 1923–1938 // Journal of Political Economy. 1995. Vol. 103, № 2. P. 261–279.

¹⁴⁰ Liu J. T., Liu J. L., Chou S. Y. The Demand for Opium in the Japanese Colony of Taiwan, 1914–1942. Taipei, Taiwan, 1996.

¹⁴¹ Дмитриев В. К. Критические исследования о потреблении алкоголя в России // Мировая экономическая мысль : Сквозь призму веков. С. 857–861.

¹⁴² Пономарева М. С. Оценка микроэкономических факторов потребления алкоголя молодыми людьми : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. М., 2013. С. 17.

¹⁴³ Потребление алкоголя и его связь со смертностью от сердечно-сосудистых заболеваний мужчин 40-59 лет : Данные перспективного наблюдения за 21,5 года / А. Л. Александры [и др.] // Терапевтический архив. 2003. № 12. С. 8–12.

¹⁴⁴ Peele S., Brodsky A. Exploring psychological benefits associated with moderate alcohol use: a necessary corrective to assessments of drinking outcomes? 2000. Nov. 1, (№ 60 (3)). P. 221–247.

¹⁴⁵ Djousse L. Brigham and Women's Hospital and Harvard Medical School. Boston ; USA, 2009. URL: <http://www.cardiosite.ru/new.asp?id=30779> (date of access: 23.11.2013).

По оценкам М. Сато и Я. Окуса¹⁴⁶ употребление алкоголя повышает производительность труда мужчин на 13 %, а по расчетам М.С. Пономаревой напротив косвенные экономические затраты из-за снижения производительности пьющих в молодости индивидов в 2006 г. составили 66 млрд. руб. в год¹⁴⁷.

Существуют исследования, доказывающие наличие корреляции между потреблением алкоголя и успеваемостью молодежи, выпуском из учебного учреждения. С. Дж. Ловеланд-Черри¹⁴⁸ выявил обратную зависимость между успеваемостью и количеством потребляемого алкоголя, и, положительную зависимость между пропуском занятий в школе, плохими оценками и увеличением потребления алкоголя. В работе П. Дж. Кука и М. Дж. Мура¹⁴⁹ подтверждается, что старшеклассники, употребляющие алкоголь дважды в неделю, учатся на 2-3 года меньше, чем их сверстники.

М.Е. Бейтс и Дж. И. Трейси¹⁵⁰ установили положительную взаимосвязь между потреблением алкоголя и умственными способностями.

Дж.Б. Незлек, С.Дж. Пилкингтон, К.Г. Библро¹⁵¹ обнаружили положительное влияние потребления алкоголя молодежью на их социализацию, преодоление психологических барьеров.

Анализ занятости и доходов показали, что умеренное потребление алкоголя положительно влияет на трудоустройство и заработную плату

¹⁴⁶ Sato M., Ohkusa Y. An Empirical Study of Alcoholic Consumption and Labor Productivity in Japan. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=413641 (date of access: 23.11.2013).

¹⁴⁷ Пономарева М. С. Оценка микроэкономических факторов потребления алкоголя молодыми людьми. С. 81.

¹⁴⁸ Loveland-Cherry C. J. Alcohol, children, and adolescents // Annual Review of Nursing Research. 2005. Vol. 23. P. 77–135.

¹⁴⁹ Cook P. J., Moore M. J. Drinking and Schooling // Journal of Health Economics. 1993. Vol. 12. P. 411–429.

¹⁵⁰ Bates M. E., Tracy J. I. Cognitive functioning in young “social drinkers”: Is there impairment to detect? // Journal of Abnormal Psychology. 1990. Vol. 99. P. 242–249.

¹⁵¹ Nezelek J. B., Pilkington C. J., Bilbro K. G. Moderation in excess: Binge drinking and social interaction among college students // Journal of Studies on Alcohol. 1994. Vol. 55. P. 342–351.

мужчин и женщин: П. Чаттерджи, Дж. ДеСимоне¹⁵², З. Макдональд, М.А. Шилдс¹⁵³, М. Бергер, Дж. Ли¹⁵⁴, Э. Текин¹⁵⁵, Р. Брайант¹⁵⁶, Г.А. Жаркин¹⁵⁷.

По данным ВОЗ¹⁵⁸, Г. Эдвардса¹⁵⁹, Е.М. Андреева и И.А. Збарской¹⁶⁰ употребление аддитивных благ отрицательно сказывается на физическом и психическом здоровье человека, приводит к значительному числу болезней.

Значительный вклад алкоголь вносит в российскую сверхсмертность через смертность от внешних причин – убийств, самоубийств, ДТП, травм, несчастных случаев и т.д.¹⁶¹ В России с алкоголем связаны 61 % смертей от внешних причин¹⁶². По оценкам Д.Р. Инглиша¹⁶³ в развитых странах 34 % всех автомобильных аварий, утоплений и падений, а также 47 % убийств, 41 % суицидов и 44 % пожаров, повлекших за собой смерть людей, были совершены под воздействием алкогольного опьянения. По расчетам А.В. Немцова, каждая третья смерть в России имеет прямой или косвенной причиной алкоголь, а абсолютные потери могут достигать 750 тыс. в год.

Влияние потребления аддитивных благ на продолжительность жизни исследовали К.Д. Данишевский¹⁶⁴, А. Коротаев и Д. Халтурина¹⁶⁵, А.В.

¹⁵² Chatterji P., DeSimone J. High School Alcohol Use and Young Adult Labor Market Outcomes // NBER Working Paper № 12529, 2006.

¹⁵³ MacDonald Z., Shields M. A. The Impact of Alcohol Consumption on Occupational Attainment in England // *Economica*. 2001. Vol. 68 (271), Aug. P. 427–453.

¹⁵⁴ Berger M. C., Leigh J. P. The Effect of Alcohol Use on Wages // *Applied Economics*. 1988. Vol. 20 (10), Oct. P. 1343–1351.

¹⁵⁵ Tekin E. Employment, wages, and alcohol consumption in Russia: Evidence from panel data, Discussion Paper № 432. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=300649 (date of access: 23.11.2013).

¹⁵⁶ Bryant R. R., Sumaranayake V. A., Wilhite A. Alcohol use and wages of young men: Whites vs. nonwhites // *International Review of Applied Economics*. 1992. Vol. 6 (2). P. 184–202.

¹⁵⁷ Zarkin G. A., French M. T. Alcohol use and wages: New results from the National Household Survey on Drug Abuse // *Journal of Health Economics*. 1998. Vol. 17 (1). P. 53–68.

¹⁵⁸ WHO, Global Status Report on Alcohol, 2004. Country profile. URL: [http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9241562722_\(425KB\).pdf](http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9241562722_(425KB).pdf) (date of access: 23.11.2013).

¹⁵⁹ Alcohol policy and the public good / ed. by G. Edwards [et al.]. Oxford : Oxford University Press, 1994. 226 p.

¹⁶⁰ Андреев Е. М., Збарская И. А. Статистика смертности в России от причин алкогольной этиологии // *Вопросы статистики*. 2009. № 8. С. 44–50.

¹⁶¹ Stenbacka M., Leifman A., Romelsjö A. Mortality and cause of death among 1705 illicit drug users: a 37 year follow up // *Drug and alcohol review*. 2010. Vol. 29 (1). P. 7–21.

¹⁶² Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия : докл. Обществ. палаты Рос. Федерации от 13 мая 2009 года. М. : Асконлайн, 2009. С. 16.

¹⁶³ The quantification of drug caused morbidity and mortality in Australia / D. R. English [et al.]. Canberra : Commonwealth Department of Human Services and Health, 1995.

¹⁶⁴ Данишевский К. Демографический кризис в России: оптимальные пути преодоления // *Отечественные записки*. 2006. № 29 (2). С. 50–62.

Немцов, А.В. Подлазов¹⁶⁶. По мнению К.Д. Данишевского курение в среднем отнимает 10 лет жизни. Анализ А.В. Подлазова показывает, что увеличение эффективного потребления на 1 л / чел. в год сокращает продолжительность жизни мужчин на $0,84 \pm 0,04$ года, а женщин - на $0,32 \pm 0,03$ года.

Аддиктивные блага вовлечены в различные типы правонарушений, включая насильственные преступления. Данную взаимосвязь исследовал К. Пернанен¹⁶⁷.

Помимо объема среднедушевого потребления аддиктивных товаров на индивидуальные проблемы влияет структура потребления – частота, доза и виды потребляемых аддиктивных благ. Бобак М., Мерфи М., Роуз Р., Мармот М. на примере трех городов из России, Чехии и Польши показали, что в России, несмотря на более низкий объем и редкую частоту потребления, разовые дозы этанола выше, чем в других странах и как следствие, больше индивидуальных проблем, связанных с алкоголем¹⁶⁸.

В.К. Дмитриев¹⁶⁹, Дж. Симпура¹⁷⁰ исследовали влияние урбанизации и индустриализации на потребление алкоголя. Исследование В.К. Дмитриева статистики царской России показало, что всякое усиление отлива населения из деревень в городские и индустриальные центры сопровождается повышением потребления алкоголя в стране. И, совсем противоположные выводы делает современный исследователь Дж. Симпур.

¹⁶⁵ Коротяев А., Халтурина Д. Русский водочный крест. URL: <http://alcomarket.info/CRNAP/print.asp?NewsId=48474> (дата обращения: 24.11.2013)

¹⁶⁶ Подлазов А. В. Модернизации смертности в России. Алкоголь и реформы. URL: <http://demoscope.ru/weekly/2006/0265/analit02.php> (дата обращения: 24.11.2013).

¹⁶⁷ Pernanen K. Alcohol in Human Violence. N. Y. : Guilford Press, 1991. 280 p.

¹⁶⁸ Determinants of adult mortality in Russia. A study based on siblings' survival / M. Bobak [et al.] // *Epidemiology*. 2003. Vol. 14. P. 603–611.

¹⁶⁹ Дмитриев В. К. Критические исследования о потреблении алкоголя в России. С. 857–861.

¹⁷⁰ Simpura J. Mediterranean Mysteries: Mechanisms of Declining Alcohol Consumption // *Addiction*. 1998. Sept. (№ 93 (9)). P. 1301–1304.

2.2. Институциональная опека аддиктивных благ

Ситуации, требующие вмешательства государства встречаются в современной экономике и становятся предметом исследования экономической теории, подсказывающей меры по регулированию подобных рынков товаров и услуг, направленные на их эффективное функционирование и реализацию социально-экономических интересов (приложение 10).

Блага, предназначенные для индивидуального потребления, делимы, то есть они состоят из достаточно мелких единиц, чтобы отдельные покупатели могли их купить. Кроме того, они исключаемы: те кто не могут и не хотят платить, не получают выгод от данного блага. В отличие от индивидуальных, общественные блага неделимы и неисключаемы, что позволяет предположить, что множества индивидуальных и общественных благ не пересекаются. Однако, в экономике чаще встречаются смешанные блага, включающие в себя свойства как индивидуальных, так и общественных благ, например, пресная вода, морская рыба. Молчанов И.Н., несмотря на делимость и исключаемость, к смешанным общественным благам относит алкогольную продукцию, табачные изделия¹⁷¹. В случае общественных благ вмешательство государства необходимо также из-за неспособности рынка обеспечить размещение ресурсов в соответствии с индивидуальными предпочтениями. Выделяют достойные блага, которые общество считает нужным поддерживать, и которые у индивидуумов не сформированы должным образом (образование, культура и др.) и недостойные блага, потребление которых общество считает нужным ограничивать (алкогольные и спиртосодержащие напитки, табачные изделия, наркотики и др.). Экстерналии и информационная асимметрия являются основаниями для государства нарушать суверенитет потребителя в принятии решения

¹⁷¹ Молчанов И. Н. Экономика общественного сектора. Тема 2. Причины существования и функции общественного сектора. Занятие № 4. URL: http://gendocs.ru/docs/12/11091/conv_1/file1.pdf (дата обращения: 06.09.2013).

относительно аддиктивных благ. Поэтому множества общественных, индивидуальных и аддиктивных благ пересекаются – рисунок 7.

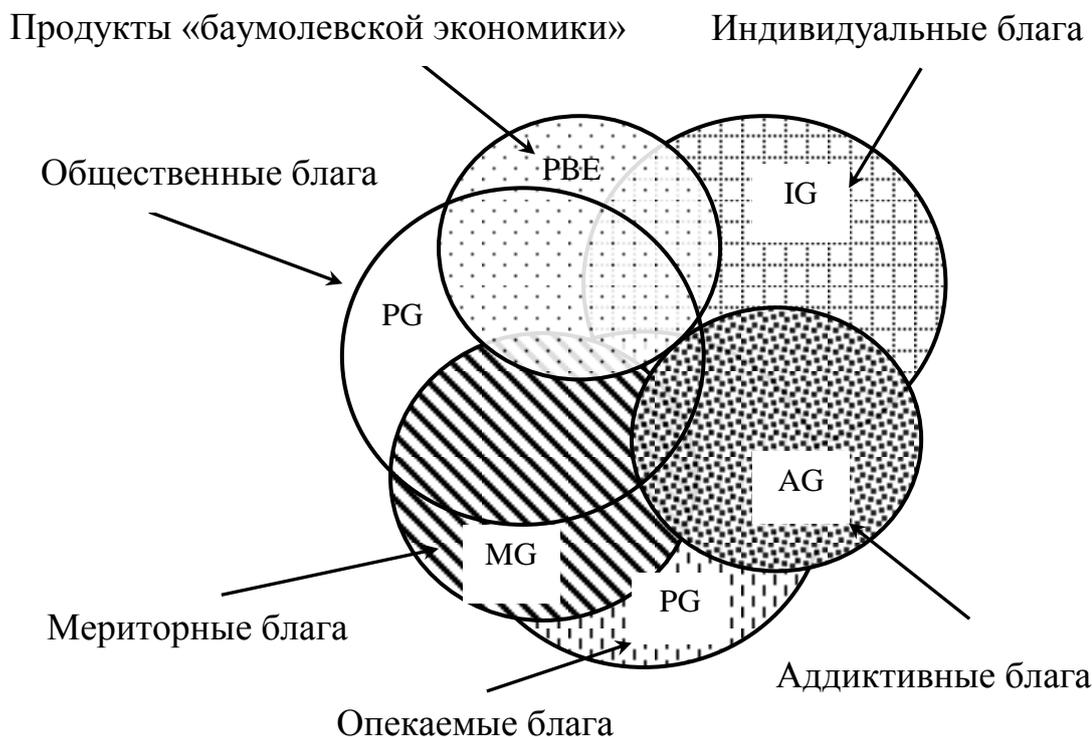


Рис. 7. Взаимодействие рынков специфических благ

Условные обозначения: Где MG - мериторные блага (англ. merit goods); PBE - продукты «баумолевской экономики» (англ. products of Baumol's economy); PG - общественные блага (англ. public goods); PG - опекаемые блага (англ. paternalistic goods); IG - индивидуальные блага (англ. individual goods); AG - аддиктивные блага (англ. addictive goods).

Масгрейв Р.А. к мериторным благам относит товары и услуги, спрос на которые со стороны частных лиц отличается от нормативных установок общества¹⁷². По таким услугам, как театр, кино, музеи и др. в качестве нормативных предпочтений частных лиц должны выступать «общие нормы», что говорит о пересечении множеств мериторных и общественных благ. В случаях иррационального поведения, с которым пересекается аддиктивное поведение, индивидум не располагает достаточными ресурсами для реализации нормативно «правильных» предпочтений, что является причиной пересечения множеств мериторных и аддиктивных благ. На некоторые

¹⁷² Musgrave R. A. The Theory of Public Finance. N. Y. ; London, 1959.

мериторные блага распространяется принцип делимости и исключаемости, поэтому множество мериторных благ пересекается с множеством частных товаров и услуг. Инновационные продукты с повышенными рисками разработок не относятся к мериторным благам, а услуги, оказываемые в сфере культуры, традиционно страдают «болезнью цен», что говорит о пересечении продуктов «баумолевской экономики» и мериторных благ.

Суть феномена, названного «болезнью цен», заключается в том, что в некоторых ситуациях издержки производства растут быстрее, чем цены на конечный продукт¹⁷³. В качестве примера можно привести культурные и образовательные блага, инновационные продукты. Отсюда множество продуктов «баумолевской экономики» пересекается с множествами общественных и мериторных, а через множество инновационных продуктов, которые бывают делимыми и исключаемыми, пересекаются с множеством индивидуальных товаров и услуг. Инновационные товары, например, такие как, пейджер, сотовый телефон, тамагочи, iPad, становятся предметами аддиктивного поведения многих потребителей, вызывая так называемую техническую аддикцию. Однако, сложно найти конкретные примеры инновационных товаров «баумолевской экономики», которые став аддиктивными для широкой массы потребителей продолжали бы страдать «болезнью цен». На аддиктивные товары производитель устанавливает цены, превышающие издержки, поскольку спрос на них неэластичен. С товарами «баумолевской экономики» ситуация противоположная. Что позволяет предположить, что аддиктивные блага и блага «баумолевской экономики», пожалуй, не имеют области пересечения.

В теории рынков опекаемых благ А.Я. Рубинштейн соединил воедино экономические описания общественных товаров, продуктов «баумолевской экономики», мериторных благ¹⁷⁴. Однако, следует говорить не о включении

¹⁷³ Baumol W. J., Bowen W. G. Performing Arts : The Economic Dilemma. The Twentieth Century Fund. N. Y., 1966.

¹⁷⁴ Рубинштейн А. Я. К теории рынков «опекаемых благ» : науч. докл. М. : Ин-т экономики РАН, 2008. 63 с.

данных подмножеств в множество опекаемых благ, а о пересечении множеств, поскольку отнесение товаров и услуг к классу опекаемых во многом зависит от общего состояния экономики, траектории предшествующего развития, а также от стратегических и тактических установок проводимой государством экономической политики. Экстернальные эффекты, информационная асимметрия и стремление общества к оптимизации уровня производства и потребления некоторых аддиктивных благ являются предпосылками пересечения аддиктивных и опекаемых благ.

А.Я. Рубинштейн блага, производство и потребление которых связано с государственной активностью, объединяет в «опекаемые блага»¹⁷⁵. К.И. Микульский, В.З. Роговин, С.С. Шаталин говорят о том, что «общество объективно вынуждено, заботясь о подлинных интересах развития человека и общественного развития, социально опекать, социально гарантировать удовлетворение ряда потребностей, которые оно считает общественно и лично наиболее важными»¹⁷⁶.

Определение «опекаемый» применяется традиционно к социально незащищенным слоям населения. «Товары и услуги, в отношении производства и потребления которых у общества имеется свой, нормативный, интерес, и названы «опекаемыми благами»¹⁷⁷.

Нормативный интерес у общества присутствует и к благам, вызывающим привыкание.

По мнению Р.А. Масгрейва¹⁷⁸ спрос на мериторные блага отстает от желаемого обществом и стимулируется государством, то есть концепция

¹⁷⁵ Рубинштейн А. Я. К теории рынков опекаемых благ. Статья 1. Опекаемые блага и их место в экономической теории. С. 139–153.

¹⁷⁶ Микульский К. И., Роговин В. З., Шаталин С. С. Социальная политика КПСС. М. : Политиздат, 1987. С. 206.

¹⁷⁷ Рубинштейн А. Я. К теории рынков «опекаемых благ». С. 5.

¹⁷⁸ Musgrave R. A. The Theory of Public Finance.

мериторики связана с интересами государства в целом, которые не проявляются в индивидуальных предпочтениях¹⁷⁹.

Выделение группы мериторных товаров напрямую увязывается с существованием разрыва между «правильными» и фактическими потребностями частных лиц. А.Я. Рубинштейн отмечает родство между общественными и мериторными товарами. И в том, и в другом случае предпочтения индивидуумов, выявляемые рынком, объявляются «искаженными», а в качестве же истинных их предпочтений постулируются оценки «эксперта по этике»¹⁸⁰.

Специфические свойства аддиктивных товаров заставляют общество ограничивать спрос на них.

В работе К.И. Микульского, В.З. Роговина, С.С. Шаталина в отношении опекаемых благ говорится, что реализация социалистической модели потребления означает удовлетворение рациональных, разумных, следовательно, нормальных с общественной точки зрения потребностей. В данном случае речь идет о минимальном уровне, социально гарантированном минимуме (предельном стандарте) их удовлетворения.

В случае же с аддиктивными благами опека заключается в ограничении, соблюдении нормального с медицинской и социальной точки зрения уровня потребления.

Факт наличия нормативно «истинных» потребностей в отношении производства и потребления аддиктивных товаров, отличающихся от индивидуальных предпочтений, делает их очевидными кандидатами в «опекаемые блага».

Рубинштейн А.Я. обозначил субъектом опеки государство¹⁸¹.

¹⁷⁹ Корчагина Т. В. Мериторные блага в условиях формирования экономической системы нового типа : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01. М., 2011. 29 с. URL: <http://iop.rea.ru/CommonFiles/Autoref/автореферат%20Корчагиной%20ТВ.doc> (дата обращения: 14.05.2012).

¹⁸⁰ Рубинштейн А. Я. К теории рынков «опекаемых благ». С. 23.

¹⁸¹ Рубинштейн А. Я. К теории опекаемых благ. Неэффективные и эффективные. URL: <http://www.regconf.hse.ru/uploads/...doc> (дата обращения: 02.02.2013).

Институциональная опека отдельных категорий благ представляет собой социально значимую институциональную функцию государства, связанную с повышенным регулирующим воздействием на их производство, обращение и потребление посредством специальных функций санкционирования, нормирования, стандартизации, сертификации, лицензирования, учета, контроля, анализа, оценки, наблюдения, с целью снижения объемов транзакций до нормативных установок общества.

Однако, в той сфере, где государство терпит фиаско в осуществлении своих полномочий, функции правительства может захватить мафия. Г.И. Гроссман предлагает подход, в котором мафия моделируется, как конкурент государства в предоставлении государственных услуг¹⁸². По мнению, Э. Эндерсона выполнять функции криминального правительства, которое берет на себя организацию «теневого правосудия», под силу не преступникам-одиночкам и не конкурирующим бандам, а только крупным организациям, действующим долгие годы¹⁸³. Дж.М. Бьюкенен считает, что монопольная преступность в сфере «преступлений без жертв» охватывает те виды деятельности, которые считаются «социально вредными»¹⁸⁴.

Опека государства может быть позитивной, если осуществляется для поддержания положительных эффектов в производстве и потреблении благ на несостоятельных рынках, а может быть негативной, если решается задача минимизации негативных последствий производства и потребления тех или иных благ.

Опека государства связана с установлением и контролем соблюдения норм потребления аддиктивных благ. Напротив, опека мафии может быть направлена на изменение и нарушение норм. Норма потребления устанавливается в борьбе между опекунами.

¹⁸² Grossman H. I. Rival kleptocrats: the mafia versus the state, in *The Economics of Organised Crime* / ed. by G. Fiorentini, S. Peltzman. Cambridge : Cambridge University Press and CEPR, 1995. P. 4. URL: <http://www.recercat.net/bitstream/handle/2072/392/246.pdf?sequence=1> (дата обращения: 14.05.2012).

¹⁸³ Эндерсон Э. Организованная преступность, мафия и правительство // *Экономика и организация промышленного производства*. 1994. № 3. С. 161.

¹⁸⁴ Buchanan J. M. A Defence of Organized Crime? P. 395.

Комплекс применяемых государством экономических и административных инструментов регулирования рынков алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, наркотиков, наркотических и психотропных лекарственных средств, азартных игр систематизирован в приложении 11.

Эластичность спроса на аддиктивные товары значительно ниже, чем на обычные товары, что открывает возможность получения предприятиям производящим их сверхдохода. В случаях с алкогольными и табачными изделиями обложение акцизами обосновывается и целью снижения потребления (впрочем, многие считают это чисто пропагандистским маневром с целью прикрыть откровенный фискальный характер акцизов)¹⁸⁵.

Низкая эластичность спроса на наркотики и наркотические лекарственные средства не используется государством для удовлетворения фискальных интересов. Свойство неэластичности усиливает проблему борьбы за соблюдение законности. Государство прикладывает огромные усилия и несет значительные расходы для сокращения потребления наркотиков.

Аддиктивные товары генерируют экстернальные эффекты. При этом, например, производство и потребление алкогольной продукции порождает широкий спектр, как отрицательных внешних эффектов, так и выгод для общества. Потребление наркотических лекарственных средств сопровождается положительными эффектами при применении в медицинских целях и отрицательными - в случае немедицинского потребления.

Экономические решения для рынков опекаемых благ, генерирующих экстернальные эффекты, рассматривались А.С. Пигу на примерах выращивания кроликов, опустошающих окрестную растительность,

¹⁸⁵ Никитин С., Глазова Е., Степанова М. Косвенные налоги: опыт развитых стран // Мировая экономика и международные отношения. 1999. № 2. С. 15–23.

производства и продажи крепких алкогольных напитков, требующих дополнительных расходов на полицейских и содержание тюрем и др.¹⁸⁶.

На рынках аддитивных товаров возникает так называемое «отказывание рынка», рыночный механизм непригоден для устранения негативных внешних эффектов, возникающих вследствие производства, оборота и потребления аддитивной продукции, поэтому на практике необходимо вмешательство государства.

Государственные меры должны быть направлены на достижение Парето-оптимального состояния рынков аддитивных товаров. Разница между равновесным и оптимальным количеством потребляемого аддитивного товара изображена на графике экономики с экстерналиями П. Коппа¹⁸⁷, где целью государства является сокращение потребления аддитивного товара.

Неполнота и асимметрия информации на рынках аддитивных товаров возникает вследствие того, что для рынков аддитивных товаров характерно существование двух секторов – легального и теневого. Эта ситуация рассмотрена М.С. Пономаревой¹⁸⁸. На теневом рынке продавец знает о «качестве» товара, больше чем покупатель. В результате формируется один общий рынок с продукцией разного «качества», и о «качестве» аддитивного товара знает только одна сторона – продавец. При асимметрии информации только продавцы знают «качество» своего товара, поэтому весь товар может продаваться по одной и той же цене. Асимметричность информации может привести к тому, что на рынке реализуемый объем легального товара будет ниже, а объем теневого товара будет выше, чем в случае полноты информации.

¹⁸⁶ Пигу А. Экономическая теория благосостояния : в 2 т. М. : Прогресс, 1985. Т. 2. С. 252–253.

¹⁸⁷ Копп Р. Les analyses formelles des marches de la drogue // Revue du Tiers Monde. 1992. Т. 33, № 131. Р. 565–579.

¹⁸⁸ Пономарева М. С. Обоснование необходимости государственного вмешательства в решение проблемы чрезмерного потребления алкоголя с точки зрения микроэкономической теории // Экономические науки. 2012. Июнь. С. 11–16.

В результате, например, на рынке алкогольной продукции России, складывается ситуация, когда производителям легальной продукции невыгодно продавать свой товар и они либо уходят с рынка, либо переходят в тень, что может привести к тому, что на рынке может остаться только нелегальный алкоголь и изделия домашнего производства.

С другой стороны, непосредственно на уровень потребления аддиктивного товара влияет неполнота информации о его возможных негативных последствиях, как для самого индивида, так и для общества в целом. Человек имеет также несовершенную информацию о его способности к сопротивлению и преодолению зависимости. Решить проблему асимметрии информации на рынках аддиктивных товаров могут государственные меры.

Для преодоления асимметрии информации государство поддерживает и развивает, как ценовую, так и неценовую сигнальную систему – лицензирование, регулирование рекламы, образовательные и реабилитационные программы и пр.

В ситуации с аддиктивными благами, как со всеми товарами, генерирующими стандартные ошибки рынка, отрицательные экстерналии эффекты мотивируют государственную активность. Рынок неспособен выступить ограничителем потребления аддиктивных благ до уровня «безопасного» для здоровья общества.

В данном случае мотивацию общественной опеки аддиктивных благ, как и мотивацию опеки мериторных благ, генерирует иррациональное поведение индивидуумов, обусловленное дефицитом воли. При этом цель общественной опеки аддиктивных благ состоит в создании условий для коррекции поведения индивидуумов в сторону нормативно «правильного».

Однако, особенностью некоторых аддиктивных товаров, например, алкогольной продукции и табачных изделий, является их способность генерировать, наряду с отрицательными, полезные внешние эффекты, которыми выступают значительные налоговые поступления в бюджет.

М.Л. Гавлин показал, что обостренное внимание правительства к этой сфере обусловлено, с одной стороны, ее важностью и значением для государственных финансов, а с другой – исключительностью прав и привилегий, даруемых властями предпринимателям, действовавшим в этой области¹⁸⁹. Отрасль была во все времена и остается сегодня одним из главных источников первоначального накопления капиталов в России.

С одной стороны, доходы от алкогольной отрасли исторически стали предметом достижения компромиссов между властью и элитой, с другой стороны, крепкие алкогольные напитки, как продукт являются предметом социального умиротворения населения. С давних времён пьянство является своеобразной уздой для народа и связывается с политикой господствующих классов, поэтому винным промыслом занимались лица, на которых правящий режим мог бы положиться и, в случае опасности, доверить свою жизнь¹⁹⁰. «В.В. Похлёбкин приводит широко известный афоризм в пользу алкогольной политики, который приписывается Екатерине II: «Пьяным народом легче управлять». Этот тезис использовался (и используется) постоянно рядом государственных деятелей на протяжении многих веков»¹⁹¹.

Таким образом, мотивами государственной опеки аддиктивных благ являются: устранение отрицательных экстерналий потребления; коррекция нормативно «неправильного» поведения индивидуумов; важность для государственных финансов; возможность использования в качестве политического инструмента.

Формирование развитых рынков аддиктивных благ невозможно без научного обоснования выбора приоритетных направлений развития с учетом социально-экономических и политических особенностей государств, регионов, муниципальных образований, определения целей и задач

¹⁸⁹ Гавлин М. Л. Вопрос о винных откупах в истории законодательства Российской империи. XVIII–XIX вв. // Экономическая история. Обозрение / под ред. Л. И. Бородкина. М. : Изд-во МГУ, 2007. Вып. 13. С. 127–139. URL: <http://www.hist.msu.ru/Labs/Ecohist/OB13/gavlin.pdf>.

¹⁹⁰ Пыпин А. Н. Россия и Европа // Метаморфозы Европы. М. : Наука, 1993. С. 74–126.

¹⁹¹ История питья // Твереза Украина. URL: http://tvereza.info/sobriety/history/drinkinghistory_ru.html (дата обращения: 20.05.2012).

государственной политики. Несоответствие целей государственной политики и целей общества приводит к фиаско рынков.

В странах, где потребляются аддиктивные блага, в той или иной мере существует нормативно-правовое регулирование данной сферы, преследующее различные цели.

В скандинавских странах, где преобладает северный тип потребления алкоголя, усилия направлены на охрану здоровья населения и ограничение возможностей частной сверх прибыли. В странах Средиземноморья, с преимущественно южным типом потребления, алкогольная политика направлена на поддержку фермеров, выращивающих виноград, защиту местных производителей вина, повышение качества алкогольной продукции, стимулирование продвижения продукции на внешние рынки.

Во всех европейских странах продажа алкоголя облагается специальным налогом, что составляет статью государственного дохода. Европа является важным производителем алкогольных напитков, поэтому частные экономические интересы в сфере производства и торговли оказывают несомненное влияние на масштаб и диапазон мер проводимой политики по контролю над алкоголем¹⁹².

По мнению Т. Бабора «формальный контроль над потреблением алкоголя, то есть комплекс авторитарных мер, обеспечивающих контроль экономической или физической доступности алкоголя, имеет своей целью снижение вредного воздействия от его употребления с сохранением, по возможности, истинных и кажущихся благ, связанных с приемом спиртных напитков»¹⁹³.

Д.А. Халтурина, А.В. Коротаев придерживаются похожей точки зрения: «Общепризнанной целью алкогольной политики государства является снижение смертности, заболеваемости и социальных проблем,

¹⁹² Остерберг Э. Какие механизмы борьбы с алкоголем являются наиболее эффективными и экономически целесообразными? // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России / отв. ред. Д. А. Халтурина, А. В. Коротаев. М. : ЛЕНАНД, 2008. С. 267.

¹⁹³ Там же. С. 266.

связанных с алкоголем. Интересы бюджетной сферы государства и национальных производителей алкогольной продукции принимаются во внимание только в той мере, в какой они не противоречат основной цели¹⁹⁴. Далее авторами уточняется, что одной из главных целей современной алкогольной политики является снижение потребления алкоголя до относительно безопасного уровня¹⁹⁵.

Г. Эдвардс фундаментальной целью алкогольной политики считает только сокращение алкогольных проблем, средствами для достижения которых, должны быть и все используемые меры¹⁹⁶.

На международном уровне Всемирная организация здравоохранения пропагандирует общей целью антиалкогольной политики «предотвращение или уменьшении вреда от алкоголя»¹⁹⁷.

В «Концепции реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 г.» целями реализации государственной политики определены: значительное снижение уровня потребления алкогольной продукции; повышение эффективности системы профилактики злоупотребления алкогольной продукцией; повышение эффективности регулирования алкогольного рынка¹⁹⁸.

Целями государственной политики на рынке табачной продукции ВОЗ обозначила предупреждение и сокращение потребления табака, никотиновой зависимости и воздействия табачного дыма. При этом при разработке и осуществлении своей политики государства должны действовать таким

¹⁹⁴ Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России. С. 39.

¹⁹⁵ Там же. С. 41.

¹⁹⁶ Алкогольная политика и общественное благо / G. Edwards [et al.]. URL: www.optimalist.narod.ru/alkpol.doc С. 112. (дата обращения: 09.01.2014).

¹⁹⁷ Второй доклад «Комитет экспертов ВОЗ по проблемам, связанным с потреблением алкоголя», Женева, 10–13 октября 2006 г. С. 5.

¹⁹⁸ Концепция реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года : распоряжение Правительства Рос. Федерации от 30 дек. 2009 г. №2128-р. URL: http://www.fsrar.ru/policy_of_sobriety/konceptcia (дата обращения: 10.01.2014).

образом, чтобы защитить свою политику от воздействия коммерческих и других корпоративных интересов табачной промышленности в соответствии с национальным законодательством¹⁹⁹. Россия присоединилась в Конвенции.

Целями государственного регулирования деятельности по организации и проведению азартных игр на территории Российской Федерации определены защита нравственности, прав и законных интересов граждан²⁰⁰.

В области запрещенных наркотиков ВОЗ цели государственной политика традиционно делит на уменьшение поставки, уменьшение спроса и уменьшение вреда²⁰¹.

В России генеральной целью антинаркотической политики является существенное сокращение незаконного распространения и немедицинского потребления наркотиков, масштабов последствий их незаконного оборота для безопасности и здоровья личности, общества и государства²⁰².

Исходя из проведенного анализа, на первый взгляд можно выделить две разнонаправленные цели государственной политики в сфере аддиктивных благ: минимизация негативных последствий их производства и потребления; поддержание позитивных эффектов производства и потребления.

Главные цели государственной опеки аддиктивных благ поддаются дальнейшей классификации по их содержанию, что позволяет говорить о многоцелевом характере государственной опеки аддиктивных благ. Дерево целей общественной опеки аддиктивных благ сложное, достаточно разветвленное, но поддающееся описанию (рисунок 8).

¹⁹⁹ WHO Framework Convention on Tobacco Control. P. 7. URL: http://www.who.int/fctc/text_download/ru/index.html (date of access: 10.01.2014).

²⁰⁰ Федеральный закон от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 16.10.2012). URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 05.10.2013).

²⁰¹ Второй доклад «Комитет экспертов ВОЗ по проблемам, связанным с потреблением алкоголя», Женева, 10-13 октября 2006 г. С. 5.

²⁰² Указ Президента Рос. Федерации от 09.06.2010 № 690 «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года». URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 10.01.2014).

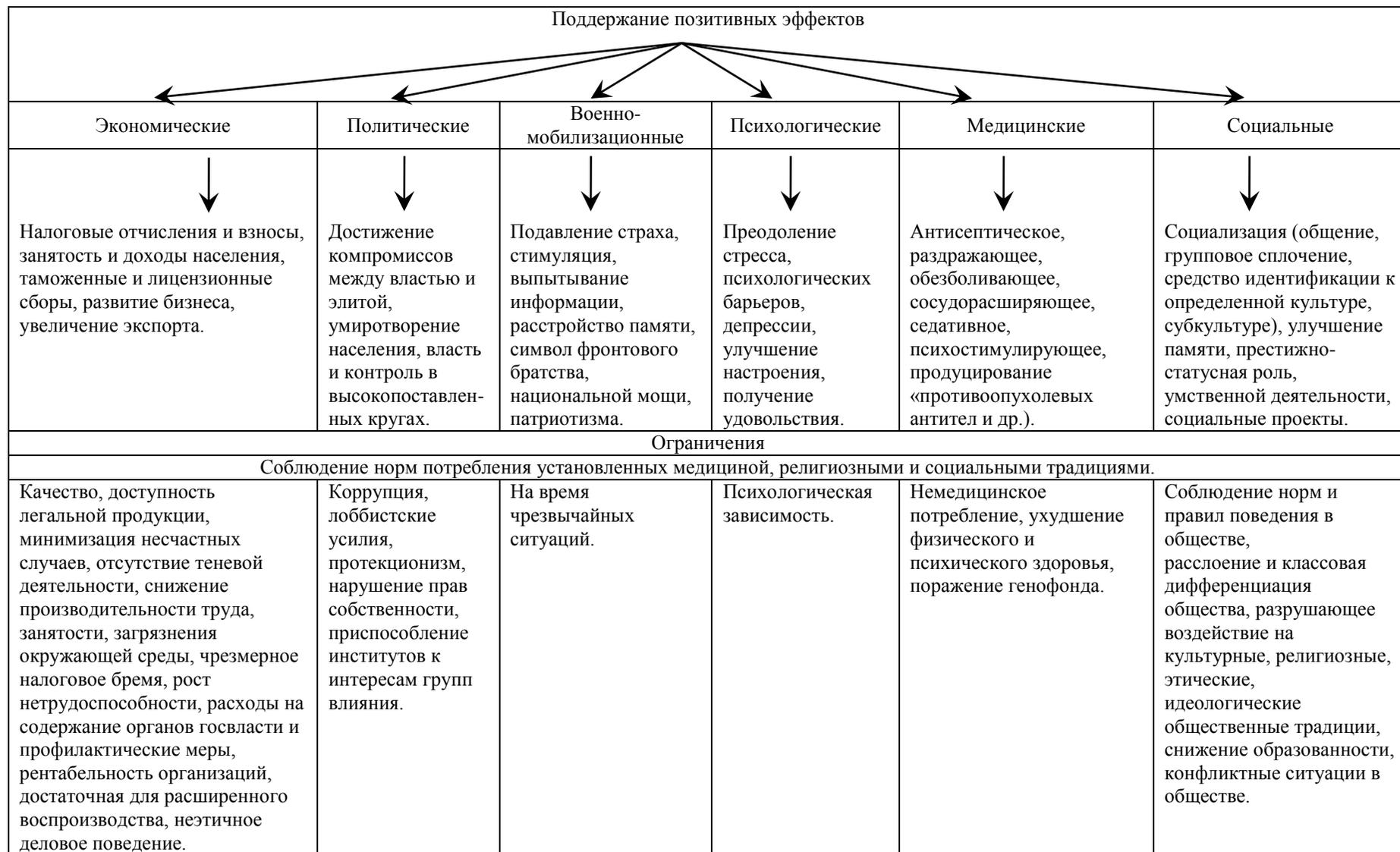


Рис. 8. Дерево целей общественной опеки аддиктивных благ

Цели государственной опеки аддиктивных благ классифицированы на экономические, политические, военно-мобилизационные, психологические, социальные и медицинские. Они в свою очередь порождают подцели.

Позитивные эффекты декомпозируются по субъектам.

Психологические, социальные и медицинские эффекты имеют индивидуальную (или/и групповую) ценность. В обычном состоянии с точки зрения потребителей первичными являются психологические и социальные эффекты и задача государства взять их под контроль посредством ограничения спроса и предложения, поскольку участники экономических сделок и самоуправляемые общественные организации не в состоянии удержать потребление в рамках медицинских норм. В случае заболевания индивида на первую очередь для потребителя выходят медицинские эффекты, получение которых осуществляется под непосредственным или опосредованным (через инструкции по применению медицинских препаратов) контролем врачей.

С позиции государства первичными являются экономические, политические, военно-мобилизационные эффекты, а психологические, социальные и медицинские выступают сопряженными.

Ограничением первого уровня всех позитивных эффектов являются нормы потребления, установленные медициной, религиозными и социальными традициями.

Исходя из скорости и глубины воздействия на потребителя, общество, негативные эффекты, противопоставленные позитивным эффектам, можно расположить в следующей иерархии: медицинские; психологические; социальные; экономические; политические; военно-мобилизационные.

При недостаточном внимании к негативным экономическим, политическим и военно-мобилизационным эффектам, возможности нарушения нормальной жизнедеятельности, работоспособности шире. Игнорирование негативных психологических, медицинских и социальных эффектов может привести к прекращению, полной остановке процессов

жизнедеятельности. Иначе можно сказать, что медицинские, психологические и социальные негативные эффекты действуют на потребителя и общество быстрее, более разрушающе и менее обратимо, чем экономические, политические, военно-мобилизационные.

Кроме медицинских целей, психологические и социальные выгоды потребления аддиктивных благ являются наиболее важными факторами, влияющими на решение индивидуума потреблять их. Аддиктивные товары обладают психоактивными свойствами – способностью изменять психические функции (повышение настроения, возникновение позитивных эмоций, эйфоризирующий эффект, устранение эмоционального напряжения). Другие психотропные свойства алкоголя - производные от эйфоризирующего и транквилизирующего. Это повышение самооценки, психологическая редукция сложности реальных проблем, мнимое удовлетворение потребностей. Кофеин, содержащийся в кофейных и энергетических напитках, успокаивает организм, способствует обострению внимания, обеспечивает временный прилив энергии, кратковременное чувство эйфории.

Социальные позитивные эффекты заключаются в способности аддиктивных благ помогать социализации, улучшать память, умственную активность. Действие аддиктивных товаров, например, алкогольной продукции, связано с устранением проблем в общении, облегчение контактов. Имеют место выгоды для всего общества, происходящие от некоммерческой деятельности организаций, которые несут социальную ответственность и инвестируют средства в различные социальные проекты, положительно отражающиеся на благосостоянии общества²⁰³. Рассматриваемые эффекты являются прямыми, поскольку возникают непосредственно от потребления аддиктивных товаров. Социальные эффекты также могут быть получены от расходования акцизных и лицензионных сборов на социальные нужды. Такие социальные эффекты являются косвенными. Негативными социальными эффектами потребления

²⁰³ Пономарева М. С. Алкоголизм среди молодежи: экономические оценки. С. 32–33.

аддиктивных благ являются – нарушение норм и правил поведения в обществе, расслоение и классовая дифференциация общества, разрушающее воздействие на культурные, религиозные, этические, идеологические общественные традиции, снижение образованности, конфликтные ситуации в обществе.

Аддиктивные товары широко применяются в медицине. Используются как наружное антисептическое, раздражающее, снотворное, обезболивающее, сосудорасширяющее, седативное и др. средства. Чрезмерное потребление аддиктивных товаров приводит к ухудшению физического и психического здоровья, поражению генофонда. Поэтому потребление аддиктивных товаров в немедицинских целях должно ограничиваться.

Главной экономической целью является получение государством акцизов, лицензионных сборов, которые являются инструментами сдерживания отрицательных эффектов потребления алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий. Это особенно важно для стран, где подакцизные аддиктивные блага играют существенную роль в формировании доходов государственного бюджета. В круг экономических целей государства также входят уровень занятости и доходы населения, развитие бизнеса.

Позитивные экономические эффекты государственной опеки аддиктивных благ имеют ограничения. Получение доходов, связанных с налоговым и лицензионным регулированием, должно осуществляться не в ущерб населению, легальным участникам рынка, в интересы, которых входит качество, безопасность и доступность легальной продукции, отсутствие несчастных случаев, чрезмерного налогового бремени, теневой деятельности, увеличение производительности труда, занятости, сохранение экологии, приемлемый уровень расходов на содержание органов государственной власти и профилактические меры и др.

Политический эффект связан с использованием высокодоходных рынков аддиктивных благ, как средства достижения компромиссов между

властью и элитой. По отношению к широким массам населения алкогольная продукция и азартные игры являются инструментом умиротворения. Наряду с этим алкогольная продукция выполняла охранительно-полицейские функции, которые на современном этапе не актуальны. Ограничителями политических эффектов являются генерируемые государством экстерналии: коррупция, лоббизм, протекционизм, нарушение прав собственности, приспособление институтов к интересам групп влияния.

Военно-мобилизационные эффекты заключаются в использовании аддиктивных товаров для подавления страха, выпытывания информации, расстройства памяти, стимуляции, в качестве символа фронтового братства, национальной мощи, патриотизма. В 50-хх гг. XX в. Центральным разведывательным управлением велись исследования, связанные с применением в военных целях наркотических средств ЛСД и мескалина²⁰⁴. В отличие от опыта царского режима, когда на время первой мировой войны вводился запрет на производство и продажу водки, Сталин после объявления всеобщей мобилизации включил в солдатский рацион знаменитые наркомовские 100 граммов водки.

В Федеральном законе от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» отсутствуют основы регулирования использования алкогольной и спиртосодержащей продукции воинскими частями и подразделениями. Однако, в ст.36.1. Федерального закона от 8 января 1998 г. № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» предусмотрено, что использование наркотических средств и психотропных веществ воинскими частями и подразделениями федеральных органов исполнительной власти, в которых законодательством предусмотрена военная или правоохранительная служба, при участии в

²⁰⁴ Бовал В. Проект ЦРУ «МК-Ультра» – эксперименты над сознанием // Военное обозрение. URL: <http://topwar.ru/20913-proekt-cru-mk-ultra-eksperimenty-nad-soznaniem.html> (дата обращения: 11.05.2013).

вооруженных конфликтах, оперативно-боевых мероприятиях, выполнении боевых и учебно-боевых задач осуществляется без лицензии в порядке, установленном соответствующим федеральным органом исполнительной власти по согласованию с федеральным органом исполнительной власти по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ.

Масштаб, характер внешних эффектов и целей, противопоставленных им ограничений, широкий круг охваченных субъектов-участников экономических сделок на рынках аддиктивных благ свидетельствуют о необходимости интернализации внешних эффектов государством.

Основная причина необходимости интернализации государством внешних эффектов – сдерживание потребления посредством увеличения цен аддиктивных благ специальными налогами и сборами, медицинских – исключение немедицинского потребления запрещенных аддиктивных товаров, политических – достижение компромиссов между властью и элитой, военно-мобилизационных – подавление страха и стимуляция.

Указанные цели периодически модифицируются в зависимости от многих факторов, переплетаются между собой, находясь в отношениях взаимозависимости. Актуальность целей необходимо проверять по мере изменения основных факторов и условий внешней и внутренней среды. На современном этапе необходимо отказаться от политических целей общественной опеки, поскольку велика их коррупциозность, достижение и реализация их сопровождается негативными эффектами для функционирования государственных институтов, общества. Не так актуальной является и военно-мобилизационная цель.

Таким образом, генеральная долгосрочная отвечающая интересам общества цель государственной политики на рынках аддиктивных благ – сокращение бремени негативных последствий связанных с потреблением аддиктивных благ и адекватное использование экономического, медицинского, психологического, социального потенциалов рынков аддиктивных благ.

Для достижения обозначенных целей необходимо:

- определить субъектов реализации целей;
- установить принципы государственной опеки аддиктивных благ;
- обозначить показатели (индикаторы) достижения целей;
- разработать методы и средства, включая инструменты и формы достижения целей;
- установить сроки достижения целей;
- обеспечить мониторинг достижения целей, их корректировку, внесение изменений в индикаторы, методы и средства их достижения.

Принципы государственной опеки аддиктивных благ:

- интересы сторон принимаются во внимание в той мере, при которой достигается гармонизация с целью охраны здоровья граждан;
- вопросы предпочтений индивидуумов и объемов производства, выявленные рынком, в ситуации с аддиктивными товарами являются «искаженными», поэтому должны решаться легитимным и институционально оформленным «экспертом по этике»;
- достижение целей государственной опеки аддиктивных благ с учетом паритета сторон;
- преодоление дихотомии между эффективностью и этикой при выборе управленческих решений в ценностном пространстве сторон;
- ограничение конкуренции в предложении аддиктивных благ;
- исключение политических целей из общественной опеки;
- транспарентность системы государственной опеки аддиктивных благ;
- все стороны принимают на себя соответствующие издержки;
- любая сторона должна стремиться к удовлетворению интересов всех сторон.

Степень достижения генеральной цели, магистральных целей и подцелей оценивается с помощью комплекса абсолютных и относительных экономических и социальных показателей, предлагаемых в параграфе 2.1.

При разработке и утверждении нормативных значений показателей (индикаторов) достижения целей государственным структурам необходимо учитывать безопасные нормы потребления аддитивных благ медицинские, религиозные, социальные – таблица 4.

Таблица 4

Классификация норм потребления аддитивных благ

Вид товара, услуги	Относительно безопасные нормы		
	Медицинские	Религиозные	Социальные
Кофе, энергетические напитки, безалкогольные напитки с кофеином	Для здорового взрослого человека 400 мг кофеина в сутки. Для беременных женщин - до 200 мг в сутки. Для детей предел 2,5 мг на кг массы тела в сутки ²⁰⁵ .	Отсутствуют нормы и запреты.	Отсутствуют нормы. Имеются неформальные индивидуальные нормы на некоторые виды.
Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Относительно безопасный уровень потребления этанола на взрослого человека в год 8 л абс. алк. По данным Всемирной Организации Здравоохранения.	Запреты и осуждения мировыми религиями.	Неформальные индивидуальные и групповые нормы.
Наркотики (опиоиды, каннабиноиды, кокаин, галлюциногены)	Отсутствует безопасный уровень немедицинского потребления.	Запреты и осуждения мировыми религиями.	Отсутствует безопасный уровень немедицинского потребления.
Табачные изделия	Отсутствует безопасная медицинская норма курения, поскольку курение в любом количестве вредно для здоровья.	Запреты и осуждения мировыми религиями.	Неформальные индивидуальные и групповые нормы.
Лекарственные средства (антисептические, раздражающие, снотворные, обезболивающие, сосудорасширяющие, седативные и др.)	Нормы в рецептах, инструкциях по медицинскому применению.	Отсутствуют нормы и запреты.	Отсутствуют нормы. Имеются неформальные индивидуальные нормы на некоторые средства.
Азартные игры: – угнетающая опека (рулетка, карты, наперстки, игровые автоматы); – поддерживающе-угнетающая опека (лотереи, бинго, ставки на бегах, спортивные ставки, видео лотереи).	Отсутствует норма в связи с недостаточной изученностью формирования и течения психопатологии расстройств ²⁰⁶ .	Запреты и осуждения мировыми религиями.	Отсутствуют нормы и запреты. Негативное отношение к некоторым видам.

В России и большинстве стран мира законодательно установлен запрет на распространение наркотических средств, психотропных веществ и их

²⁰⁵ How much caffeine is too much? / The University of Washington. URL: <http://io9.com/5982468/how-much-caffeine-is-too-much> (date of access: 14.05.2013) ; Резник Н. Л. Напиток специального назначения // Химия и жизнь – XXI век. 2013. № 2. С. 32 ; Филиппова Л. Кого же убивает чашечка кофе? // Вопросы социального обеспечения. 2011. № 23, дек. С. 30 ; Данилова Н. Энергетические консервы // Здоровье. 2012. Сент. С. 92.

²⁰⁶ Руководство по аддиктологии. С. 490.

прекурсоров в целях исключения их немедицинского потребления. Относительно безопасный уровень потребления этанола на взрослого человека в год по данным экспертов ВОЗ, составляет 8 л абсолютного алкоголя²⁰⁷.

Во многих религиях есть жёсткие запреты и осуждения на потребление алкоголя и табака. Лекарственные препараты потребляются в соответствии с рецептами, инструкциями по медицинскому применению. Рекомендованные нормы потребления установлены для напитков содержащих кофеин (кофе, энергетические напитки).

Несмотря, на наличие установленных медицинских норм, запретов и осуждения большинством мировых религий потребления аддиктивных благ, социальные нормы потребления фактически отсутствуют. В то же время они являются самыми действенными, стратегически целесообразными с точки зрения здоровья общества и будущих поколений, поэтому требуются инвестиции в их становление, укоренение, воспитание соблюдения.

Официальных запретов на продажу энергетических напитков в настоящее время нет. Информирование потребителей о существовании медицинских норм потребления кофеина, об опасности передозировки для здоровья неэффективно.

Медицинский относительно безопасный уровень потребления этанола на взрослого человека не воспринимается потребителем, поскольку не раскрывает частоту потребления, разовую дозу потребления, рекомендуемую структуру потребления по видам аддиктивных благ. Поэтому рекомендуется пропагандировать информацию о максимальной разовой норме потребления алкогольных напитков по видам и частоте потребления.

Вопреки медицинскому факту вреда курения для здоровья, запреты и осуждения мировыми религиями, население недооценивает риск курения для

²⁰⁷ Доклад Общественной палаты Российской Федерации от 13 мая 2009 года «Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия». URL: <http://www.oprf.ru/files/dokladalko.pdf> (дата обращения: 28.10.2012).

здоровья, поэтому в обществе сложилось терпимое отношение к курению и государство должно ужесточать процесс регулирования табачной отрасли.

Мировыми религиями запрещены и осуждаются любые азартные игры, в обществе сложилось негативное отношение к определенным их видам (рулетка, карты, игровые автоматы, наперстки), на которые государство установило юридические запреты. Однако недостаточно изученное формирование и течение психопатологии расстройств пока не позволяет медицинской науке установить и рекомендовать относительно безопасные нормы и виды азартных игр.

Свойство аддиктивности многих веществ и действий, индивидуальная склонность личности к зависимости, несовпадение общественного и государственного отношения к различным вредным благам, задают неразличимость (R) благ, вызывающих привыкание. Отношение неразличимости R выражает тот факт, что наши знания об аддиктивных благах ограничены, и поэтому мы не можем в общем случае всегда различить их. Объекты, характеризуемые одинаковой информацией, являются неразличимыми (сходными) с точки зрения имеющейся о них информации.

При исследовании информации об аддиктивных товарах и услугах, закрепленной в экономических, медицинских, юридических терминах, приходится сталкиваться с неопределенностью, неточностью, неуверенностью. Например, на современном этапе с медицинской точки зрения крепкая алкогольная продукция, энергетические напитки отвечают признакам наркотиков²⁰⁸, но не входят в перечень наркотических средств, определенных действующим российским законодательством²⁰⁹, а еще в середине XIX века опиум как лекарственный препарат свободно продавался в аптеках многих стран. Различные оценки индивидуумами, обществом, государством зависимого поведения – в диапазоне от психопатологического, общественно опасного, до нормативного, социально приемлемого,

²⁰⁸ Психология зависимости. С. 577.

²⁰⁹ Федеральный закон от 08.01.1998 № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» (ред. от 01.03.2012) // КонсультантПлюс. М., 2013.

встречаются относительно потребления любых благ, вызывающих привыкание, будь то кофе либо наркотики.

И эту разницу предлагаем описать с помощью теории приближенных множеств. Операции проведем не с отдельными элементами универсума, а с кластерами подобных элементов, которые с математической точки зрения являются классами эквивалентности отношения неразличимости R.

Для описания современного состояния системы составлена таблица 5.

Таблица 5

Связь аддиктивных и опекаемых благ

Множество благ	Группировка объектов	Объект аддикции	Характеристика опекуинства
AG	Аддиктивные товары	Энергетические напитки	Отсутствует
		Кофе	
		Летучие растворители	
		Технические устройства (компьютер, мобильный телефон, тамагочи)	
		Витамины, стероиды, гормоны, специфические травы, народные средства	
AS	Аддиктивные услуги	Интернет	Отсутствует
		Экстремальные виды спорта	
		Престижные игры: интеллектуальные, спортивные	
		Игра на бирже, носящая характер азартной игры, а не профессиональной обязанности	
		Игры, основанные на розыгрыше (винт, вист, бридж, преферанс, кинг, марьяж, бура, дурак)	Отсутствует, кроме законодательно наказуемых
		Фанатизм (религия, спорт, музыка)	
PAG	Опекаемые аддиктивные товары	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Угнетающее
		Наркотики (опиоиды, каннабиноиды, кокаин, галлюциногены)	Поддерживающе-угнетающее
		Табачные изделия	
		Лекарственные средства (седативные, снотворные)	Поддерживающее
PAS	Опекаемые аддиктивные услуги	Азартные игры (рулетка, карты, наперстки, игровые автоматы)	Угнетающее
		Азартные игры (лотереи, бинго, ставки на бегах, спортивные ставки, видео лотереи)	Поддерживающе-угнетающее
PG	Опекаемые товары	Инновационные продукты	
		Мосты, тоннели, шоссе, дороги, шлюзы	
		Социальные продукты	
PS	Опекаемые услуги	Культурные блага	Поддерживающее
		Железнодорожный транспорт	
		Коммунальные услуги населению	
		Национальная оборона	
		Полиция	
		Медицинские услуги	
		Продукты науки, образования	
		Маяки	

Определение связи аддиктивных и опекаемых благ.

$AG = \{ag_1, \dots, ag_i\}$, $AS = \{as_1, \dots, as_m\}$, $PAG = \{pag_1, \dots, pag_n\}$, $PAS = \{pas_1, \dots, pas_q\}$, $PG = \{pg_1, \dots, pg_r\}$, $PS = \{ps_1, \dots, ps_v\}$;

$A = \{AG, AS, PAG, PAS\}$, $P = \{PG, PS, PAG, PAS\}$,

$PA = A \cap P = \{PAG, PAS\}$.

где A – аддиктивные блага (англ. addictive services),

P – опекаемые блага (англ. paternalistic services),

PA – опекаемые аддиктивные блага (англ. paternalistic addictive services).

Структура множества A устойчивее структуры множества P , поскольку существует инъективное сохраняющее структуры преобразование первого множества во второе. Во времени множество P может расширяться за счет поглощения A . Однако, в зависимости от тактических и стратегических задач государства некоторые элементы могут и покидать систему опекаемых благ. В свою очередь множество A расширяется за счет индифферентных благ.

Опекаемые аддиктивные блага являются результатом социального конструирования: общество в разных случаях по-разному решает, где проходит грань, отделяющая опекаемые аддиктивные блага от прочих. Поэтому один и тот же товар в разных странах и в разное время может классифицироваться как опекаемый аддиктивный или таковым не признаваться. В такой пограничной ситуации обычно находятся алкогольные напитки и табак.

Меняется универсум и система опекаемо-аддиктивных благ не исключение. При этом эволюция отношения общества, нормативно-правовой базы меняют систему дискретно. Поэтому развитие как системы в целом, так и ее элементов в частности, удобно описывать с помощью динамических множеств. Левич А.П. предлагает для формализации представлений о

динамических множествах использовать аксиоматику теории категорий и функторов²¹⁰.

Современное состояние государственного регулирования аддиктивных благ позволяет однозначно отнести к классу опекаемых благ алкогольную и спиртосодержащую продукцию, наркотики, табачные изделия, лекарственные средства, азартные игры.

В России постепенно вводятся меры правового регулирования производства и реализации энергетических напитков²¹¹, принят закон о реестре запрещенных сайтов в интернет²¹², рассматривается закон о пропаганде гомосексуализма²¹³, разрабатывается закон о болельщиках²¹⁴, установлена ответственность за умышленные поджоги, воровство.

С точки зрения отнесения к «опекаемым благам» можно дать следующее определение аддиктивных товаров - это товары, удовлетворяющие естественно не обусловленные потребности, спрос на которые со стороны частных лиц опережает желаемый обществом и ограничивается государством с целью интернализации экстернальных эффектов. То есть концепция аддиктивных благ связана с интересами государства в целом, которые отличны от индивидуальных предпочтений.

Специфическими проблемами опеки аддиктивных благ являются:

1. Субсидии производителям.

Субсидирование производителей имеет широкое распространение на алкогольном рынке. До 2001 г. популярной мерой поддержки местных предприятий региональными властями в таких республиках, как Северная

²¹⁰ Левич А. П. Теория множеств, язык теории категорий и их применение в теоретической биологии : учеб. пособие. М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. 190 с. ; Его же. Язык категорий и функторов как архетип количественного и динамического описания Мира. URL: chronos.msu.ru/RREPORTS/levich_yazuk.pdf (дата обращения: 03.02.2013) ; Его же. Моделирование «динамических множеств». URL: http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/levich_dinamich.html (дата обращения: 03.02.2013).

²¹¹ Иванов Д. Эксперты реабилитировали энергетические напитки. URL: <http://www.utro.ru/articles/2012/12/20/1090869.shtml> (дата обращения: 09.02.2013).

²¹² Госдума приняла закон о реестре запрещенных сайтов // Лента.Ру. URL: <http://lenta.ru/news/2012/07/11/secondstep/> (дата обращения: 09.02.2013).

²¹³ Госдеп: США глубоко обеспокоены в связи с принятием Госдумой законопроекта о штрафах за пропаганду гомосексуализма // ИТАР-ТАСС. URL: <http://www.itar-tass.com/c11/631763.html> (дата обращения: 09.02.2013).

²¹⁴ Закон о болельщиках одобрен // Interfax. URL: <http://www.interfax.ru/sport/txt.asp?id=274154> (дата обращения: 04.02.2013).

Осетия, Татария, Башкирия, Кабардино-Балкария и т.п. было предоставление местным производителям до 90 % скидки с региональной части акциза. В результате продукция была дешевле аналогичной водки из «нелюбимых» регионов²¹⁵.

Правительством Кировской области в 2011 г. принято постановление «О предоставлении субсидий организациям пищевой промышленности, производящим подакцизные товары на территории Кировской области, на возмещение части затрат в связи с реализацией товаров за пределы области»²¹⁶.

Условием возобновления производства на заводах ОАО «Росспиртпром» в 2009-2012 гг. стало подписание администрациями регионов с холдингом соглашений о взаимодействии и сотрудничестве, вслед за которыми в бюджетах субъектов предусмотрены субсидии предприятиям.

2. Практическая невозможность достижения государственных целей только экономическими методами. Государственное регулирование данных рынков основано на использовании целого комплекса административных инструментов.

Способы административно-правового регулирования производства и оборота алкогольной продукции как факторы, направленные на увеличение доходной части государственного бюджета, одновременно являются действенными мерами по сокращению потребления алкогольной продукции населением. К сожалению, пока эти меры не дали ожидаемого эффекта, поскольку проблема пьянства и алкоголизма не осознается, в первую очередь, государством как высоко значимая, системная, многоуровневая и многоаспектная, в центре которой находится личность. Здесь сказывается,

²¹⁵ Колмановский М. Заспиртованный акциз // Профиль. 2001. 22 окт. URL: http://www.profile.ru/items_6204 (дата обращения 19.05.2012).

²¹⁶ Кировские предприятия алкопрома получают субсидии // ИА REGNUM. 2011. 17 февр. URL: <http://www.agro.ru/news/712715.htm> (дата обращения 19.05.2012).

видимо, и традиционный приоритет государственных интересов над общественными²¹⁷.

Как следствие акцизы от алкогольной продукции, а также налог на добавленную стоимость с величины акциза, рассматриваются государством больше не в качестве экономического решения устранения отрицательных экстерналий, а в качестве традиционной доходной статьи государственного бюджета, либо одного из главных источников накопления капитала. Несопоставимо низкие расходы на антиалкогольные меры по сравнению с доходами бюджета и частной прибылью предпринимателей укрепляют данное предположение.

Рост цен на спиртные напитки посредством увеличения налогообложения производства и распространения должен приводить к снижению потребления алкоголя из-за снижения располагаемого дохода. Однако, очевидно, что такая мера в России приводит к замещению легального алкоголя нелегальным, самогоном, суррогатами.

Специфические проблемы возникают и с применением административных решений опеки аддиктивных благ.

Так обычный метод, применяемый для сокращения потребления наркотиков, заключается в ограничении его поставок в страну. Однако, успешное стремление правоохранительных органов поставить под полный контроль распространение наркомании может привести к росту количества преступлений, совершаемых наркоманами²¹⁸. При крайне неэластичном спросе уличная цена наркотиков резко повысится, тогда как количество покупаемого героина сократится лишь незначительно.

В 1985-1987 гг. государственная власть попыталась жёсткими административными запретительными мерами снизить производство и потребление алкоголя в стране. С одной стороны поначалу были получены

²¹⁷ Быкова А. Г. Алкогольный вопрос в Российской империи во второй половине XIX – начале XX века : автореф. дис. ... д-ра ист. наук : 07.00.02. Омск, 2012. 52 с. URL: <http://omgpu.ru/disser/download/autore...>

²¹⁸ Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. Т. 2. С. 21.

весьма позитивные результаты. С другой стороны, антиалкогольная компания показала, что потребовалось всего пять лет, чтобы компенсировать снижение легального производства нелегальным, самогоном, суррогатами. «... Эти и ряд других обстоятельств заставили руководство страны в 1988 г. свернуть алкогольную реформу»²¹⁹.

Эволюция отношений государства и общества к социальным аномалиям, возникающим вследствие потребления алкогольной продукции, рассмотрена такими исследователями, как Н.Б. Лебина, К.Б. Литвак, Г.А. Бордюгов, Т.П. Коржихина, А.Г. Быкова, Н.А. Зоткина, А.В. Немцов. Их основной вывод заключается в том, что невозможно силовым путем искоренить и ликвидировать негативные виды девиантного поведения.

3. Создание экстерналий государством.

Государство существует в значительной степени для того, чтобы заниматься устранением экстерналий, но оно также создает экстерналии. Например, государственное регулирование отечественного алкогольного рынка сопровождается генерацией или созданием условий для таких отрицательных экстерналий, как коррупция, лоббизм, мафия и пр. Государственное вмешательство на алкогольном рынке сопровождается видами нелегальной деятельности, которые схожи с «провалами государства» в период Новой экономической политики в СССР²²⁰.

4. Отнесение видов аддиктивных товаров в группу, оборот которых должен ограничиваться или запрещаться законодательно.

До 2011 г. одна из проблем алкогольной политики в России заключалась в том, что пиво не считалось алкогольным напитком. В тоже время во всех развитых странах пиво относится к алкогольным изделиям.

Законодательные ограничения, действующие в той или иной стране на определенные аддиктивные товары, не успевают за изобретением их новых разновидностей – как только запрещают один, на рынке появляется другой.

²¹⁹ История алкоголя. URL: <http://istoria-alcogola.narod.ru/> (дата обращения 20.05.2012).

²²⁰ Ларин Ю. Частный капитал в СССР // Антология экономической классики : в 2 т. М. : ЭКОНОВ, 1993. Т. 2. С. 435–483.

Только в 2010 г. в России после принятия поправок в Уголовный Кодекс РФ удалось сбить эпидемию курительных смесей (общее сленговое обозначение «спайс» Spice), которая приняла угрожающие размеры²²¹.

Согласно информации, опубликованной в ежегодном отчете Управления ООН по наркотикам и преступности, в настоящее время в мире наблюдается устойчивая тенденция производства новых видов наркотических средств.

Быстро развивается производство и менее опасных аддиктивных продуктов. Например, в США появился в продаже кофеиновый ингалятор AeroShot вместо кофе. Во Франции начались продажи WA/HH спрея, заменяющего алкоголь²²².

Необходимо сформировать единую политику регулирования рынка аддиктивных товаров, для чего предлагается разработать Концепцию государственной политики по снижению масштабов потребления аддиктивной продукции и профилактике аддикций среди населения России. Массовый оборот любых новых психоактивных веществ должен допускаться только после проведения соответствующих исследований. Федеральную службу РФ по контролю за оборотом наркотиков следует наделить полномочиями вводить временный запрет на оборот появляющихся на рынке новых психоактивных веществ до получения результатов исследований.

2.3. Эволюция институтов государственного регулирования аддиктивного рынка

Эволюцию институтов государственного регулирования аддиктивного рынка рассмотрим на примере рынка алкогольной продукции.

²²¹ Информация о спайс и энтеогены, курительные миксы, курительные смеси. URL: <http://voodooipl.ru/istoriya-narko-veshhestv/kuritelnye-smesi/informaciya-o-spajs-i-enteogeny-kuritelnye-miksy-kuritelnye-smesi/> (дата обращения: 16.09.2012).

²²² Во Франции начались продажи спрея, вызывающего эффект опьянения // Alconews.ru. URL: <http://www.alconews.ru/kreatiff/2012/06/kreatiff21743.php> (дата обращения: 24.06.2012).

Появление и усиление внимание государственной власти к рынку алкогольной отрасли происходит со сменой кустарного производства хмельных напитков промышленным винокурением.

На основе хронологии построена периодизация, целью которой является выделение временных интервалов по критерию использования государством различных методов регулирования ликероводочного рынка, оказывающих влияние на его развитие.

Имеющиеся данные по отдельным периодам рассматриваются в следующей последовательности: какие меры предпринимались; как колебалось предложение и потребление крепкой алкогольной продукции; как колебались смертность и другие показатели состояния здоровья населения; как изменялись экономические показатели.

Первый этап (1174-1473 гг.) отражает возникновение исходных компонентов государственного регулирования производства и реализации водки в Древней Руси.

Прообразом российского промышленного производства водки является первая на Руси винокурня, созданная в 1174 г.²²³.

По мнению А.П. Смирнова водка появилась в 1250 г.²²⁴, по мнению В.В. Похлебкина между 1448 и 1478 гг.

В 1982 г. решением международного арбитража за СССР «закреплены приоритет создания водки...»²²⁵.

В этот период появляются первые элементы протекционизма на рынке крепкой алкогольной продукции. В 1429 г. царь Василий III Темный запретил ввоз виноградного спирта в Россию из Флоренции²²⁶.

В XIV- XV вв. в литературе встречаются факты негативного воздействия нового более тяжелого опьянения на поступки, действия людей, на общество. С.М. Соловьев описывает сдачу в 1382 г. Москвы хану

²²³ История винокурения, продажи питей, акцизной политики Руси и России в археологических находках и документах XI–XIX вв. / Ю. И. Бобрышев [и др.]. М. : Кругозор-наука, 2004. С. 41.

²²⁴ Золотарев В. В. Под знаком орла и лебедя. М. : Кругозор-наука, 2003. С. 35.

²²⁵ Похлебкин В. В. История водки. М. : Центрполиграф, 2008. С. 12.

²²⁶ Золотарев В. В. Под знаком орла и лебедя. С. 38.

Тохтамышу²²⁷, пленение в 1433 г. Василия Темного небольшим войском своего дяди Юрия Звенигородского²²⁸, как происшедшие в значительной степени из-за пьянства.

Таким образом, в период с 1174 по 1473 гг. на смену кустарному производству хмельных напитков приходит промышленное винокурение, происходят значительные изменения в составе этих напитков (появляется продукт – водка), вводятся элементы протекционистской политики, усиливается негативное воздействие на организм человека, появляется опыт общественных потерь.

На втором этапе (1474-1597 гг.) формируется устойчивое представление о необходимости государственного контроля производства и реализации водки, зафиксированное в форме первой государственной «питейной монополии».

Государственная политика была направлена на решение первоочередной государственной задачи – аккумуляцию финансовых средств на содержание армии. Водка начинает рассматриваться государством как источник значительных финансовых средств, с целью получения которых отменяется многовековая привилегия церкви на производство водки.

В данный период функционируют две различные системы государственного регулирования: «питейная монополия» государства и «продажа питей на вере». Первая государственная монополия, введенная в 1474 г. Иваном III, обеспечила существенную консолидацию финансовых средств, необходимых для создания единого государства и ведения военных действий.

В период становления Московского царства в 1505 г. впервые отмечен экспорт русской водки в Швецию, Эстонию, в земли Ливонского ордена.

С 1552 г. Иваном IV учреждаются «царевы кабаки» и запрещается свободная торговля. В отличие от доходов корчем, которые складывались

²²⁷ См.: Похлебкин В. В. История водки.

²²⁸ См.: Там же.

естественным образом, на каждый кабаk органами государственного управления был наложен определённый размер выручки, который должен был собираться при любых условиях и обязательно «с прибылью против прежних лет».

Однако доход постепенно перераспределяется из государственной казны к вельможам и боярам, которые получили контроль над кабаками. «Продажа питей на вере» привела к коррупции, злоупотреблениям в области финансов, алкоголизации населения²²⁹.

Третий этап (1598-1880 гг.) характеризуется развитием институциональных структур и регулятивных механизмов в формах монополии, «продаж на вере», возникновением откупной и акцизной систем.

В рамках данного продолжительного эволюционного периода происходит многочисленная смена государственной политики в отношении отрасли, что обеспечило возникновение и функционирование различных инструментов ее государственного регулирования, многие из которых адаптированы к современной практике (приложение 12).

С целью быстрого привлечения денежных средств, необходимых для ведения военных действий, финансирования крупных реформ, государственная политика регулирования отрасли многократно видоизменялась в рамках следующих основных форм: государственная монополия на различных стадиях товародвижения; откупная система производства и продажи водки; сосуществование и конкуренция двух систем - казённой и откупной.

В данный период поступления от реализации водки составляли от 30 % и выше всех государственных доходов.

Ретроспективный анализ показывает, что как введение монополии, так и переход к «продаже питей на вере», либо к откупной системе краткосрочно обеспечивали прирост доходов государства от реализации водки. В то же время, очевидно, что либерализация государственного регулирования в

²²⁹ Похлебкин В. В. История водки. С. 201.

долгосрочной перспективе приводила к злоупотреблениям в области администрации и финансов, а также негативным социальным последствиям.

Производство водки рассматривалось не только как источник финансовых средств, но и как инструмент воздействия на политическую ситуацию в обществе. Отмена монополии происходила не только по бюджетным соображениям, а и с целью укрепления новым руководством государства своего статуса в среде правящих слоев общества и таким образом обеспечения политической стабильности. Если даже либерализация государственной алкогольной политики осуществлялась не на начальной стадии правления монарха, а на последующих этапах, то, как правило, была следствием давления влиятельной элиты, которым обеспечивала значительную частную прибыль.

В 1863 г. проведена акцизная реформа, заключающаяся в замене системы откупов акцизной системой и создании организационной структуры администрирования. Она повлекла за собой «уничтожение всякого рода неудобств и злоупотреблений» откупной системы²³⁰.

Во времена Александра II создано движение трезвости, введено ограничение на количество вина, продаваемого «в одни руки», вместо торговли ведрами введена бутылочная продажа.

Социально-экономическая эффективность проводимой в данный период государственной политики существенна: сократился уровень алкоголизма среди населения; доходы государства к 1880 г. возросли, по сравнению с 1865 г., на 80 % (со 120,5 млн руб. до 221,8 млн руб.) при одновременном сокращении производства водки, сокращении злоупотреблений всех участников данной сферы.

На четвертом этапе (1881-1913 гг.) произошла оценка социального вреда и становление государственной водочной монополии.

²³⁰ Быкова А. Г. Алкогольный вопрос в Российской империи во второй половине XIX – начале XX века.

Новое изменение государственной политики последовало в 1881 г. – поэтапно до 1905 г. вводилась казенная винная монополия. Реформа включала: строительство в России винокуренных государственных заводов; государственные закупки и установление цен на спирт; регулирование розничных цен на алкогольную продукцию; ограничения времени торговли алкоголем и др.

При Николае II был принят «Устав попечительства народной трезвости», предусматривающий организацию комитета, наделенного функциями разработки мероприятий по уменьшению пьянства, осуществления надзора за соблюдением правил торговли крепкими напитками, организации мероприятий для проведения населением свободного времени в чайных, столовых, библиотеках и пр., издания брошюр и листовок о вреде пьянства и т.д.

Как показало исследование Быковой А.Г., во второй половине XIX – начале XX вв. в России уровень потребления алкогольных напитков составил в пересчете на безводный спирт к началу действия акцизной системы в 1863 г. 14,76 л на душу населения в год. После введения винной монополии к 1913 г. потребление снизилось до 3,6 л.

Результаты реформы: фактически заново создана целая отрасль, включающая 336 водочных завода, в которой занято свыше 60 тыс. человек; обеспечен дальнейший рост государственных доходов – в 3,5 раза в 1913 г., по сравнению с 1890 г. (с 272,2 млн руб. до 953 млн руб.); повысилось качество продукции; снизились негативные последствия потребления.

Пятый этап (1914-1922 гг.) характеризуется изменением государственного отношения к отрасли во время военных действий. В данный период эволюции существовал запрет на производство и продажу водки на время Первой мировой войны, революции, гражданской войны и иностранной интервенции.

Впервые за всю историю во время военных действий государственная политика направлена не на максимизацию финансовых

поступлений от отрасли, а на снижение потребления населением крепких алкогольных напитков и сосредоточение всего производства этилового спирта исключительно для технических нужд фронта и медицинских целей. Введены жесткие меры наказания по отношению к производителям, продавцам и потребителям алкогольной продукции. В то же время наблюдался существенный рост производства самогона.

Шестой этап (1923-1984 гг.) характеризуется полной государственной монополизацией производства и реализации водки и ликероводочных изделий (далее – ЛВИ), а также сырья, материалов и оборудования, необходимых для их изготовления.

В период разрухи, вызванной гражданской и мировой войнами, в городах ощущается дефицит продуктов питания, однако продовольствие в деревнях идет на подпольное производство самогона, с которым боролось советское государство.

Чтобы остановить самогонование и пополнить бюджет для проведения индустриализации и коллективизации, власть была вынуждена в 1925 г. отменить действовавший с царских времён запрет на продажу водки и ввести монополию.

В данный период государство стремится сочетать средства регулирования, обеспечивающие: минимизацию отрицательного влияния потребления алкоголя на развитие, как отдельной личности, так и общественной жизни в целом.; улучшение технико-экономических показателей промышленности внедрением новой техники и технологий; сочетание интересов предприятия с интересами государства в части рационального использования накоплений, представляющих собой прибыль (чистый доход предприятия) и налог с оборота (доход бюджета государства).

В приложении 13 представлены кривые производства и розничной продажи населению водки и ЛВИ, построенные по данным Федеральной службы государственной статистики. Разница между розничной продажей населению (фактическим потреблением) и производством позволяет судить

об уровне неформальной деятельности в стране. Объемами импорта и экспорта водки и ЛВИ условно можно пренебречь, поскольку в динамике они практически сопоставимы или в отдельные годы их сальдо составляет не более 2-3 % общей емкости рынка.

В 1975 г., 1980 г. и 1984 г. производство в России водки и ЛВИ изделий и их розничная продажа населению были практически равными и составляли около 200 млн дкл, что говорит о минимальном уровне неформальной деятельности.

В СССР весь ассортимент водок составлял около 25 торговых марок.

Руководство отраслью осуществляло Управление спиртовой и ликерно-водочной промышленности²³¹.

В общей величине открытых бюджетных поступлений на долю алкогольной продукции в 1970 и 1980 гг. приходилось 6,5 %. Уровень смертельных отравлений нелегальным алкоголем и его суррогатами в 1970 г., 1975 г. и 1980 г. соответственно составил – 19 тыс. чел, 23 тыс. чел и 32 тыс. чел (приложение 14).

Таким образом, в условиях плановой экономики государство, с одной стороны, регулировало производства и потребления алкогольной продукции, обеспечивая минимальный уровень неформальной деятельности, осуществляло социальный контроль пьянства и алкоголизма, с другой стороны, наращивало производство, рассматривая алкоголь, как источник бюджетных поступлений и фактор социального умиротворения.

Седьмой этап (1985-1990 гг.) – этап проведения антиалкогольной кампании в условиях государственной монополии и перестройки.

В 1985 г. в качестве первого крупного мероприятия «перестройки» были приняты постановления ЦК КПСС «О мерах по преодолению пьянства

²³¹ Кочубеева М. Т. Экономика, организация и планирование спиртового и ликерно-водочного производства. М. : Пищевая пром-сть, 1977. С. 129.

и алкоголизма» и Совета Министров СССР от 07.05.1985 № 410 «О мерах по преодолению пьянства и алкоголизма, искоренению самогонварения»²³².

Государственная антиалкогольная политика включала: ежегодное плановое сокращение производства водки и ЛВИ; полное прекращение к 1988 г. выпуска плодово-ягодных вин; ценовое регулирование; ограничения по месту и времени розничной торговли алкоголем; ужесточение ответственности за несоблюдение возрастного ценза покупателей; проведение широкомасштабной разъяснительной работы о пагубности потребления алкогольных напитков и пр. Было создано Всесоюзное общество трезвости, развернувшее масштабную просветительную и контролирующую работу.

В стране сократилось употребление алкогольных напитков на работе, в общественных местах, уменьшилась заболеваемость алкоголизмом, алкогольными психозами. В то же время реальное усиление государственного регулирования не привело к сокращению спроса населения на спиртное, и возникли следующие негативные последствия:

1. Возросло нелегальное изготовление спиртных напитков. В данный период изготовление фальсификатов водки на основе спиртов этиловых из непищевого сырья было затруднительно из-за низких органолептических свойств. Поэтому широкое развитие получило самогонварение. По данным Госкомстата СССР, в 1987 г. на самогонварение расходовалось 1,4 млн тонн сахара, что позволяло изготовить 122-182 млн дкл самогона²³³.

2. В 1985 г. в России на 18 % сократилось легальное производство, по сравнению с 1984 г. – со 196 млн дкл до 161 тыс. дкл (приложение 13). В

²³² О мерах по преодолению пьянства и алкоголизма, искоренению самогонварения : постановление Совмина СССР от 07.05.1985 № 410 // BestPravo.ru. URL: <http://www.bestpravo.ru/sssrgn-pormu/m1k.htm> (дата обращения: 24.03.2012).

²³³ Никишин А. В. Водка и Горбачев. М. : Вся Россия, 2007. С. 139.

течение 1985-1987 гг. объем производства алкогольной продукции в СССР был сокращен в 2 раза, а в России – почти в 2,5 раза²³⁴.

3. Были закрыты или перепрофилированы 83 спиртовых, 14 ликероводочных и около тысячи мелких винных заводов, площадь виноградников сократилась на треть²³⁵.

4. В бюджет за 1985-1990 гг. денежных средств от реализации алкоголя поступило меньше на 39 млрд руб.²³⁶

5. Снизилось качество производимой алкогольной продукции.

6. Среди населения сложилось непонимание действий руководства.

В 1988 г. антиалкогольная кампания в стране фактически завершилась.

С 1985 г. по 1990 г. происходит сокращение производства и потребления алкогольной продукции. Однако, информация о потреблении в данный период приводится без учета неформальной деятельности. Среднестатистическое годовое потребление водки и ЛВИ в России с учетом неформального оборота составляет около 210 млн дкл. Уже в 1990 г. официально произведено водки всего лишь 138 млн дкл, что составляет 66 % общего потребления. Около 34 % рынка переместилось в неформальный сектор, который существует до настоящего времени.

Таким образом, без необходимой исторической и экономической проработки, в период с 1985 г. по 1990 г. государственная политика была направлена на создание административного дефицита крепкого алкоголя. С 1985 г. происходит замещение потребления легальной водки незаконной продукцией, главным образом самогоном и другими крепкими спиртными напитками домашней выработки. Антиалкогольная кампания показала, что потребовалось всего пять лет, чтобы компенсировать искусственное снижение легального производства алкоголя его нелегальным изготовлением. Тем не менее, впервые за долгие годы смертность

²³⁴ Кручина Е. Н. Водка : путеводитель. М. : Изд-во Жигульского (ООО Бизнес ту Бизнес Продакшн Групп «Би-Би-Пи-Джи»), 2003. С. 179.

²³⁵ Там же.

²³⁶ История «сухого закона» в СССР (1985 год). URL: <http://mailpresident.ru/node/10505> (дата обращения: 21.04.2012).

населения стала снижаться, а средняя продолжительность жизни расти. К 1987г. ожидаемая продолжительность жизни у мужчин увеличилась на 3,2 года.

На восьмом этапе (1991-1993 гг.) осуществляется отмена государственной монополии на производство, оптовую и розничную продажу алкогольной продукции.

Данный период экономических реформ и перехода России к рыночной экономике характеризуется непродолжительным стабильным производством водки и ЛВИ в стране – в среднем 154 млн дкл в год (приложение 13).

В соответствии с Постановлением Правительства РСФСР от 19 декабря 1991 г. № 55 «О мерах по либерализации цен»²³⁷ цены были отпущены практически на все, кроме потребительских товаров, имеющих важную социальную значимость, по которым установлено государственное регулирование цен и утверждены предельные коэффициенты их повышения. В этом же перечне оказались водка и питьевой спирт.

Однако, уже 4 мая 1992 г. Постановлением Правительства РФ от № 282 «О мерах по упорядочению производства винно-водочных изделий и пива и торговли этой продукцией» отменены предельные коэффициенты²³⁸.

В этот период в сфере государственного регулирования отрасли осуществлено два изменения, оказывающих существенное влияние на ее развитие и в современное время:

1. В 1991 г. вступил в силу Закон РСФСР № 1993-1 «Об акцизах»²³⁹. Объектом обложения установлена стоимость реализуемых винно-водочных изделий - 80 % к стоимости водки и 75 % к стоимости ЛВИ²⁴⁰.

2. В 1992 г. подписан указ Президента России «Об отмене государственной монополии на производство, хранение, оптовую и

²³⁷ Постановление Правительства РСФСР от 19.12.1991 № 55 «О мерах по либерализации цен» (ред. от 26.06.1995, с изм. от 14.06.2001) // КонсультантПлюс.

²³⁸ Постановление Правительства Рос. Федерации от 04.05.1992 № 282 «О мерах по упорядочению производства винно-водочных изделий и пива и торговли этой продукцией» (ред. от 15.04.1996) // Там же.

²³⁹ Федеральный закон от 06.12.1991 № 1993-1 «Об акцизах» (ред. от 02.01.2000) // Там же.

²⁴⁰ Постановление Правительства РСФСР от 26.12.1991 № 74 «О ставках акцизов на отдельные виды товаров» (ред. от 30.03.1993, с изм. от 22.09.1993) // КонсультантПлюс.

розничную продажу алкогольной продукции в РФ»²⁴¹. Введена полная свобода производства и торговли винно-водочными изделиями частными изготовителями или продавцами, имеющими лицензию.

В 1993 г. Указом Президента от 11 июня № 918 «О восстановлении государственной монополии на производство, хранение, оптовую и розничную продажу алкогольной продукции» государство попыталось вернуть влияние на алкогольный рынок²⁴². Однако, в 1995 г. он утратил силу.

Таким образом, сохранявшаяся около 70 лет государственная монополия на алкогольную продукцию была упразднена. Проведение приватизации и обложение винно-водочных изделий акцизом, привели к ослаблению государственного контроля производства.

Девятый этап (1994г. – н.в.) – этап противоречивого конструирования институтов и механизмов государственного регулирования производства, оборота и розничной продажи алкогольной продукции рыночного типа.

В этот период можно выделить несколько подэтапов.

1. 1994-1996 гг.: резкое снижение легального производства водки и ЛВИ, повышение потребления и смертности населения.

В 1994-1995 гг. правительство предоставило импортерам различных категорий алкоголя льготы в сфере налогообложения и таможенного регулирования, что привело к массовому ввозу на территорию РФ дешёвого спирта из Бразилии, Бельгии и других стран, ставшего главным сырьём для производства нелегальной водки.

В 1994 г. легальное производство в стране снизилось, по сравнению с 1993 г. на 21 %, составив 124,8 млн дкл (приложение 13).

²⁴¹ Золотарев В. В. Под знаком орла и лебедя. С. 47.

²⁴² Указ Президента Российской Федерации от 11 июня 1993 г. № 918 «О восстановлении государственной монополии на производство, хранение, оптовую и розничную продажу алкогольной продукции» // КонсультантПлюс.

В целях снижения теневой деятельности приняты следующие меры: введено декларирование; установлен единый порядок розничной торговли; обязали производителей этилового спирта оснастить оборудование контрольными спиртоизмеряющими приборами; введена обязательная маркировка; создана Межведомственная комиссия по защите государственных интересов, прав потребителей и отечественных товаропроизводителей; принят отраслевой Федеральный закон № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции»²⁴³; принят федеральный закон № 108-ФЗ «О рекламе», запрещающий рекламировать крепкий алкоголь на телевидении и в наружной рекламе²⁴⁴; введен порядок квотирования импорта спирта этилового из пищевого сырья и алкогольной продукции; установлены минимальные цены на водку и ЛВИ крепостью свыше 28 процентов, пересмотр которых в связи с изменением ставок акцизов, производился только до 2000 г.

1996 г. отличается рекордным ростом количества выданных лицензий на производство водки. Если в 1995 г. в России было 171 производителя и выпущено 123 млн дкл, то в 1996 г. количество производителей увеличилось до 423, а выпуск уменьшился до 71 млн дкл. Для сравнения в 1913 г. в России было произведено 118,9 млн дкл водки и насчитывалось 336 водочных заводов²⁴⁵.

В 1996 г., в связи с введением в действие нового Уголовного кодекса, отменили достаточно жесткие меры по регулированию рынка алкогольной продукции. Вне сферы уголовного закона оказались частные лица, чаще всего и распространяющие алкогольный фальсификат, поскольку уголовной ответственности подлежали только руководители и организации.

²⁴³ Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (ред. от 21.07.2011) // КонсультантПлюс.

²⁴⁴ Воронцов К. Минеральная водка. Новые технологии алкогольной рекламы // Коммерсантъ. 2003. 4 дек. (№ 222). С. 9.

²⁴⁵ Кочубеева М. Т. Экономика, организация и планирование спиртового и ликерно-водочного производства. С. 20.

Таким образом, в период с 1994 г. по 1996 г. в стране отмечается резкое снижение легального производства водки и ЛВИ. В 1996 г. производство было рекордно низким со времен антиалкогольной кампании конца 80-х гг. и составило 70,6 млн дкл.

До 1996 г. в целом на российском рынке присутствовали в основном старые советские бренды водки, принадлежавшие Всесоюзному внешнеторговому объединению «Союзплодоимпорт». В период 1994-1996 гг. известные марки стали объектом массовых подделок, что подорвало их авторитет на внутреннем рынке.

Данный отрезок времени следует охарактеризовать как период переориентации нелегального рынка алкоголя из сферы самогонварения, господствовавшей во второй половине 80-х гг., в сферу промышленного производства нелегальной фальсифицированной и контрафактной алкогольной продукции, а также суррогатного алкоголя.

В 1996 г. отмечен самый высокий уровень неформальной деятельности за последние 20 лет – более 60 % общего потребления. В этот период и самый высокий уровень смертельных отравлений нелегальным алкоголем и его суррогатами – 55 тыс. чел в 1994 г., столь высокого уровня показатель острой алкогольной летальности никогда не достигал.

2. 1997-2001 гг.: восстановление легального производства водки и ЛВИ, стабильно высокое потребление, снижение и последующий рост смертности.

Государственные меры по защите отечественных производителей алкогольной продукции в отношении импорта, предпринятые в 1996 г., способствовали тому, что уже в 1 квартале 1997 г. ввоз алкогольной продукции уменьшился относительно соответствующего периода 1996 г. на 62 %. В целом в 1997 г. легальное производство водки в стране увеличилось до 83 млн дкл, что больше чем в 1996 г. на 18 %.

Негативная ситуация на водочном рынке в период 1994-1996 гг., в том числе массовые подделки известных водочных марок, заставили российские компании создавать новые марки.

В 1997 г. частными предпринимательскими структурами предпринимаются недобросовестные действия по выкупу 43 известных советских государственных торговых марок и регистрации их за рубежом.

С 1997 г. в соответствии с новой редакцией Федерального Закона «Об акцизах» изменен порядок его расчета – облагаться акцизом стало процентное содержание спирта в алкогольной продукции, а не ее цена. Переход от адвалорных ставок акциза к фиксированным единым ставкам оказал благоприятное влияние на развитие производства, поскольку производители получили возможность без опасения за прогрессирующий рост цен на продукцию увеличивать затраты на повышение качества напитков, оформление, увеличивать инвестиции в производство.

В 1997 г. вступил запрет реализации алкогольной продукции с объемным содержанием спирта этилового более 12 % в организациях мелкорозничной торговой сети, введена обязанность оснащения технологических линий по производству алкогольной продукции приборами учета объемов выпуска.

В 1998 г. ВОЗ организовала бюро в г. Москве и стала привлекать внимание к проблеме сверхпотребления алкоголя в стране.

В целом эффективность государственных мер нельзя оценивать высоко, поскольку уровень производства в 1997-1998 гг. составил всего лишь 71 % к 1995 г.

Наиболее очевидные результаты государства по сокращению нелегального рынка следует отметить в конце 1998 г., когда после принятых мер, в 1999 г. производство составило 134 млн дкл, что на 54 % больше чем в 1998 г. и на 10 % больше уровня 1995 г.

Комплекс наиболее значимых мер по легализации рынка включал введение: на предприятиях, производящих этиловый спирт, ежедневного

государственного контроля за объемами его производства; лицензирования и квотирования ввоза в РФ и вывоза из нее этилового спирта из любых видов сырья; квот на производство этилового спирта и спиртосодержащих растворов только государственным предприятиям и акционерным обществам, контрольный пакет акций которых у государства; ежедневного контроля государственной налоговой службой в организациях по производству напитков с содержанием алкоголя свыше 28 процентов; системы аккредитации организаций, осуществляющих оптовую торговлю алкогольной продукцией для розничной торговли и общественного питания; специальных марок с указанием пределов емкости тары и авансированием акцизов при подаче заявки на их получение.

С формированием в регионах обязательной системы аккредитации организаций, осуществляющих поставки алкогольной продукции для розничной торговли и общественного питания власти получили эффективный инструмент поддержки местных производителей.

Другим методом защиты регионального алкогольного рынка и рынка труда была «добровольная сертификация» при выдаче региональной идентификационной марки. Системы идентификации введенные в 72 субъектах РФ, доказали свою эффективность в плане контроля за качеством алкогольной продукции.

Во многих регионах одним из условий выдачи аттестата об аккредитации или региональных специальных марок было выполнение оптовой компанией рекомендованного объемом реализации продукции местных производителей. К тому же с 1992 г. по 2000 г. 100 % акцизов на водку и ЛВИ уплачивал производитель, который, перечислял деньги в федеральный и региональный бюджеты в соотношении 50 % на 50 %. Таким образом, в бюджет субъекта Федерации по месту нахождения производителя поступала половина всех акцизов, а с ввозимой продукцией – ничего.

В целом региональный сепаратизм оказал негативное влияние на формирование единого экономического пространства страны и означает

нарушение органами государственной власти регионов Закона «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

2000 г. отмечен самым высоким уровнем индексации ставки акциза – рост 40 % по сравнению с 1999 г. (приложение 15). Резкое увеличение ставок акцизов на водку и ЛВИ привело к расширению теневого оборота. В 2000 г. легальное производство снизилось, по сравнению с предыдущим годом, на 9 % и составило 122,6 млн дкл, уровень неформальной деятельности увеличился на 3 % и составил около 43 % общего потребления. Смертельные отравления алкоголем и его суррогатами увеличились на 24 % – с 30 тыс. чел в 1999 г. до 37 тыс. чел в 2000 г.

С вступлением 5 августа 2000 г. в силу гл. 22 части второй НК РФ п.2 ст.193 вводится режим налогового склада в отношении алкогольной продукции, а также обязательная ее маркировка специальными региональными марками. Плательщиками акциза, наряду с производителями, стали оптовые компании.

В направлении усиления государственной доли на рынке образовано ФГУП «Росспиртпром»^{246 247}, которое должно было консолидировать все госпакеты спиртовых и ликероводочных заводов и тем самым «стать водочным монополистом». В 2001 г. из официально зарегистрированных в стране 179 спиртовых, 599 ликероводочных предприятий²⁴⁸, доля хозяйствующих субъектов ФГУП «Росспиртпром» составила 18,8 %, в том числе предприятий, производящих спирт – 34,7 %, ликероводочные изделия – 13,0 %.

При создании вместе с акциями ФГУП «Росспиртпром» получило долгов по обязательным платежам в бюджеты всех уровней на сумму,

²⁴⁶Указ Президента Рос. Федерации от 18.07.1998 № 852 «Об учреждении федерального государственного унитарного предприятия «Росспиртпром» // КонсультантПлюс.

²⁴⁷ Постановление Правительства Рос. Федерации от 06.05.2000 № 390 «Об учреждении федерального государственного унитарного предприятия «Росспиртпром» (ред. от 02.09.2010) // Там же.

²⁴⁸ Итоги 2001 г. // ФГУП «Росспиртпром», 2001. С. 14.

превышающую 1 млрд руб.²⁴⁹. В результате, государственные предприятия по уровню технического перевооружения и модернизации стали отставать от частных производителей.

Счетная палата по итогам проверки ФГУП «Росспиртпром» в 2002 г.²⁵⁰, 2007 г.²⁵¹, в 2009 г.²⁵² признала деятельность организации, по управлению переданными им государственными активами неэффективной.

Распоряжением Правительства РФ от 29 декабря 2001 г. №1741-р создано Федеральное казенное предприятие «Союзплодоимпорт»²⁵³. Деятельность ФГУП связана с вопросом восстановления прав Российской Федерации на товарные знаки. Постановлением Правительства от 4 июля 2002 г. № 494 ФКП «Союзплодоимпорт» переданы права пользования и распоряжения товарными знаками²⁵⁴.

По итогам проверок Счетной палатой ФКП «Союзплодоимпорт» в 2002 г.²⁵⁵, 2003 г.²⁵⁶, в 2006 г.²⁵⁷ установлено, что организация неэффективно управляет переданными ему торговыми марками.

²⁴⁹ Постановление Правительства Рос. Федерации от 29.12.2001 № 930 «О реструктуризации задолженности федерального государственного унитарного предприятия “Росспиртпром” по налогам и сборам, а также задолженности по начисленным пеням и штрафам перед федеральным бюджетом» // КонсультантПлюс.

²⁵⁰ Игнатов В. М. Отчет о результатах проверки эффективности и целесообразности управления ФГУП «Росспиртпром», в том числе обеспечения поступлений части прибыли, остающейся после уплаты налогов и иных обязательных платежей, в федеральный бюджет, а также эффективности и целесообразности учреждения и управления дочерними предприятиями // Архив Бюллетеня Счетной палаты № 5 (65)/2003. URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/123/> (дата обращения: 24.03.2012).

²⁵¹ Горегляд В. П. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка эффективности использования федеральной собственности, переданной федеральному государственному унитарному предприятию “Росспиртпром”, за 2005-2006 годы» // Архив Бюллетеня Счетной палаты № 4 (124)/2008. URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/247/> (дата обращения: 24.03.2012).

²⁵² Счетная палата проверила ФГУП «Росспиртпром» // Департамент информации Счетной палаты Российской Федерации. URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/news/archive/20090330-1/> (дата обращения: 24.03.2012).

²⁵³ Распоряжение Правительства Рос. Федерации от 29.12.2001 № 1741-р «Об учреждении федерального казенного предприятия “Союзплодоимпорт”» // КонсультантПлюс.

²⁵⁴ Постановление Правительства Рос. Федерации от 04.07.2002 № 494 «О товарных знаках на алкогольную и спиртосодержащую продукцию» (ред. от 04.03.2011) // КонсультантПлюс.

²⁵⁵ Странный итог: государство не получило от «Союзплодимпорта» ни копейки // Русская водка. 2002. № 6 (24). С. 38–50.

²⁵⁶ Игнатов В. М. Отчет о результатах проверки своевременности и правильности учета, эффективного использования интеллектуальной собственности в форме торговых марок (брендов) в ликероводочной промышленности Российской Федерации в Министерстве имущественных отношений Российской Федерации, Министерстве сельского хозяйства Российской Федерации, закрытом акционерном обществе «Союзплодимпорт» и федеральном казенном предприятии «Союзплодоимпорт» // Архив Бюллетеня Счетной палаты №1 (73)/2004. URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/131/> (дата обращения: 24.03.2012).

Таким образом, пять лет с 1997 г. по 2001 г. можно охарактеризовать как период усиления государственного регулирования, направленного на восстановление и стабилизацию легального производства в России. Усиление контроля осуществлялось, в том числе и вследствие введения во многих субъектах собственных дополнительных мер по защите регионального алкогольного рынка. В целом в 2002 г. производство увеличилось, по сравнению с 1996 г., на 86 % и составило 132 млн дкл. Однако этот уровень составляет всего лишь 67 % к производству в 1984 г.

Реформирование, а главным образом вновь создание государством многочисленных административных и экономических инструментов регулирования не обеспечило снижения смертельных отравлений населением нелегальным алкоголем и его суррогатами, уровень которых в 2001 г. на 17 % выше, чем в 1996 г. и составил 41 тыс. чел. Теневой сектор только снижен с 66 % в 1996 г. до 37 % в 2001 г.

3. 2002-2005 гг.: стабильное легальное производство и потребление водки и ЛВИ, высокая смертность с тенденцией снижения.

В этот период, легальное производство водки и ЛВИ в России в среднем составило 136 млн дкл, что на 12 % меньше, чем в 1991-1993 гг.

На данном этапе государство неоднократно реформирует налоговую политику, стимулируя администрации регионов устранять конкуренцию местным производителям созданием барьеров для ввозимого алкоголя, изменяя структуру отчисления акцизных сборов в федеральный бюджет и консолидированные бюджеты субъектов и перераспределяя налоговую нагрузку между его плательщиками (приложение 16).

С 1 июня 2001 г. введен механизм уплаты акциза, согласно которому 50 % платит производитель, а 50 % оптовик, причем половину из них в том регионе, где алкогольная продукция поступит в розничную продажу.

²⁵⁷ Счетная палата подвела итоги проверки государственного регулирования производства этилового спирта и алкогольной продукции // Пресс-служба Счетной палаты Российской Федерации. URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/news/archive/2104/> (дата обращения: 24.03.2012).

От новой системы взимания акциза ожидался комплексный эффект: снизить интерес у местных властей продавать только собственную водку; перенести часть налогового бремени с производителя на оптовика; обеспечить через акцизные склады установление особого контроля.

С 2003 г. в цену марки, наряду с расходами на ее изготовление, хранение, доставку и налог на добавленную стоимость, включены затраты на осуществление субъектом специальных защитных мер по проверке качества и безопасности алкогольной продукции и нанесение на марку штрихкода²⁵⁸.

С 2000 г. обозначилась динамика сокращения производителей водки и ликероводочной продукции, а как следствие уменьшение числа плательщиков акциза (приложение 17). Однако уже в 2001 г. государство изменило данные положительные тенденции, создав акцизные склады и возложив на них обязанность по уплате акциза. В 2001 г. плательщиками водочного акциза были: производители спирта 179; производители водки 599; оптовые акцизные склады – более двух тысяч.

Если рассмотреть акциз в бутылке водки (приложение 18), то видно, что спиртовой завод платил 27 % акциза в 1997 г. и всего лишь 14 % – в 2006 г., т.е. основное налоговое бремя несет производитель водки, а в период с 2001-2005 гг. значительная нагрузка была возложена и на оптовые акцизные склады, осуществляющие оборот алкоголя. Очевидно, что выгодно купить относительно дешевый легальный спирт и не заплатить налоги, на стадии производства или оптовой продажи. Также ясно, что чем больше будет плательщиков акциза, тем сложнее их будет контролировать.

В отчете Счетной палаты делается вывод, что отсутствие действенного учета объемов, реализуемой через акцизные склады оптовых организаций алкогольной продукции, а также ненадлежащий контроль со стороны

²⁵⁸ Постановление Правительства Рос. Федерации от 01.10.2002 № 723 «Об утверждении общих требований к порядку и условиям выдачи разрешений на учреждение акцизных складов и порядку выдачи региональных пециальных марок» // КонсультантПлюс.

налоговых органов за их работой привел к значительным потерям бюджетов субъектов и росту объемов неучтенной продукции²⁵⁹.

В магазинах продавалась продукция по демпинговым ценам, которые можно получить, не уплатив косвенные налоги (приложение 19).

Таким образом, характерной чертой периода с 2002 г. по 2005 г. является функционирование сложившейся во всех субъектах РФ региональной системы по проведению контроля за качеством и безопасностью алкогольной продукции. В тоже время, это привело к региональному протекционизму и усилению алкогольного лобби.

4. 2006 г.: кризис на алкогольном рынке, снижение легального производства, потребления водки и ЛВИ, снижение смертности.

В 2006 г. внесены существенные изменения в Закон № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», направленные на: создание единой государственной автоматизированной информационной системы учета производства и оборота спирта и алкогольной продукции (ЕГАИС); устранение региональных барьеров на перемещение алкогольной продукции по территории страны; сокращение и укрупнение участников рынка во всех звеньях товародвижения; уменьшение коррупционных рисков.

Из 2,9 тыс. оптовиков алкогольной продукции в России по состоянию на 24 июля новые лицензии в ФНС получили 1,65 тыс. Из 356 отечественных производителей алкогольной продукции, функционирующих в 2005 г., в 2006 г. работало около 270. В Волгоградской области в 2005 г. число розничных лицензиатов 3917, по состоянию на 28.07.2006 г. – 1799.

Исходя из тенденции значительного сокращения лицензированных субъектов на алкогольном рынке, Жук А.А. и Кизилова Е.А. делают заключение, что очевидной становится реаллоация конкурентных преимуществ субъектов рынка алкогольной продукции и перераспределения

²⁵⁹ Выводы счетной палаты // Русская водка. 2003. № 6 (24). С. 48.

прав собственности. Значительная часть лицензиатов столкнулась с рядом барьеров при получении лицензии²⁶⁰.

Формально закон вступил в силу с 1 января 2006 г. Однако из-за несогласованности действий министерств, координирующих алкогольный рынок, из тринадцати необходимых постановлений Правительства в 2005 г. было принято только два.

У производителей, оптовых и розничных торговцев алкоголем возникли сложности с использованием системы ЕГАИС: программные ошибки и недочеты, неподготовленность линий связи и серверов к приему информации.

Фактически отрасль была парализована, и правительство перенесло полное введение ЕГАИС. По оценке Счетной палаты, из-за неудачного внедрения системы бюджет недополучил 15 млрд руб., а производство некачественного алкоголя выросло на 10 млрд руб.²⁶¹

Постановлением Правительства РФ от 3 июня 2006 г. № 349 из перечня денатурирующих добавок исключен диэтилфталат²⁶². Поэтому часть производителей суррогатов стали использовать метиловый или изопропиловый спирт, для денатурации которых можно использовать диэтилфталат. Это обстоятельство послужило причиной массовых отравлений россиян алкогольными суррогатами, вызвавшими в сентябре-октябре 2006 г. вспышку токсического гепатита в нескольких регионах.

В 2006 г. суд Роттердама удовлетворил иск ФКП «Союзплодоимпорт» к S.P.I. и признал, что последняя не владеет правами на ТМ «Stolychnaya» и «Moskovskaya» на территории стран Бенилюкс, что позволяет добиваться такого же решения в других государствах.

²⁶⁰ Жук А. А., Кизилова Е. А. Российский рынок алкогольной продукции: институциональный анализ, выводы, предложения // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). 2013. Т. 4, № 3. С. 53.

²⁶¹ Минфин предложит вывести часть спирта из ЕГАИС. URL: <http://bre.ru/risk/29019.html> (дата обращения: 24.05.2013).

²⁶² Постановление Правительства Рос. Федерации от 03.06.2006 № 349 «Об осуществлении государственного контроля за процессом денатурации (введения денатурирующих веществ) этилового спирта и спиртосодержащей непищевой продукции и содержанием в них денатурирующих веществ» (ред. от 04.03.2010) // КонсультантПлюс.

С 1 июля 2006 г. вступила в силу новая редакция закона «О рекламе». Закон полностью запрещает использование наружной рекламы и зонтичных брендов для алкогольных производителей и позволяет им размещаться в печатных СМИ.

Таким образом, по административным причинам, в результате несогласованности между двумя ветвями власти (законодательной и исполнительной), а также отсутствия координации действий между министерствами и ведомствами, регулирующими алкогольный рынок, произошел кризис 2006 г., охвативший всех легальных участников рынка. Если для крупных федеральных игроков год завершился без фатальных последствий, то многие региональные предприятия приостановили деятельность и вынуждены продавать свои активы. Спровоцирован выброс на рынок нелегальных изделий, ставших причиной вспышки токсического гепатита в нескольких регионах.

5. 2007 - н.в.: второй период снижения легального производства и потребления водки и ЛВИ, снижение смертности.

Основные тенденции развития алкогольного рынка в 2007 г.:

1. Консолидация на производственном уровне, оптовом и в рознице.
2. Начало нового этапа формирования российских алкогольных брендов – первые крупные сделки по продаже торговых марок.
3. Изменения в алкогольном маркетинге – на первое место выходят инвестиции в дистрибуцию, рекламу в местах продаж.
4. Диверсификация в рамках алкогольного бизнеса посредством создания многопрофильных заводов в регионах.
5. Выход алкогольных компаний на рынок IPO²⁶³.

В 2007 г. производители выпустили на 10 % больше водки и ЛВИ, чем в 2006 г. – 131,5 млн дкл.

Важнейшими событиями 2008 г. были:

²⁶³ «Синергия» закрыла сделку по покупке «Мягкова» // Производство спирта и ликероводочных изделий. 2007. № 4. С. 4–5.

1. С 1 января из-под учета в ЕГАИС выведен оптовый оборот алкогольной продукции, за исключением импорта.

2. Преобразование ФГУП «Росспиртпром» в одноименного ОАО²⁶⁴, в которое государство передало все текущие активы за исключением контрольных пакетов акций 11 предприятий, которые переданы в счет погашения обязательств «Росспиртпрома» перед открытым акционерным обществом «Банк ВТБ» на сумму 5 млрд руб.²⁶⁵ Постановлением устанавливается, что эти пакеты акций передаются в доверительное управление ОАО «Росспиртпром».

3. Образование Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (далее Росалкогольрегулирование)²⁶⁶. Служба стала правопреемником Министерства сельского хозяйства РФ, Министерства финансов РФ, Федеральной налоговой службы и Федеральной службы по тарифам²⁶⁷.

На алкогольном рынке со времени отмены в 1992 г. государственной монополии отсутствовало единое государственное ведомство: многочисленные функции и инструменты регулирования распределены между восемью ведомствами. Регулярное формирование координационных, совещательных комиссий в 1994, 1997, 1998, 2000 г. свидетельствует об отсутствии необходимого взаимодействия между органами власти.

В 2009 г. ОАО «Банк ВТБ» перепродал 11 алкогольных заводов²⁶⁸. После сделки ОАО «Росспиртпром» продолжает управлять заводами в партнерстве с новым собственником. Созданная ООО «Восточно-

²⁶⁴ Постановление Правительства Рос. Федерации от 29.12.2007 № 1014 «Об особенностях приватизации федерального государственного унитарного предприятия “Росспиртпром” (федерального казенного предприятия)» (ред. от 26.05.2011) // КонсультантПлюс.

²⁶⁵Игнатова Е. «Росспиртпром» будет акционирован по особой схеме // Коммерсантъ. 2008. 25 марта (№ 48 (3865)). С. 2.

²⁶⁶ Указ Президента Рос. Федерации от 31.12.2008 № 1883 «Об образовании Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка» // Там же.

²⁶⁷ Постановление Правительства Рос. Федерации от 24.02.2009 № 154 «О Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка» (вместе с «Положением о Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка») (ред. от 31.01.2012) // Там же.

²⁶⁸ Трутнев О., Бусько К. Василий Анисимов предсказал по «Кристаллу». URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1650972> (дата обращения: 24.05.2013).

Европейская дистрибуторская компания» заключает с «Росспиртпромом» эксклюзивное соглашение об оптовой продаже продукции госхолдинга. В результате сформирована структура управления в форме государственно-частного партнерства (ГЧП).

Кажется, что реализуются меры повышения эффективности функционирования государственных предприятий путем развития «системы государственно-частного партнерства». Однако, сомнительной, с точки зрения этики является последовавшее усиление протекционизма. Условием возобновления производства на заводах стало подписание администрациями регионов с ОАО «Росспиртпром» соглашений о взаимодействии и сотрудничестве, вслед за которыми в бюджетах субъектов предусматриваются субсидии предприятиям. Например, в бюджете Волгоградской области прогнозировалось выделить субсидии: в 2011 г. - 58 млн руб., 2012 - 84 млн руб., 2013 - 104 млн руб., что составляет около 50 % поступлений акцизов в бюджет региона²⁶⁹. Подобные соглашения заключены в Челябинской области, Костромской области²⁷⁰, в республике Мордовия и планировалось дальнейшее распространение практики в других регионах²⁷¹. Усилилось давление на оптовые и сетевые розничные организации заключать соглашения с «Росспиртпромом» и «ВЕДК», ограничивать продажи продукции конкурентов²⁷², организовать приоритетную торговлю продукцией холдинга²⁷³.

Распоряжением Правительства РФ от 30 декабря 2009 г. № 2128-р одобрена Концепция государственной политики по снижению масштабов

²⁶⁹ Бюджетные вливания в Волгоградский ЛВЗ в ближайшие годы не окупятся // Информационное агентство «Высота 102.0». URL: <http://v102.ru/econom/25276.html> (дата обращения 17.03.2012).

²⁷⁰ Кострома предоставит субсидии производителям алкоголя // Alconews.ru. URL: <http://www.alconews.ru/russia/2012/01/20132.php> (дата обращения 17.03.2012).

²⁷¹ Росспиртпром: сотрудничество с Челябинской областью // ВЕДК. 2011. URL: <http://www.eedc.ru/news/55/> (дата обращения 17.03.2012).

²⁷² Трутнев О. «Росспиртпром» расчищает оптовое звено // Коммерсантъ. Издательский дом. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1410352> (дата обращения: 11.03.2012).

²⁷³ Предприниматели теряют страх... / ЦИФРРА Центр исследования федерального и региональных рынков алкоголя // Alconews.ru 2006-2011. URL: <http://www.alconews.ru/cifrra/document18315.php> (дата обращения: 11.03.2012).

злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма среди населения РФ на период до 2020 г.²⁷⁴.

С 1 января 2010 г. государство вернулось к практике установления и индексации минимальных цен на основные виды алкогольной и спиртосодержащей продукции. В 2011 г. проведено ее повышение в связи с ростом ставки акциза и инфляцией. Однако, с 1 января 2012 г., несмотря на беспрецедентный рост стоимости спирта и индексацию ставки акциза, Росалкогольрегулирование не увеличило минимальные цены. Отказ от непопулярной среди населения меры многими экспертами связан с проведением президентских выборов, только после которых предусмотрена индексация ставки акциза²⁷⁵, которая уже приведет к опережающему уровню инфляции росту цен на алкоголь.

В условиях перехода к рыночной модели экономики государством периодически предпринимались попытки усиления государственного контроля на алкогольном рынке. Однако, на практике легальное производство в стране осталось на уровне 120-130 млн дкл в год, а неформальную деятельность так и не удалось снизить ниже 30 %.

Таким образом, основные инструменты государственного регулирования рынка алкогольной продукции, применяемые в современности, не созданы с нуля, многократно апробированы в собственной практике, имеют информационную базу для оценки эффективности их использования. При этом столь объемных и сложных правил осуществления экономической деятельности, как в алкогольной сфере, не существует ни на каком другом рынке.

Ретроспективный анализ экономических, юридических, идеологических, социальных, культурных материалов позволил выделить ряд

²⁷⁴ Распоряжение Правительства Рос. Федерации от 30.12.2009 № 2128-р «О Концепции реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года» // КонсультантПлюс.

²⁷⁵ С 2012 года водка будет дорожать дважды в год // Alconews.ru. URL: <http://www.alconews.ru/russia/2011/12/19930.php> (дата обращения: 21.12.2011).

последствий появления и развития промышленного производства крепких алкогольных напитков:

- разрушающее воздействие на средневековые социальные, культурные, нравственные, идеологические общественные традиции и возникновение более свободных общественных и бытовых отношений;

- социальное расслоение и классовая дифференциация общества (с одной стороны появление государственных служащих новых административных учреждений по надзору за производством, сбытом и хранением водки; собственников и работников новых питейных заведений; с другой стороны - социального слоя люмпена);

- появление конфликтных ситуаций в обществе, между церковью и властью, церковью и бизнесом, властью и обществом, властью и бизнесом, кругами влиятельной элиты;

- использование алкогольной продукции правящими кругами, как нового средства административной, экономической и социальной политики (с одной стороны, доходы от алкогольной отрасли стали предметом достижения компромиссов между властью и элитой, с другой стороны – предметом социального умиротворения населения);

- зарождение новых и развитие смежных видов экономической деятельности (заведения общественного питания; кормовая база для животноводства из отходов спиртового производства (барда), виноделия (виноградные и фруктовые выжимки, осадочные винные дрожжи, обрезанные побеги виноградной лозы и др.), пивоварения (пивная дробина); производство стеклотары и др.);

- развитие налогового администрирования; ускорение развития теневых норм функционирования бизнеса.

Многочисленные реформирования социально-экономических отношений осуществлялись преимущественно в интересах влиятельной элиты в ущерб долгосрочным стратегическим интересам общества. Под очередными усилениями государственного влияния маскируется передел

отрасли и защита интересов тех или иных групп элиты. В периоды, когда страна наиболее остро нуждалась в финансовых средствах, государство обладало необходимой волей и властью, чтобы акцизы от алкогольной продукции поступали в бюджет. В иные времена значительная доля отрасли находилась под контролем влиятельной элиты, которой производство и продажа крепкой алкогольной продукции обеспечивали значительную частную прибыль. Правитель, желавший упрочить своё положение в государстве, обычно отменял монополию на водку: Пётр I, Екатерина II, Николай I, Б. Ельцин. Для всех них на определенном этапе важнее был политический выигрыш, стабильность, поддержка элит, а затем бюджет, и они готовы были заплатить отраслю.

За всю историю алкогольной промышленности единственная реформа, безусловной целью которой было сохранение здоровья нации в ущерб интересам бюджетной сферы государства и национальных производителей, проводилась в годы перестройки.

Отмена в 1990-х гг. сохранявшейся около семидесяти лет государственной монополии и дальнейшие институциональные преобразования привели к ослаблению государственного контроля, усилению сращивания алкогольного лобби с представителями органов власти, распространению коррупции, созданию предпосылок для получения нелегальными участниками рынка сверхприбыли при уходе от налогообложения и негативным социальным последствиям для общества.

Глава 3. Институциональный анализ функционирования рынков аддиктивных благ

3.1. Влияние вредных привычек на генезис институтов

Механизм реализации разнонаправленных экономических интересов на рынках аддиктивных благ является сложной противоречивой системой, ядро которой составляют социально-экономические институты.

Возникновению институтов способствует укоренение привычек и правил, что лежит в основе определения «институтов», приводимого представителями институциональной теории. По мнению, Т.Б. Веблена «институты – это результат привычки, а рост культуры – это совокупное следствие привыкания, и способы и средства этого есть привычный ответ человеческой природы на острую необходимость»²⁷⁶. У.С. Митчелл указывал, что институты – это господствующие и в высшей степени стандартизированные общественные привычки²⁷⁷. Дж.Д. Ходжсон считает, что если «индивидуальные привычки разделяются обществом или группой и укрепляются в этих пределах, они принимают форму социально-экономических институтов»²⁷⁸. Трактовка понятия «институт» В.Л. Тамбовцева охватывает «стандартизированные общественные привычки»²⁷⁹, В.Я. Гугняк – «устойчивые рамки действия, устойчивые правила социальной игры, коллективных привычек»²⁸⁰. Таким образом, институты связаны и находятся в иерархии с привычками. Однако, институциональной теорией не

²⁷⁶ Литвинцева Г. П. Институциональная экономическая теория : учебник. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2003. URL: http://inter-vuz.tuit.uz/Elib_baza/Ebooks/ek_teor1.htm (дата обращения: 02.08.2013) ; Веблен Т. Теория праздного класса. М. : Прогресс, 1984. С. 204.

²⁷⁷ Михайлов А. М. Институциональные отношения, интересы и правовые нормы // Вопросы экономики и права. 2010. № 5. С. 12.

²⁷⁸ Ходжсон Дж. Привычки, правила и экономическое поведение // Вопросы экономики. 2000. № 1. С. 55.

²⁷⁹ Введение в институциональный анализ / под ред. В. Л. Тамбовцева. М. : Экон. фак. МГУ : ТЕИС, 1996. С. 48.

²⁸⁰ Гугняк В. Я. Институциональная парадигма в политической экономии: на примере Франции. М. : Наука, 1999. С. 36.

раскрывается и не уточняется связь и подчиненность институтов и «вредных» привычек.

В экономической литературе приводится определение привычки Ч. Кеймика, с которым солидарен Дж. Д. Ходжсон, – «более или менее самоподдерживающаяся склонность или тенденция к следованию предустановленной или благоприобретенной форме поведения»²⁸¹. Е.В. Клишова считает, что привычка – «форма поведения, алгоритм действия, рутинным образом самовоспроизводящийся независимо от состояния окружающей среды и создающий для индивида возможность экономии на познавательных усилиях. Привычки часто формируются на основе правил, представляющих собой формальный либо неформальный образец поведения, следование которому одобряется большинством агентов»²⁸².

При этом в психологии и аддиктологии привычка рассматривается как проблемное явление, с характеризующими его прилагательными - вредная, пагубная. В психологии под привычкой понимается – сложившийся способ поведения, осуществление которого в определённой ситуации приобретает для индивида характер потребности²⁸³, которые «побуждают совершать какие-нибудь действия, поступки»²⁸⁴. В аддиктологии привычка – «образ действий, склонность, ставшая обычной и постоянной. Патологичность же привычек, как правило, основывается на социальной неодобряемости выбранной склонности (именно поэтому никотинизм или алкоголизм нередко обозначают «вредной привычкой»)»²⁸⁵.

Очевидно, что определение привычки Ч. Кеймика и Дж.Д. Ходжсона не явным образом, поскольку, по-видимому, эта задача не ставилась, но все

²⁸¹ Гульбасов А. В. Концепция экономического пространства и ее потенциал в исследовании экономических процессов и явлений : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01. Иваново, 2007. С. 16.

²⁸² Клишова Е. В. Институциональная среда: в контексте теории экономической рациональности // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Вып. 103–2. С. 37. URL: <http://donntu.edu.ua/> «Библиотека»/ «Информационные ресурсы».

²⁸³ Цитренбаум Ч., Кинг М., Коэн У. Гипнотерапия вредных привычек. М. : Класс, 2001. 189 с.

²⁸⁴ Колесов Д. В. Предупреждение вредных привычек у школьников. М. : Изд-во УРАО, 2001. 144 с.

²⁸⁵ Руководство по аддиктологии. С. 8.

же охватывает и вредные привычки, которые являются следствием «предустановленного» – «заранее определенного»²⁸⁶ или «благоприобретенного» – «лично приобретенного»²⁸⁷ потребления аддиктивных благ, становящихся объектом патологической зависимости потребителя. Потребление таких аддиктивных благ, как алкогольные напитки, наркотики, табак, прогнозируемо приводит людей к совершению повторяющихся действий, следование которым не требует значительных затрат времени на поиск информации и выбор вариантов действий. «В этой ситуации люди используют механизмы, позволяющие осуществлять выбор без сложных вычислений и обдумываний»²⁸⁸. Патологически зависимый потребитель примет решение в пользу действий, направленных на удовлетворение потребности в аддиктивном благе. Однако, «более или менее самоподдерживающаяся склонность...», о которой говорят авторы, не совсем соответствует природе «вредных» привычек, которые в своей основе наряду с выработанным поведенческим автоматизмом, имеют катализаторы в виде психоактивных веществ. Потребление каждой новой единицы аддиктивного блага усиливает неодолимое пристрастие.

Определение привычки Е.В. Клишовой также не в полной мере охватывает вредные привычки. Широко известно, что приобретение вредных привычек, как, впрочем, в той или иной степени и полезных привычек, имеет высокий уровень зависимости «от состояния окружающей среды». И в случае с вредными привычками, потребитель не получает «возможность экономии на познавательных усилиях», например, ради рациональной цели, мгновенного и сложного выбора наиболее приемлемого, с его точки зрения варианта действия, в условиях многообразия потребностей и ограниченности

²⁸⁶ Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд. СПб. : Норинт : С. А. Кузнецов, 1998. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/kuznetsov/45755/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9> (дата обращения: 05.08.2013).

²⁸⁷ Толковый словарь Т. Ф. Ефремовой. 2000. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/142309/%D0%91%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения: 05.08.2013).

²⁸⁸ Лебедева Н. Н. Новая институциональная экономическая теория : Лекции, тесты, задания : учеб. пособие. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2005. С. 46.

ресурсов. А потребитель, в полной зависимости от тех или иных непреодолимых пристрастий, оказывается в ситуации без выбора, когда купит только одно существующее для него благо – аддиктивное, отдав за него любое другое свое или украденное благо, или все блага вместе взятые, пусть даже оказавшись за пределами юридических и нравственных норм. К тому же вредные привычки часто формируются не «на основе правил, представляющих ... образец поведения, следование которому одобряется большинством агентов», а скорее против правил, поддерживаемых большинством и под влиянием заинтересованного индивида или группы заинтересованных индивидов. Это согласуется с выводом Г.С. Беккера, что желаемым эффектом от употребления наркотических веществ «надо научиться и прочувствовать их в процессе группового взаимодействия. Человек привыкает не только и не столько к наркотику, сколько к группе, и в группе делает своеобразную «девиантную карьеру»²⁸⁹.

Таким образом, с внесенными уточнениями привычка – склонность к следованию способу поведения, осуществление которого приобретает для индивида (или группы, общества) характер естественной жизненной или не естественно-обусловленной потребности. В свою очередь склонность может быть врожденной или приобретенной. Поведение охватывает действия, которые предпринимают люди во время приобретения, потребления благ (товаров и услуг), освобождения от них. Потребности могут быть естественными жизненными, а могут не являться естественно-обусловленными.

В контексте вредных привычек кажется спорным утверждение Т.Б. Веблена о том, что «...рост культуры – это совокупное следствие привыкания...». Исходя из того, что культурой называют позитивный опыт и знания человека или группы людей, ассимилированный в одной из сфер

²⁸⁹ Цит. по: Тимофеев Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. 2-е изд., перераб. и доп. СПб. : Медицинская пресса, 2001. С. 216.

жизни²⁹⁰, следствием вредных привычек является снижение культуры. По мнению В.В. Похлебкина водка своим появлением, как продукт и товар «разрушала одним ударом как социальные, так и старые культурные, нравственные, идеологические табу²⁹¹». В то время, как церковь выступала против пьянства и сопутствующих ему дерзости и безбожия, целовальники получали предписание «питухов от царевых кабаков отнюдь не отгонять» и «кружечный сбор сдавать в цареву казну против прошлых с прибылью», то есть призывали расширять сбыт водки²⁹². Все это находило отражение в общественных конфликтах. Данное утверждение применимо и для других аддиктивных благ.

Т.Б. Веблен, У.С. Митчелл, Дж.Д. Ходжсон, В.Л. Тамбовцев, В.Я. Гугняк полагают, что социально-экономические институты, являются как бы продолжением, развитием и модификацией привычек, разделяемых группой и обществом. Однако данный подход требует некоторого уточнения, поскольку диапазон привычек, исходя из принципа социальной одобряемости, варьируется в широком диапазоне – от вредных до полезных. В отличие от полезных привычек, вредные привычки, как правило, не находят широкого социального одобрения у общества, поэтому поддерживаются в рамках узких формальных и неформальных заинтересованных групп (например, бизнес-сообществ, зависимых потребителей, организованных преступных групп, коррумпированных чиновников). Такие вредные привычки, как алкоголизм, наркомания, табакокурение, игромания и др., могут оказывать разрушающее влияние на устоявшиеся формальные институты, например, семью, и наоборот, развивать неформальные институты, такие как, групповое потребление, традиционное потребление по праздникам, организованная преступность. Групповые и индивидуальные вредные привычки вступают в противоречие с

²⁹⁰ Сегодня в библиотеках области. Вып. 22 : «Будущее без наркотиков»: опыт работы муниципальных библиотек Ростовской области по антинаркотической пропаганде. 2009. URL: <http://www.mir.donpac.ru/rab%20metod.files/29%20dgbp.pdf> (дата обращения: 07.08.2013).

²⁹¹ Похлебкин В. В. История водки. С. 72.

²⁹² Там же. С. 73.

общественными интересами. Для разрешения противоречия создаются формальные институты, регламентирующие взаимодействие и обеспечивающие возможности достижения целей всеми участниками институционального процесса. Функцией формальных институтов является ограничение, подавление вредных привычек. Таким образом, социально-экономические институты формируются не только, когда «индивидуальные привычки разделяются обществом или группой и укрепляются в этих пределах», как считает Дж.Д. Ходжсон, но и вследствие несовпадения индивидуальных, групповых привычек с интересами общества.

Предполагаем, что когда индивидуальные вредные привычки разделяются группой, они принимают форму неформальных институтов. По мере их укрепления в обществе могут возникнуть формальные институты, как «развития» вредных привычек, например, через воспитание культуры потребления алкоголя, так и их «подавления», например, потребление наркотиков.

В результате между привычками и институтами существует не только прямая, как это демонстрирует Г.П. Литвинцева по Дж.Д. Ходжсону²⁹³, а *взаимобратная связь, когда привычки влияют на возникновение институтов и сами становятся объектом воздействия институтов.*

Поведенческие привычки являются одним из основных параметров образа жизни. Если аддиктивное потребительское поведение становится доминирующим параметром, то труд, учеба, быт, общественно-политическая и культурная деятельность становятся вторичными, а по мере усиления зависимости образом жизни станет аддиктивное потребительское поведение. Единственно ценным предметом для потребителя станет аддиктивное благо, что окажет негативное влияние на экономический рост.

Исходя из принципа социальной одобряемости привычек и принципа фиксации и поддержания институтов можно условно сформировать

²⁹³ Литвинцева Г. П. Институциональная экономическая теория.

следующее причинно-следственное ценностное поле институциональных субъектов (рисунок 9).



Рис. 9. Классификация институтов в причинно-следственном, ценностном поле институциональных субъектов

Условные обозначения: Uh – уровень общественной полезности привычки; Fi – степень формальности института.

Такие институты, как религия, семья, государство, предпринимательство, медицина и др. являются развитием полезных привычек, или привычек в их классической трактовке институциональной теории, которые приняли форму социально-экономических институтов в результате разделения обществом индивидуальных привычек. Роль неформальных институтов развития привычек во II поле выполняют этика, мораль и т.д.

Такие неформальные институты, как мафия, лобби, коррупция, групповая девиация (группы, объединяемые целью совместного потребления

и добычи аддитивных товаров) и др., на появление и существование которых прямое и косвенное влияние оказывают вредные привычки. В определенной степени их существование стимулируется индивидуальными или групповыми вредными привычками, не совпадающими с интересами общества. Их возникновение можно рассматривать как адаптацию институтов к окружающей среде.

Формальные институты являются прямым и косвенным следствием вредных привычек: бизнес-структуры, осуществляющие деятельность в сфере аддитивных благ; органы государственной власти, созданные для ограничения и подавления вредных привычек; благотворительные фонды – для лечения и реабилитации лиц, страдающих алкоголизмом, наркоманией.

Разнокачественные привычки оказывают, как схожее, так и разнонаправленное влияние на эволюцию социально-экономических институтов (возникновение, развитие, разрушение) и формирование статуса социально-экономических институтов (фиксацию, регистрацию, поддержание).

Привычки обеспечивают средства, позволяющие сохранять определенный характер поведения, без привлечения глобальных рациональных расчетов с использованием большого количества сложной информации²⁹⁴. Вредные привычки, связанные с потреблением аддитивных благ, усиливаются со временем. Зависимый потребитель не тратит много времени на расчеты и на выбор из множества благ, поскольку всегда выбирает аддитивное благо. Каждая последующая единица аддитивного блага увеличивает силу неодолимого пристрастия и потребителю приходится прибегать к исчислениям, связанным главным образом с постоянным поиском средств на покупку единицы аддитивного товара. Полезные и вредные привычки сокращают экономическое время, поэтому и функционирование институтов приводит к сокращению временного диапазона принятия решения индивидуумом.

²⁹⁴ Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты. М. : Дело, 2003. С. 194.

Таким образом, институты связаны и находятся в иерархии с привычками. Однако, институциональной теорией не раскрывается и не уточняется связь и подчиненность институтов и вредных привычек. В тоже время полезные и вредные привычки оказывают, как схожее, так и разнонаправленное влияние на эволюцию социально-экономических институтов (возникновение, развитие, разрушение) и формирование статуса социально-экономических институтов (фиксацию, регистрацию, поддержание).

Потребление аддиктивных благ прогнозируемо приводит к совершению повторяющихся действий в виде вредных привычек, следование которым по аналогии с полезными привычками не требует значительных затрат времени на поиск и выбор вариантов действий. Полезные или/и вредные привычки являются следствием предустановленного, заранее определенного, или благоприобретенного, лично приобретенного потребления. Вредные привычки в своей основе наряду с выработанным поведенческим автоматизмом, имеют катализаторы в виде психоактивных веществ. Поэтому в целом разнокачественные привычки, т.е. полезные и вредные можно определить, как склонность к следованию способу поведения, осуществление которого приобретает для индивида (или группы, общества) характер естественной жизненной или не естественно-обусловленной потребности.

Потребление каждой новой единицы аддиктивного блага усиливает пристрастие, в результате которого индивид получает не возможность экономии на познавательных усилиях при принятии решения, как в случае с полезными привычками, а оказывается в ситуации без выбора, когда купит только одно существующее для него благо – аддиктивное, отдав за него любое другое свое или украденное, или все блага вместе взятые, пусть даже оказавшись за пределами юридических и нравственных норм.

В отличие от полезных, вредные привычки формируются против правил, поддерживаемых большинством, и под влиянием заинтересованного

индивида или группы индивидов, поэтому одобряются в рамках узких формальных и неформальных заинтересованных групп.

Полезные и вредные привычки являются основой и, вместе с тем, продуктом эволюции формальных и неформальных институтов. Полезные привычки, разделяемые обществом, принимают форму социально-экономических институтов. Для разрешения противоречия индивидуальных (групповых) вредных привычек с общественными интересами создаются формальные институты, регламентирующие взаимодействие и обеспечивающие возможности достижения целей всеми участниками институционального процесса. Индивидуальные вредные привычки, разделяемые группой, принимают форму неформальных институтов. По мере их укрепления в обществе возникают формальные институты с функциями развития или подавления вредных привычек. Поэтому между вредными привычками и институтами существует прямая и обратная связь, когда привычки влияют на возникновение институтов и затем сами становятся объектом воздействия институтов. Однако, в отличие от полезных привычек, продолжением которых являются институты и, например, рост культуры, вредные привычки в большинстве ситуаций оказывают разрушающее влияние на устоявшиеся институты и приводят к снижению культуры.

Институциональное развитие рынков аддиктивных благ основывается на экспансии вредных привычек и формировании комплементарных институтов. Общую логику аддиктивного институтогенеза можно представить следующим образом: неоднократное осуществление аддиктивных действий → закрепление аддиктивной потребности → развитие на ее базе аддиктивных предпочтений → возникновение вредной привычки → рутинизация девиантной модели поведения → локальное или массовое распространение аддиктивных институций (видов аддиктивного потребления) → расширение связанных групп субъектов рынков аддиктивных благ → развитие аддиктивных институтов (норм, ценностей, убеждений, стереотипов и др.) → формирование и изменения институтов

системы государственного регулирования (правил, стандартов, процедур и др.). Институты являются фактором устойчивости, как продуктивных форм действий, так и аддикций, поэтому борьба с вредными привычками является неотъемлемой частью системы государственного регулирования рынков аддиктивных благ.

3.2. Концепция институционального паритета

Между формальными и неформальными институтами существует взаимосвязь. В формальных институтах продолжением законодательных норм являются нормы морали, солидарности, традиции, обычаи. В формальных институтах формальные и неформальные правила конструктивно сочетаются. Например, федеральным законодательством органы государственной власти субъектов наделены правом «устанавливать дополнительные ограничения времени, условий и мест розничной продажи алкогольной продукции, в том числе полный запрет на розничную продажу алкогольной продукции»²⁹⁵. Это дает возможность субъектам Российской Федерации, в которых большинство составляют этнические мусульмане, запрещать розничную продажу спиртного на период религиозных праздников или вводить полный запрет. Однако, широко представленные на рынках аддиктивных благ неформальные субъекты свидетельствуют, что неформальные правила заменяют формальные. Неформальные институты представлены негласными отношенческими контрактами, нормами солидарности, привычками.

Институциональная матрица аддиктивных благ – переплетение взаимосвязанных формальных и неформальных норм, характеризующих рынки аддиктивных благ как единую, целостную, саморазвивающуюся, саморегулируемую и самовоспроизводящуюся систему.

²⁹⁵ Федеральный закон РФ от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (ред. от 23.07.2013) // КонсультантПлюс.

Институциональную структуру экономики аддитивных благ можно представить набором формальных и неформальных институтов, определяющих поведение, ограничения, координацию институциональных субъектов, система упорядоченных отношений между которыми проявляется в определенных формах их деятельности.

Теорию и практику социально-экономической эффективности рынков аддитивных благ необходимо рассматривать в триединстве ассоциированных интересов субъектов регулирования (государства и общества), предложения (производителей и продавцов) и потребления (покупателей).

Основные институциональные субъекты рынков аддитивных благ, исходя из статуса, классифицированы на формальные (органы государственной власти, предпринимательство, медицинские учреждения, домашние хозяйства, семьи, религиозные объединения, общественные некоммерческие организации, лечебные и реабилитационные центры без статуса медучреждения) и неформальные институциональные субъекты (мафия, группы зависимых потребителей, лобби, экстремистские общественные объединения, клубы, кружки, общества трезвости и пр.) – приложение 20.

Институциональные субъекты находятся в отношениях ради достижения соглашения, в рамках которых происходит координация противоречивых интересов сторон, что позволяет им осуществлять совместные действия для реализации поставленной цели. Что согласуется с определением института Н.Н. Лебедевой, представляющего собой «систему устойчивых отношений по поводу согласования (упорядочения) форм совместных взаимодействий индивидов на основе использования норм и правил, разделяемых участниками взаимодействий»²⁹⁶.

Институциональное взаимодействие – категория, отражающая процессы воздействия институтов друг на друга, их взаимную

²⁹⁶ Лебедева Н. Н. Новая институциональная экономическая теория : Лекции, тесты, задания. С. 50.

обусловленность и порождение одним институтом другого. Взаимодействие между однородными институтами является горизонтальным (например, между фирмами), между разнородными – вертикальным (например, между фирмами и государством).

Принадлежность субъекта к определенному институту позволяет предвидеть действия своих контрагентов и координировать или согласовывать их заранее в соответствии с правилами поведения, принятыми в рамках данного института.

Совокупность формальных и неформальных ограничений в виде законов, постановлений, обычаев, религиозных, морально-нравственных, кастовых и клановых представлений, а также возможностей, обеспечиваемых их использованием, *представляет собой среду*, в которой действует хозяйственный субъект²⁹⁷.

Состояние институциональной среды в тот или иной период времени зависит от наличия и действия формальных и неформальных норм, регулирующих отношения. В свою очередь набор формальных и неформальных норм определяет ограничения и возможности, поле деятельности, экономическое поведение институциональных субъектов. *Уровень благоприятствования институциональной среды соответственно может быть различным для деятельности тех или иных институциональных субъектов.*

В созданной единой институциональной среде групповые ограничения и предпочтения институциональных субъектов сталкиваются, конфликтуют между собой. Их совпадение приводит к институциональному согласию, а несовпадение к развитию институционального противоречия. С целью преодоления институционального противоречия, взаимодействие между институциональными субъектами может выстраиваться по горизонтальному типу (паритет, партнерство, согласование), либо по вертикальному (иерархия, подчинение).

²⁹⁷ Там же. С. 65.

Возникновение и несвоевременное разрешение институциональных противоречий может негативно влиять на экономическое развитие общества. Минимизация уровня институциональных противоречий возможна при поддержании *институционального паритета*.

В приложении 21 представлены разновидности паритета и их определения.

Наиболее распространено использование слова «паритет» в экономической, финансовой и военной терминологии. Как видно из приложения слово паритет чаще используется в экономике для того, чтобы обозначить равенство (лат. *paritas, paritatis*) в правах нескольких целей, факторов, средств, прав и обязанностей, положения на рынке различных субъектов экономики и реже как соотношение, отношение без равенства. Таким образом, синонимом паритета в экономической науке является равенство некоторых социальных явлений или групп.

Институциональный паритет – равенство статусов субъектов экономических отношений на определенном рынке или в рамках конкретной транзакции. Может означать состояние относительного равновесия их рыночных сил, равноценности целей, эквивалентности платежных средств, выполняемых функций (прав и обязанностей) и способа получения дохода. Паритет сторон в отношении способа получения дохода означает равную прибыль на равный капитал.

Паритет – есть равенство сторон в их отношении, которое можно записать как:

$$p_i = \frac{a_i}{b_i} = 1;$$

где p – паритет (от англ. *parity*); a, b – стороны (при этом $a \neq 0$, иначе отношение нулевое и $b \neq 0$, поскольку данное выражение не имеет смысла); i – рыночная сила, цель, платежное средство, функция, способ получения дохода и т.д.

Следуя данной логике, институциональный паритет может быть достигнут между субъектами, имеющими равный институциональный статус.

«Статус (лат. status «состояние, положение») – абстрактный многозначный термин, в общем смысле обозначающий совокупность стабильных значений параметров объекта или субъекта. С упрощённой точки зрения статус объекта или субъекта – это его состояние либо позиция, ранг в любой иерархии, структуре, системе»²⁹⁸.

Институциональный статус – установленное нормами и правилами положение институционального субъекта, совокупность его функций, прав и обязанностей.

В институциональный статус входят: субъектность норм и правил; правила и установленные законом нормы; гарантии установленных правил и норм; ответственность субъекта за неисполнение функций.

Что самое важное, состояние институционального паритета обеспечивает как формирование устойчивых соглашений между институциональными субъектами, так и наличие достаточного объема полномочий для того, чтобы создавать противовес друг другу.

Исходя из этого, в определенном смысле институциональный паритет может устанавливаться, как между однородными институциональными субъектами, например, между государствами, между предпринимателями, так и между разнородными институциональными субъектами при наделении их в рамках определенной трансакции равными правами и обязанностями, что очень важно, например, при разделении компетенций между органами государственной власти, которое позволит им взаимно контролировать друг друга (так называемая система «сдержек и противовесов»).

Также можно сказать, что между разнородными субъектами устанавливается паритет прав на реализацию экономических интересов, поскольку, например, и государство, и фирма, и потребитель, вправе преследовать и достигать своих экономических интересов. Однако, для каждого из перечисленных институциональных субъектов определены те или иные права. Таким образом, если для каждого институционального субъекта

²⁹⁸ Статус. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Статус> (дата обращения: 31.08.2013).

создать права уравнивающие их статусы, то может быть достигнут институциональный паритет:

$$IP_i = \frac{S_a * a_i}{S_b * b_i} = 1;$$

где IP – институциональный паритет; Sa, Sb – статус стороны a и b.

В математике значения Sa, Sb называют весами. Вес – коэффициент или число, сопоставляемое отдельным слагаемым или другим факторам.

С учетом статуса институциональных субъектов паритет может устанавливаться и между разнородными субъектами. В условиях паритета прав на реализацию экономических интересов государство при реализации своих экономических интересов не должно пренебрегать интересами домохозяйств и фирм, фирмы – интересами государства и домохозяйств, домохозяйства – интересами государства и фирм.

В институциональной экономической теории дано определение институциональному равновесию – ситуации, в которой при данном соотношении сил игроков и данном наборе контрактных отношений, образующих экономический обмен, ни один из игроков не считает для себя выгодным тратить ресурсы на реструктуризацию соглашений²⁹⁹.

Система может иметь множество равновесных состояний и оценочные суждения о достижении равновесия носят относительный характер. Участниками институционального процесса может быть множество сторон, имеющих различные ресурсы. Система может принимать равновесное состояние при различных моделях поведения субъектов по отношению друг к другу – альтруистической или эгоистической. Очевидно, что в зависимости от ситуации равновесие может достигаться и при вынужденном согласии одной или нескольких сторон. При этом вынужденное согласие будет поддерживаться набором существующих ограничений и стимулов. *В этом случае можно предположить, что в состоянии институционального*

²⁹⁹ Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М. : Фонд экон. кн. «Начала», 1997. С. 111–112.

равновесия до какого-то определенного момента или сколь угодно долго, как некоторый институциональный субъект или группа субъектов, так и общество в целом могут нести потери.

Например, с 1993 г. по настоящее время, несмотря на многочисленные попытки реформирования со стороны государства, функционирование алкогольного рынка осуществляется со значительными отклонениями от установленных законодательством норм, вне поля зрения легитимных учетных, регулирующих и контролирующих органов, что сопровождается экономическими и социальными потерями для всего общества. Фактически существуют два рынка: официальный и теневой, которые поддерживают многочисленные интересы формальных и неформальных субъектов в равновесном состоянии, ценой значительных убытков общества. Или фактическое существование запрещенного многоотраслевого рынка наркотиков, на котором происходит скрытая институционализация и складывается теневой порядок.

По мнению Лебедевой Н.Н. «общество может эффективно развиваться при условии, что существуют и поддерживаются в некотором равновесии устойчивые формальные и неформальные правила взаимодействия между людьми»³⁰⁰.

Институциональное равновесие может достигаться между сторонами взаимоотношений, имеющими неравные статусы и находящимися в вертикальном и горизонтальном взаимодействии.

Поддержание институционального паритета является гарантией равноправного взаимодействия и учета интересов институциональных субъектов. *В состоянии институционального паритета каждый институциональный субъект имеет объем полномочий, достаточный для создания противовеса другим, и в тоже время каждый имеет объем ограничений, не позволяющих нарушить состояние равенства институциональных субъектов.*

³⁰⁰ Лебедева Н. Н. Новая институциональная экономическая теория : Лекции, тесты, задания. С. 177.

Поддержание институционального паритета, через создание формальных ограничений или возможностей в виде нормативно-правовых актов, является функцией органов государственной власти. Механизм создания институционального паритета формируется в условиях динамики конъюнктуры развивающихся рынков, возникающего «институционального вакуума» экономической среды, вследствие чего инструментарий контроля соблюдения паритета интересов участников должен постоянно корректироваться и адаптироваться к изменяющимся условиям.

Институциональная среда в сфере аддиктивных благ и во многом формирующая ее государственная политика выступают детерминантами социально-экономического развития всего общества. Оба эти фактора включают в себя содержание и характер взаимодействия сторон, которое можно оценивать по критерию паритетности/диспаритетности. Игнорирование социально-экономической значимости проблемы соблюдения паритетности взаимоотношений институциональных субъектов на практике не способствует долгосрочной стратегической социальной и экономической эффективности. Институциональный диспаритет является фактором скрытой или открытой конфликтности в интересобразной сфере аддиктивных благ.

Институциональный диспаритет определяется, как асимметрия прав, возможностей и ресурсов между декларируемо равными по институциональному статусу сторонами взаимоотношений. То есть проблема институционального паритета не может быть сведена к необходимости простой декларации равенства прав и обязанностей институционального субъекта, даже если в качестве такого субъекта выступает коллективный представитель. Речь идет о реализации институционального равенства в социально-экономической практике, реализуемости его в форме межсубъектных взаимодействий.

Паритет или диспаритет в межсубъектном взаимодействии приводит к тому, что субъектность одного из взаимодействующих субъектов

усиливается, либо становится фиктивной. Характер паритетности/диспаратетности детерминирует стратегии поведения равноправного/неравноправного субъекта взаимодействий. Это могут быть стратегии подавления и подчинения, консервации, ухода в тень или достижения паритета сторон.

Паритетные межсубъектные отношения основываются в первую очередь на совпадении основных потребностей и целей. На практике институциональный диспаратет призван обеспечить навязывание подавляемым или подчиняемым субъектам цели и потребности доминирующих субъектов, как всеобщие, через механизмы лоббирования, коррумпирования, «монополизации» власти элитами и др. Угнетающие субъекты стремятся уйти от моральной ответственности за дискриминацию перед обществом и используют такой мощный инструмент, как создание специально уполномоченных государственных институтов, отрицая их дискриминационный характер. Перед этим с целью оправдания для общественности создается информационный повод социальной значимости проводимых мер. Для того, чтобы диспаратетным отношениям придать легитимный вид, они закрепляют в законодательстве такие нормы, которые могут в случае возмущения как одного субъекта, так и целой группы субъектов, их подавить или полностью устранить по вполне легитимным основаниям. Подавленные субъекты вынуждены либо сотрудничать с угнетающими субъектами на их условиях, либо уйти с рынка, либо перейти в теневой сектор.

Как свидетельствует история развития в России, например, алкогольной отрасли, институциональный диспаратет является основой государственного устройства в данной сфере аддиктивных товаров. Пожалуй, исключением можно считать только советский период с 1923 г. полной государственной монополизацией производства и реализации водки и ЛВИ, а также сырья, материалов и оборудования, необходимых для их изготовления.

Противоречия в состоянии институционального диспаритета, принимая форму конфликтов, разрешаются посредством вертикальной регламентации через властные органы условий горизонтального взаимодействия. Но если конфликт и преодолен, то это не значит, что между сторонами установилось равновесие, так как институт принуждает только «правоверных хозяйственных субъектов» к их соблюдению, а избирательное принуждение не снимает противоречия, лежащие в основе конфликта.

Институциональный диспаритет является фактором конфликтности и низкой социально-экономической эффективности функционирования отраслей аддиктивных благ. В состоянии конфликта находятся подавляемые или подчиняемые «правоверные» участники рынка с нелегальными и с государством, которое не может защитить их от недобросовестных участников и в тоже время ужесточает лицензионные требования к законопослушным представителям, которые распространяются не на всех участников в равной степени; недобросовестные участники рынка, уклоняющиеся от уплаты налогов и контролируемые государственные структуры; государство, устанавливающее высокий уровень косвенных налогов и потребители, для которых становится недоступной легальная алкогольная продукция; предприниматели с религиозными организациями, их радикальными представителями, взрывающими магазины торгующие спиртным³⁰¹; нелегальные участники и радикально настроенная молодежь, устраивающая погромы киосков, в которых торгуют курительными наркотическими смесями; группы организованной преступности за контроль над территорией и объектами бизнеса; группы политической элиты за сферы влияния; отдельные граждане, правозащитники, медики и лечебно-реабилитационные центры по поводу применяемых методов лечения³⁰²; граждане и живущие в непосредственной близости торговцы по поводу

³⁰¹ Рыбина Ю. Ливень выступил сапером // Коммерсантъ. 2013. 6 авг. (№ 138 (5169)). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2248905> (дата обращения: 09.08.2013).

³⁰² Суд заочно арестовал вице-президента фонда Ройзмана // BBC. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/11/121113_roizman_arrest.shtml (дата обращения: 11.08.2013).

реализации самогона, нелегальной спиртосодержащей продукции, наркотических средств. Конфликтные ситуации возникают по поводу коррупции, лоббирования, регионального протекционизма, преступности (в том числе организованной) и т.д.

В данных условиях институциональная система находится в состоянии постоянных институциональных изменений, приводящих к росту трансакционных издержек.

В сфере аддиктивных благ для определения является ли состояние институциональной среды паритетным, следует установить норму или границы эффективности каждого институционального субъекта с учетом их интересов как равноправных участников институционального процесса.

Рынок аддиктивных благ – область рыночных отношений, в рамках которой осуществляются сделки купли-продажи аддиктивных товаров (алкогольной продукции, табачных изделий, энергетических напитков, наркотиков и др.) и оказание аддиктивных услуг (казино, тотализатор, лотерея и др.).

По Кузнецову С.А. функционирование – выполнение своих функций, быть в действии, работать³⁰³. Поэтому *функционирование рынков – выполнение рынком его функций. Функционирование рынков аддиктивных благ – выполнение функций рынком аддиктивных благ.*

В рамках функционирования рынков аддиктивных благ каждый субъект выполняет свою роль, представляющую собой набор функций для выполнения задач.

Функции государственных институтов на рынке аддиктивных благ:

1. Социальная функция. Заключается в охране здоровья граждан от воздействия аддиктивных товаров и последствий их потребления.

2. Хозяйственно-организаторская (экономическая) функция. Призвана обеспечить создание условий функционирования экономических субъектов.

³⁰³ Большой толковый словарь русского языка.

3. Финансово-контрольная функция. Предусматривает учет государственных доходов, организацию и проведение сбора налогов и обязательных платежей, контроль расходования налогов в соответствии с целями государства.

4. Ценообразование. Государство влияет косвенно через акцизы, доля которых превышает 60 % в розничной цене, например, крепкой алкогольной продукции и табачных изделий, и прямо, устанавливая минимальные и максимальные цены.

5. Культурная функция. Защита нравственности граждан.

6. Правоохранительная и арбитражная функция. Заключается в организации наиболее полного осуществления законодательных предписаний государства всеми участниками общественно-экономических отношений, а также разрешении конфликтов.

7. Регулирующая функция. Заключается в ограничении спроса и предложения на рынках аддиктивных благ.

8. Информационная функция. Предоставление наиболее полной и надежной информации о качестве и безопасности аддиктивной продукции и последствиях ее потребления.

9. Компенсаторная функция. Заключается в компенсации ущерба, наносимого внешними эффектами.

10. Фасилитаторская функция. На рынке аддиктивных благ государство выступает в роли фасилитатора для достижения согласия в осуществлении действий в рамках общей поставленной цели. Соглашение предполагает координацию противоречивых интересов сторон, разрешение противоречия между различными институциональными субъектами, учет интересов институциональных субъектов в институциональном процессе как равноправных участников.

11. Санирующая функция. Включает разного рода мероприятия, применяемые органами законодательной и исполнительной власти, которые позволяют избежать банкротства: субсидирование местных производителей

за счет региональной части акцизных сборов, целевое финансирование технического и технологического перевооружения и пр.

12. Природоохранительная функция. Заключается в принятии законопроектов, связанных с природоохранной деятельностью.

Анализ функционирования рынков аддитивных благ показал, что государство разделяет с рынком ряд традиционно его функций: ценообразующую, регулирующую, saniрующую, информационную.

Для выполнения своих функций на рынках аддитивных благ государство создало и применяет многочисленные инструменты (приложение 11).

Функции хозяйствующих субъектов связаны с созданием системы ценностей для владельцев (собственников), персонала, партнеров, потребителей.

Эффективность функционирования рынков товаров и услуг можно определить, как соотношение результатов и их источников (ресурсы, средства, время, усилия), связанных с выполнением функций субъектами рынков аддитивных благ. Множество функций субъектов позволяет выделить также множество показателей эффективности функционирования рынков аддитивных благ. Исходя из имеющейся информации, рассчитывается эффективность функционирования фактическая (прошлое время и текущее, современное состояние) и перспективная (будущее время).

Опираясь на определение категории состояния Ю.В. Сачкова³⁰⁴, *состояние рынка* можно определить, как совокупность его основных параметров и характеристик в определенный момент (или интервал) времени.

Эффективность в той или иной точке развития или в тот или иной момент (интервал) времени – есть *эффективность состояния*. Понятие эффективность состояния является центральным при изучении развития объектов и систем. Определенный последовательный порядок

³⁰⁴ Интернет-версия издания: Новая философская энциклопедия : в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ. -науч. фонд ; пред. науч.-ред. совета В. С. Степин. М. : Мысль, 2000–2001. 2-е изд., испр. и доп. М. : Мысль, 2010. URL: <http://iph.ras.ru/enc.htm> (дата обращения: 23.08.2013).

эффективности состояний, их множество, может позволить охарактеризовать с той или иной точностью эффективность развития.

Исходя из философского определения развития А.А. Ивина³⁰⁵, *развитие рынка* – его поступательное движение, эволюция, переход от одного состояния к другому. Поэтому *эффективность развития рынков товаров и услуг* – соотношение результатов и источников, характеризующих движение, изменения, переход рынка от одного состояния к другому. Развитие рынка представляет собой ряд состояний рынка во времени.

Состояние рынка и функционирование рынка – есть развитие рынка.

Рынок аддитивных благ является сложной системой, развитие которой имеет источники, формы, структуру (механизм), направленность. Экономическое развитие рынков аддитивных благ предполагает количественные, качественные изменения их элементов, зависимостей между ними.

Источниками развития рынков аддитивных благ выступают интересы их субъектов, процесс реализации которых может протекать в эволюционной или революционной форме.

Развитие рынков аддитивных благ может идти в прогрессивном и регрессивном направлениях. Направленность развития меняется при изменении функций государственных органов, хозяйствующих субъектов.

Институциональное развитие рынков аддитивных благ – формирование устойчивых моделей поведения и организации взаимодействий участников данных рынков, развитие нормативно-правовой и ценностной среды их экономических отношений и трансакций.

Эффективность является многосторонней и многоуровневой категорией, поэтому в экономике сложилось множество ее видов – приложение 22.

³⁰⁵ Философия : энцикл. слов. / под ред. А. А. Ивина. М. : Гардарики, 2004. URL: http://www.fidel-kastro.ru/filosofy/ihitik_ivin_slovar.htm (дата обращения: 23.08.2013).

Институциональный паритет эффективности предполагает такое состояние институциональной среды, при котором участники определенной трансакции получают равный результат на единицу вложенного капитала. Если, например, кто-то из участников трансакции не имеет возможности получить свою долю результата в соответствии с вкладом, а эту долю изымает кто-либо из других участников несоразмерно своим вложениям, то следует говорить об институциональном диспаритете.

Институциональный паритет эффективности функционирования субъектов на тех или иных рынках благ достигается, когда институциональная среда обеспечивает возможности получения участниками равного соотношения между результатами и источниками функционирования по большинству осуществляемых трансакций.

Институциональный паритет эффективности предполагает равенство статусов участников трансакции. Однако, для рынка аддиктивных благ актуальной проблемой является достижение эффективности вложений институциональных субъектов с различным статусом. Данными субъектами являются государство, хозяйствующие субъекты и потребители.

Для определения сущности понятия эффективность в его связи с капиталом следует использовать следующий ряд категорий – рисунок 10.

Эффективность – отношение результата и источника результата, которым является капитал субъекта. Капитал – причина, результат – следствие. Таким образом, эффективность можно представить, как способность капитала произвести определённый результат.

При конструировании показателей эффективности необходимо их подбирать с учетом того, что источник (например, затраты) – причина, является следствием результата, эффекта (например, выручка или прибыль). Т.е. между результатом и источником должна быть причинно-следственная связь.

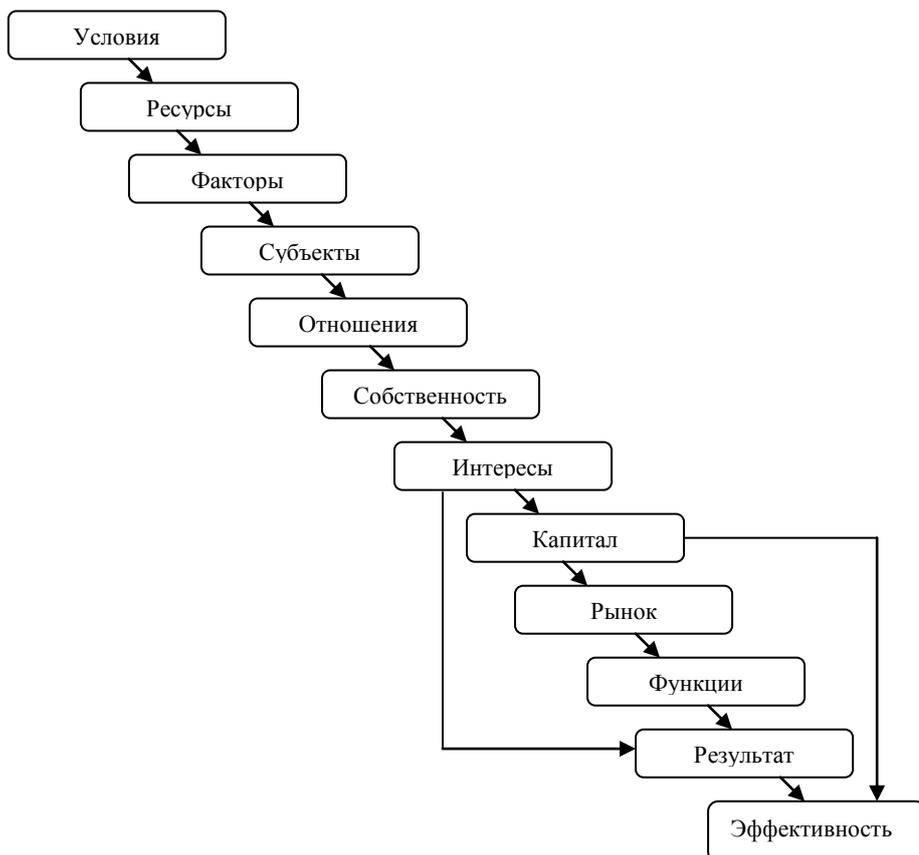


Рис. 10. Цепь понятий определяющих экономическое содержание эффективности

Определение эффективности как соотношения результата и затрат является выражением, определяемым в математике как коэффициент. Однако, при рассмотрении эффективности как характеристики системы, где внутренние связи между элементами являются основным системообразующим фактором, для нее трудно представить определения как коэффициента. Следует согласиться с В.С. Тикиным, что «более точным будет выражение «вектор», означающее перемещение рассматриваемого отношения в пространстве и времени. ... Эффективность для рассматриваемых явлений способна выступать показателем верности выбранного направления»³⁰⁶.

Эффективность развития капитала представляет не простую оценку его как объекта собственности на конкретный момент времени, а как возможность его функционирования с позиции потенциала и результата. В этом смысле целесообразно оценивать систему капиталов субъектов рынка

³⁰⁶ Тикин В. С. Эффективность – не коэффициент // Экономические науки. 2009. № 7 (56). С. 97.

как функционального воплощения их взаимодействия в конкретных условиях реального времени и конкретного экономического пространства, а также в перспективном плане.

На аддиктивном рынке «на входе» встречаются субъекты - государство, бизнес и потребитель, каждый со своим капиталом и ожиданием эффекта от его «вложения».

В экономической теории капитал определяют, как ресурсы, используемые для предпринимательской деятельности³⁰⁷. В данной связи и потребительский капитал определяется применительно к предпринимательству, как «отношение организации с потребителями ее продукции, важная часть интеллектуального капитала, поскольку именно в этих отношениях капитал приносит доход»³⁰⁸. То есть потребительский капитал складывается из связей и устойчивых отношений организации с клиентами, потребителями.

Потребители, также как бизнес и государство стремятся к наивысшей эффективности, максимизируя выгоды и минимизируя затраты. Если эффективность производства – производство товара с наименьшими издержками, то по аналогии эффективность потребления – потребление товара с наименьшими издержками. Однако рассчитывают эффективность приобретения и потребления благ обычно не как, например, отношение полученной полезности к затраченному капиталу в виде денежных или иных меновых средств, а как их альтернативную стоимость, то есть стоимость тех благ, от которых потребителю приходится отказаться для получения желаемого блага.

Эффективность с точки зрения потребителя, определяемая по альтернативной стоимости является сравнительной эффективностью.

³⁰⁷ См., например: Золотогоров В. Г. Экономика : энцикл. слов. Минск : Интерпрессервис : Кн. Дом, 2003. С. 188 ; Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. Т. 2. С. 388 ; Экономика : учебник. С. 876.

³⁰⁸ Артамонов А. Д., Ловецкий Г. И. Технические университеты в информационном обществе. М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2004. С. 144.

Рассматривая полезность, как ощущение удовлетворения индивида от потребления благ, абсолютную эффективность потребления (E_c) благ можно определить как соотношение полезности (U) и цены (P) данного блага:

$$E_c = \frac{U}{P}.$$

Потребитель входит на рынок с денежными или другими меновыми средствами в ожидании получить за них максимальную полезность.

В экономической теории в понятие полезности входит все, что способствует удовлетворению сложившихся потребностей и привычек, в том числе вредных. Полезность зависит от количества и качества потребленного блага. Поэтому и на эффективность расходования средств потребителя влияют количественные и качественные характеристики потребляемых благ, которые могут быть в числителе дроби.

На рынках аддитивных благ каждый субъект имеет свой капитал, вложение которого сопровождается издержками, возникающими в краткосрочной и долгосрочной перспективе – приложение 23.

Государство на рынок аддитивных благ входит главным образом с природно-ресурсным, институциональным, организационным, информационным и финансовым капиталом. Легитимные условия осуществления обмена на рынке аддитивных благ создаваемые государством сопряжены значительными трансакционными издержками, минимизирующими эффективность легального бизнеса и индивидов, что приводит к оппортунизму со стороны третьих лиц. Государство и общество несут издержки на содержание органов власти и при этом растут потери в связи с коррупцией, лоббированием, организованной преступностью, приспособлением институтов к интересам групп влияния, нарушением прав собственности, монопольным использованием информации для реализации частных целей, искажением мер экономической политики, базирующейся на искаженных официальных показателях, загрязнением окружающей среды. Государственные коммерческие организации также неэффективно

функционируют. Значительную часть финансового капитала, получаемого в виде налогов, государству приходится расходовать на медицинские и немедицинские нужды, связанные со снижением негативных последствий потребления аддиктивных благ.

Предприниматели располагают всеми видами капитала, необходимого для производства, оборота и реализации аддиктивных благ: человеческим, технико-технологическим, природно-ресурсным, институциональным, организационным, информационным, финансовым. В институциональный и финансовый капитал входит теневой капитал, например, «административный капитал», связанный с коррупционной лояльностью определенных чиновников, денежные средства, скрывающиеся от налогообложения. Бизнес несет издержки от несчастных случаев, преступлений, снижения производительности, образованности работников в связи с потреблением аддиктивных благ.

Институциональные, организационные, информационные издержки, связанные с коррупцией, лоббированием, организованной преступностью, региональным протекционизмом, приспособлением институтов к интересам групп влияния, нарушением прав собственности, использованием информации в частных целях, приводят к росту налогового бремени на субъектов легальной экономики, которые вынуждены содержать социальную сферу общества, снижению возможностей инвестирования в техническое и технологическое перевооружение, из-за высокой степени неопределенности и ограниченности источников финансирования.

Потребители аддиктивных благ для удовлетворения потребностей выходят на рынок с денежными средствами либо другим меновым капиталом. При этом потребление для индивида сопровождается наряду с положительными эффектами потерями в той или иной степени в человеческом капитале (ухудшение здоровья, продолжительности жизни, поражение генофонда, несчастные случаи, негативные последствия преступлений, рискованное сексуальное поведение, психологические

переживания, потеря работы, отчисление из образовательных учреждений). Расходы на приобретение аддитивных благ увеличиваются прямыми медицинскими и немедицинскими издержками.

При установлении цен на аддитивные блага необходимо учитывать экстерналии, которые субъекты бизнеса самостоятельно не отразят или отразят не полностью в их ценах. Экстерналии добавляются к цене в виде акциза.

Общую эффективность на рынках аддитивных благ можно показать в виде суммарного вектора \bar{e} , равного сумме векторов эффективности государства \bar{s} , бизнеса \bar{b} , потребителя \bar{c} :

$$\bar{e} = \bar{b} + \bar{c} + \bar{s}.$$

Геометрическая интерпретация эффективности представлена на рисунке 11.

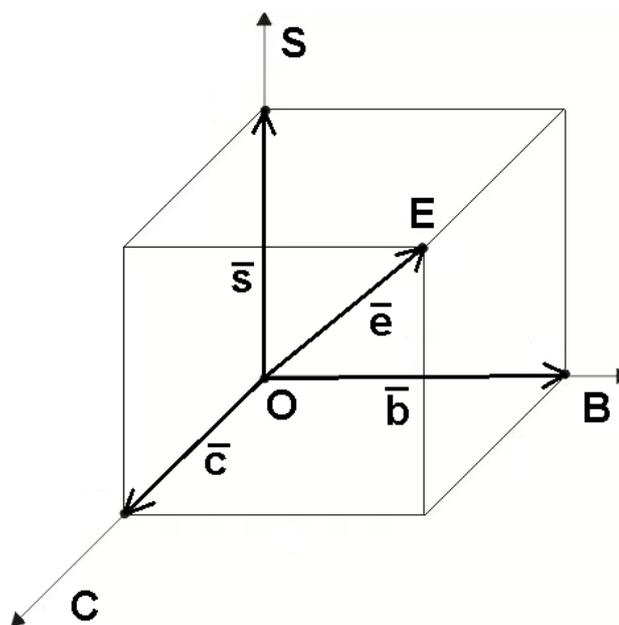


Рис. 11. Суммарный вектор эффективности

Условные обозначения: OS – эффективность государства; OB – эффективность бизнеса; OC – эффективность потребителя.

Избыточное вложение ресурсов в производство аддитивных благ можно компенсировать, либо приняв закон, ограничивающий данное производство, либо введя акцизный налог на выпущенную продукцию. На рынках разрешенных аддитивных благ государство с целью ограничения

спроса и предложения искусственно нарушает рыночный механизм, регулируя ценообразование. Акцизным налогообложением и минимальными ценами государство устанавливает «цену пола», ограничивая дальнейшее снижение цены.

Политика государства направлена на исправление негативных побочных эффектов потребления аддитивных благ. Для этого государство применяет механизм трансформации отрицательных внешних и непредвиденных внутренних эффектов потребления аддитивных благ в общие издержки индивидов посредством добавления к имеющимся индивидуальным издержкам предельных внешних и непредвиденных внутренних издержек потребителя в виде косвенных налогов.

В данном случае государство сталкивается со следующими проблемами:

1. Определение оптимального объема производства и реализации аддитивных благ и механизма его поддержания на приемлемом уровне, в том числе с точки зрения равномерного распределения аддитивных благ между потребителями.

2. Расчет отрицательных внешних и непредвиденных внутренних издержек потребления аддитивных благ.

3. Определение оптимального бремени акцизного налога и его распределение между потребителями и производителями аддитивных благ.

4. Определение и поддержание такого уровня социально-экономической эффективности производства и потребления аддитивных благ, при котором подверженные правительственным ограничениям производители, имеют достаточно мотивов для производства благ в легальном секторе, а потребители хотят и в состоянии покупать эти блага.

Оптимальный объем производства и реализации аддитивных благ должен определяться исходя из численности взрослого населения, а также медицинских, религиозных, общественных норм потребления.

В приложении 23 представлена классификация издержек, возникающих вследствие регулирования, производства, оборота и реализации, а также потребления аддиктивных благ.

Оценка общественных потерь, как и оценка эффективности государственного регулирования, должны ежегодно осуществляться.

Действующие методики определения оптимальной ставки акциза также отсутствуют. Односторонняя фискальность взглядов государства очевидна из проводимой акцизной политики, либеральное крыло которой поддерживает необходимость ежегодной индексации ставки акциза в соответствии с уровнем инфляции, а радикальное – об ускоренной ее индексации. Предпринимательское сообщество связывает существование нелегального рынка с высокой ценой легального алкоголя и низкими финансовыми возможностями населения, которое представляет собой активного потребителя дешевой алкогольной продукции и суррогатов. Сегодняшний нелегальный рынок аддиктивных благ, с одной стороны, «гармонизирует» общество, а с другой, - коррумпирует его. Очевидно, что эффективная ставка акциза значительно ниже действующей и поэтому вопрос оптимальной ставки акциза требует решения.

Одним из популярных методов оценки эффективности инвестиций без дисконтирования денежных потоков, применяемых в западноевропейских странах и США, является метод с использованием расчетной нормы прибыли на капитал. На европейских и американских рынках инвестиции и соответствующая норма прибыли группируются по следующим классам – вынужденные (норма прибыли не установлена), сохранение позиций на рынке (6%), обновление основных производственных фондов (12%), снижение издержек производства (15%), увеличение доходов путем расширения выпуска и мощностей (20%), рискованный (25%)³⁰⁹.

³⁰⁹ Составлено автором по: Крылов Э. И., Власова В. М., Журавкова И. В. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика, 2006. С. 70–71.

Приведенные значения нормы прибыли по классам инвестиционных проектов следует рассматривать как приблизительные, поскольку для предприятий на рынках аддиктивных товаров они, безусловно, должны быть уточнены с учетом особенностей деятельности, конкурентоспособности, конъюнктуры рынка на определенном этапе и других факторов.

Основными факторами фактической эффективности государства, бизнеса и потребителя является цена и косвенные налоги. Абсолютное значение цены имеет обратную связь с эффективностью с точки зрения потребителя. Цена за вычетом косвенных налогов должна быть достаточной для получения нормы на капитал, при которой будет функционировать легальный бизнес. Величина косвенных налогов, формирующих цену, должна быть с одной стороны, не выше предела, за которым потребитель будет предъявлять спрос на нелегальную продукцию, и с другой стороны, напряженной для потребителя и достаточной для покрытия экстерналильных эффектов потребления.

Учет нормы рентабельности ведения предпринимательской деятельности на разрешенных рынках аддиктивных благ должен найти отражение при проведении государством акцизной политики.

Институциональная норма – это устоявшиеся, признанные и узаконенные государством обязательные правила взаимодействия, порядки организации дел, осуществления действий, из которых вытекают права, обязанности и ответственность институциональных субъектов.

Институциональная норма эффективности функционирования рынков аддиктивных благ – это эволюционно сложившееся, социально признанное, нормативно утвержденное соотношение между результатами и затратами деятельности хозяйствующих субъектов в соответствии с их статусами.

Статус институциональных субъектов (S_a , S_b) играет решающее значение в определении нормы эффективности субъектов. Исходя из данных нормативных предпосылок, можно записать:

$$\frac{S_a * n_{ea} * a_i}{S_b * n_{eb} * b_i} \rightarrow IP_i ,$$

где n_{ea} , n_{eb} – норма эффективности стороны а и стороны b.

Очевидно, что на современном этапе в сфере аддиктивных благ отсутствует норма эффективности. Субъекты не стремятся к их соблюдению. В результате складывается институциональный диспаритет. В триединстве интересов субъектов сферы аддиктивных благ для оценки паритетности состояния институциональной среды следует определить норму эффективности институциональных субъектов, как равноправных участников институционального процесса.

Основным фактором и условием, определяющим уровень социально-экономической эффективности в сфере аддиктивных благ является уровень обеспечения согласованной социально-экономической политики по всем ее направлениям, в том числе между государством и регионами, соблюдение баланса интересов субъектов всех уровней социально-экономической системы, а средством ее повышения является оптимизация взаимосвязи государственного регулирования и рыночного саморегулирования на основе соблюдения баланса интересов всех уровней.

В практической деятельности норму эффективности институциональных субъектов необходимо представлять в виде референсного диапазона значений показателей.

3.3. Дихотомия эффективности и этичности

Самая популярная концепция, в соответствии с которой «эффективная экономика лежит на грани производственных возможностей» и обеспечивает максимально возможный совокупный выпуск из ограниченных ресурсов, рассматривается в качестве ценностно-нейтральной и относит эффективность

к позитивной экономической теории³¹⁰. В то же время в сфере аддитивных благ эффективность является многосторонней и многоуровневой категорией, и в данном анализе эффективности не учитываются проблемы: справедливого распределения ресурсов и доходов; соблюдения баланса интересов субъектов всех уровней социально-экономической системы; проявления выгод и ущерба от производства и потребления аддитивных товаров; возрастания роли социальных, психологических, экологических факторов. И, наконец, не дается ответ на вопрос, как должны соотноситься эффективное производство, эффективная торговля или принимаемое эффективное решение с этикой.

Очевидна дихотомия между эффективностью и этичностью. Это характерно для неолиберальной экономики, для которой важна эффективность и необоснованно опускается вопрос этики. Традиционно экономически эффективные алкогольная и табачная промышленности удовлетворяют спрос определенной части населения, для которой алкогольные напитки или сигареты имеют высокий уровень полезности, приносят значительную прибыль производителям и торговле, создают рабочие места, обеспечивают немалые поступления в бюджеты. В то же время, потребление аддитивных продуктов сопровождается широким спектром отрицательных внешних эффектов (экономических, социальных, нравственных, медицинских, правовых и др.), как для самих потребителей, так и для общества в целом. Поэтому экономику на рынках аддитивных товаров назвать пропорциональной и нравственной никак нельзя.

Вопрос этичности деятельности, связанной с производством и оборотом аддитивных товаров, относящийся к нормативной экономической науке, остается открытым и весьма актуальным. С учетом указанных проблем теорию и практику социально-экономической эффективности подобных систем не следует сужать до рамок позитивной экономической теории и рассматривать в качестве ценностно-нейтральной, а напротив,

³¹⁰ Самуэльсон П. А., Нордхаус В. Д. Экономика : пер. с англ. 15-е изд. М., 1997. С. 55.

следует включить ценностные ориентации и изучать в органической связи с этикой.

Жесткое противопоставление эффективности и этики экономических отношений на рынках аддиктивных благ представляет собой значительный институциональный барьер на пути их устойчивого социально-ориентированного развития.

В.А. Мартынов дает следующее определение социально-экономической эффективности – «результативность, достигнутая на каждом уровне экономической системы, при реализации задач, ведущих к созданию материальных, социально-политических, культурно-этических, психологических, экологических и других условий для роста творческой деятельности, благосостояния, всестороннего и творческого развития личности»³¹¹.

Объяснению категории «эффективность» требуется новый импульс. Разработка теории эффективности зависит от адекватного философского основания – должной трактовки методологии познания и гносеологии знания. В целом решение проблемы требует прохождения следующих ступеней – рисунок 12.

В ряду философских и экономических категорий, соотнесенных эйлеровыми кругами, эффективность занимает центральное место.

В современной социально-экономической системе общество, государство, бизнес должны стремиться к сбалансированному функционированию. В качестве противовеса злоупотреблениям сторон наряду с правом должны быть выдвинута этика. Она имеет не запретительный, а разрешительный характер, и ее предписания учитывают как требования морали, так и условия, при которых ими можно руководствоваться.

³¹¹ Мартынов В. А. Социально-экономическая эффективность производства: диалектика теории и практики реализации.

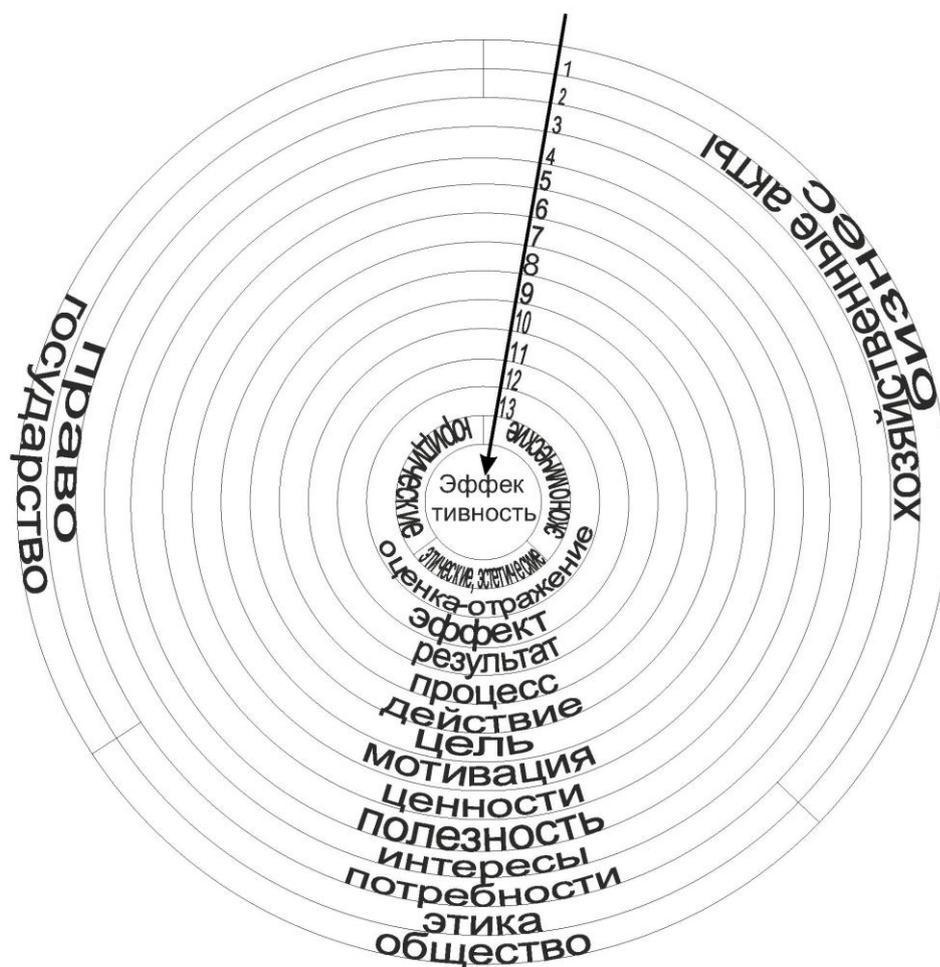


Рис. 12. Эффективность в ряду философских и экономических категорий

По аналогии с решениями комиссии по этике, каждая из сторон заявляет о своих интересах, однако сбалансированное решение принимается с учетом мнения остальных.

Целеосознанность и целенаправленность действий государства, общества, бизнеса осуществляется в условиях созданных ими правил, заложенных в праве, этике, хозяйственных актах.

Потребности рождают интересы, которые мотивируют государство, потребителей, бизнес на деятельность, устанавливая для них цели и ценности. Знание целей позволяет идентифицировать проблемы, как препятствия на пути их достижения. Проблемы в свою очередь декомпозируются на задачи управления и приводят в действие государственный, общественный, хозяйственный механизмы управления.

Интересы стейкхолдеров социально-экономической системы являются реальной причиной действий. Конфликт интересов заинтересованных сторон приводит к конкуренции и оптимизации этих интересов. Для достижения целей государства, общества и бизнеса экономика изучает пути, способы наилучшего использования ресурсов или, что чаще применимо в экономике, эффективного использования редких ресурсов.

Определённая совокупность последовательных действий, направленных на достижение цели, последовательная смена состояний чего-либо, стадий развития рассматриваемого явления становится процессом. Например, процесс производства.

Здесь пересекаются два фактора - интересы и ценности. По мнению С. Сулакшина у власти два блока интересов: самовоспроизводство себя во власти; естественные вопросы – решение проблем народа, регионов, молодых, пожилых и т.п. Очевидно, что интерес – вещь субъектная. В государственном управлении должно быть как минимум три субъекта носителя интересов – общество (человек, группы), бизнес и государство. Если у государства преобладают интересы самовоспроизводства, то рушатся интересы всех остальных субъектов. Невыполняемые политические обещания, первичность собственных интересов, являются неэтичными. Политическими, административными, хозяйственными и иными механизмами, используемыми соответствующими институтами власти в своих интересах, некоторое время могут навязываться соответствующие ценности, которые в реальности приведут, например, к перераспределению доходов и собственности. Как это периодически происходит в алкогольной отрасли.

Многоуровневость социально-экономической эффективности, как интересобразной категории предполагает возможность несовпадения и необходимость проводить различие эффективности индивида и предприятия, предприятия и государства (в том числе и региона), государства и всего общества (в том числе и потребителей). Несовпадение

интересов названных субъектов экономических отношений обуславливает несовпадение оценок социально-экономической эффективности у субъектов. Кроме того, то, что эффективно для одного субъекта, может обернуться отрицательной эффективностью для других. Поэтому в науке широко признается значение критерия эффективности по Парето, то есть такой результативности, которая достигается не в ущерб кому либо.

Современная ситуация в сфере производства, оборота, потребления и регулирования аддиктивных благ позволяет говорить о диспропорциональности и неэтичности, реализуемых экономических и социальных мер.

Каждая из сторон экономических взаимоотношений руководствуется своей логикой, интересами и ценностями, и реальная модель действий часто иная, чем провозглашенная. Задача этики и права состоит в том, чтобы социальные институты не нарушали права людей, и интересы людей не нарушали функционирование государства.

О.С. Сухарев предлагает рассматривать эффективность как «цель» – «эффективность ... можно представлять как цель, в том числе цель макроэкономической политики»³¹². Цель - есть идеальный или реальный предмет сознательного или бессознательного стремления субъекта; финальный результат, на который преднамеренно направлен процесс³¹³.

Отчасти следует не согласиться с данной современной трактовкой. Категория «эффективность» охватывает не только позитивные, но и отрицательные экстерналии хозяйствования и потребления с широким диапазоном эффективности, включая неэффективность и отрицательную эффективность, которые следует рассматривать, в качестве не целей деятельности, а, скорее ее отрицательных, негативных, неестественных следствий. На наш взгляд эффективность стремится скорее к

³¹² Сухарев О. С. Эффективность экономической политики: методы оценки // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 11 (140). С. 13.

³¹³ Доброхотов А. Л. Цель // Новая философская энциклопедия. М., 2000. URL: <http://iph.ras.ru/elib/3339.html> (дата обращения: 13.04.2014).

*целесообразности, рассматриваемой в качестве соответствия явления или процесса определённому (относительно завершённому) состоянию, материальная или идеальная модель которого представляется в качестве цели*³¹⁴.

Этимологически эффективность очень близка результативности. Однако эффективность нельзя сводить к результативности. Результат – абсолютная характеристика следствия процесса объекта, а результативность – относительная. Следствия осознают посредством выявления их в качестве свойства процессов или их результатов. Результативность – отношение результата к определенному параметру процесса возникновения данного следствия: $\text{результативность} = \frac{\text{следствие/причина}}{\text{результат/процесс}}$ ³¹⁵. *Эффективность, по нашему мнению, это отношение цели к средствам на ее достижение: эффективность = цель/средства достижения цели.*

Экономические науки исследуют главным образом экономические значения объектов для жизни людей, отстраняясь от этических, эстетических, юридических и иных социальных ценностей. Но в экономику вовлечены и потребности в аддитивных продуктах. Возникает дилемма – если произойдет удвоение потребления и выпуска алкогольной продукции, табачных изделий – это успех экономики и общества? И как управлять эффективностью подобных секторов экономики? Не всегда в экономических публикациях можно найти подлинное понимание таких сложных проблем.

По мнению, Д. Ролза, «этика не искусственно вживляется в экономику, но в самой экономической деятельности уже заложен механизм согласования интересов для достижения большей выгоды»³¹⁶, что дает условия для создания базы этики эффективности.

³¹⁴ Яндекс-словари. URL: <http://slovari.yandex.ru/целесообразность/БСЭ/Целесообразность/> (дата обращения: 13.04.2014).

³¹⁵ Войтов А. Г. Эффективность труда и хозяйственной деятельности. Методология измерения и оценки. М. : Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. С. 41.

³¹⁶ Стручалина А. П. Этика бизнеса. Исторические и социально-культурные предпосылки формирования этики бизнеса : учеб. пособие / ВолгГТУ. Волгоград, 2005. 84 с.

Экономику можно представить системой функционирования с действиями и правилами. Эффективность заложена – в действиях, этика в правилах. Управлять эффективностью необходимо посредством этики, ограничивая вредные и опасные направления. Этика должна корректировать несостоятельность экономики и стать одним из важнейших регуляторов (ограничений) повышения эффективности. Чтобы при движении в направлении роста эффективности было осуществлено смещение в сторону этических ценностей, должна возникнуть сбалансированная система интересов: у государства, обладающего политическим, административным, экономическим инструментами; у бизнеса с его хозяйственным механизмом; у потребителей с широкими возможностями контроля и саморегулирования через общественное мнение и человеческую совесть.

В условиях современного этапа развития экономики России этические условия экономического поведения бизнеса и государственной власти представляют собой одно из условий роста эффективности.

Отечественный алкогольный бизнес существует в условиях, где со стороны государства не реализуется неприкосновенность частной собственности. *Этичность или неэтичность действий бизнеса не определяется ни законом, ни личными мотивами, а необходимостью выживания предпринимателя в условиях неопределенности, частой смены правил игры, несовершенства и несоблюдения законов, безразличия и давления со стороны государственных органов власти.*

Поэтому проблемы и методы этики бизнеса тесно переплетены с проблемами и методами управленческой, или административной этики.

Развитие этических норм экономического поведения в алкогольном секторе России имеет свои особенности, на которые влияли специфика потребления алкогольной продукции, ментальность населения, опирающегося на платформу патернализма, собственная история создания русского вида хлебного вина, его эволюция от появления промышленного

винокурения до современной алкогольной промышленности, религия и, безусловно, исторический путь, пройденный нашим государством.

Проблематика социальных, моральных, нравственных, психолого-поведенческих и других, именуемых этическими, аспектов экономического развития разрабатывалась коллективом ЦЭМИ АН СССР в рамках теории «Системы оптимального функционирования социалистической экономики» (далее – СОФЭ). С 80-х годов исследователи СОФЭ подошли к выяснению главного содержания этического фактора в экономической жизни: именно он лежит в основе механизмов устойчивости и эволюционных изменений комплексов социальных ролей (институтов), в рамках которых только и могут успешно интегрироваться и быть эффективными действия людей, в том числе в экономической плоскости. По-мнению одного из авторов теории Н.П. Федоренко «двумя главными требованиями, которые любое общество предъявляет к собственнику, является этика и эффективность. Этика бизнеса связана с его социальной ответственностью и методами достижения собственных целей... Эффективным с точки зрения общества является такой собственник, который регулярно и сполна платит налоги и заработную плату, предоставляет обществу полноценные рабочие места и блюдет свою репутацию...»³¹⁷.

Этика российского предпринимательства в алкогольном бизнесе, сформированная в 90-х гг., далека от общепринятых представлений о нравственности и характеризуется:

1. Подменой цели сохранения коллективов, формирования социальных и культурных традиций фирмы иррациональным ориентиром в виде бесконечного роста прибыли и рентабельности (сворачивание программ социального обеспечения работников и повышения их квалификации; увольнение работников в зависимости от колебаний конъюнктуры; разрушение отношений сотрудничества и партнерства между руководителем и подчиненными; пренебрежение правами работников; недостаточная

³¹⁷ Федоренко Н. П. Гуманистическая экономика. М. : ЗАО «Экономика», 2006. С. 95–110.

техническая оснащенность рабочих мест; большой разрыв в уровне доходов рядовых работников и руководителей; высокий уровень эксплуатации работников; заработная плата в «конвертах» и пр.).

2. Пренебрежительным отношением к потребителям (анти социальные методы рекламы, нацеленные на молодежь; ролики во время массовых спортивных мероприятий; скрытая реклама; «зонтичные» бренды; показательные благотворительные акции; ценовые сговоры; продажа алкоголя лицам, не достигшим совершеннолетия; использование в производстве вредных для здоровья консервантов, красителей, ароматизаторов; распространение несоответствующей действительности информации о полезных свойствах алкоголя; реализация фальсифицированных и контрафактных изделий).

3. Отсутствием материальной и моральной ответственности перед партнерами (незаконное использование товарных знаков; «клонирование» брендов; «черный PR»; рейдерство; агентурное получение информации; неисполнение обязательств перед кредиторами; силовое разрешение конфликта интересов).

4. Отсутствием ответственности перед органами государственной власти и обществом (уход от уплаты налогов и исполнения обязательств перед фондами; сокрытие или искажение сведений о своих операциях; лоббистские усилия; перераспределение доходов и активов из государственной собственности в интересах частных субъектов; фиктивные сделки; неисполнение обязательств перед государством по кредитам и займам; правовой нигилизм; отказ от участия в решении социальных проблем общества; загрязнение окружающей среды отходами спиртового производства и виноделия).

Сложившиеся в России экстремально высокие человеческие и социально-экономические потери от злоупотребления алкоголем в значительной степени обусловлены агрессивными действиями алкогольного лобби, продиктованными стремлением к сверхприбыли, масштабной

криминализацией производства этилового спирта и крепкой алкогольной продукции и приходом в страну транснационального алкогольного бизнеса.

Несовершенство законодательства в России объясняется не развитой системой сдерживания коммерческих и других корпоративных интересов алкогольной индустрии. Под давлением иностранного пивного лобби пиво юридически вплоть до 2011 г. не считалось алкогольным напитком, что обеспечивало более льготный режим торговли³¹⁸.

До принятия в 2011 г. поправок к закону «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» пиво не регулировалось как социально опасный продукт, каковым является. Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе» не позволял эффективно противодействовать современным изощренным маркетинговым действиям алкогольной индустрии³¹⁹.

На современном этапе в российский алкогольный и табачный бизнес пришли иностранные предприниматели (польские, американские, британские и др.), деятельность которых основана на канонах устоявшейся западной этики. Это должно способствовать включению российского алкогольного бизнеса в систему мировых этических норм делового поведения.

Этический фактор, столь ценный с точки зрения экономики, исторически не реализуется на отечественном рынке алкогольной продукции. В различные эпохи производство и торговля крепкой алкогольной продукцией «на вере», откупная система, рыночная модель, их различное сочетание с государственной монополией приводили к коррупции, лоббированию, протекционизму, взяточничеству, финансовым злоупотреблениям государственных служащих, хищениям, конфликтам между церковью и властью, кругами влиятельной элиты, распространению пьянства, преступности, массовым беспорядкам, фальсификации,

³¹⁸ Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия.

³¹⁹ Федеральный закон Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп.) (ред. от 18.07.2011) : вступ. в силу с 15.08.2011 // КонсультантПлюс.

самогоноварению и другим негативным последствиям, масштабы которых, стали наиболее очевидны с появлением промышленного производства водки.

Исходя из праксиологии социальной и экономической рациональности, соблюдаемой с позиции интересов органов власти, бизнеса и потребителей, выявлены и классифицированы причины этико-правовых злоупотреблений участников, формы их проявления, влияющие на паритет (диспаритет) и этичность (неэтичность) современных социально-экономических отношений на рынке алкогольной продукции (рисунок 13).

Отсутствие эффективных процедур и механизмов общественной координации, адекватного государственного регулирования и контроля, побуждающих органы государственной власти, бизнес, потребителей к добропорядочному сотрудничеству создают условия всем участникам рынка аддиктивных товаров для нарушений юридических и этических правил, корпоративной культуры поведения на рынке. В основе нарушений лежат противоречия между государственными, общественными, личными и корпоративными интересами.

Конфликт интересов общества и производителей алкоголя должен быть решен в пользу общества. Представители алкогольной индустрии должны выйти из состава экспертных групп при законодательных и исполнительных органах, формирующих алкогольную политику. Депутаты и госслужащие должны декларировать отсутствие конфликта интересов. Алкогольная индустрия должна открыть свою служебную документацию, рекламные и спонсорские бюджеты, пожертвования и другие лоббистские усилия.

Регулирование всех подобных рынков, для которых конкуренция нежелательна с этической точки зрения, должно направляться правилами: алкогольная продукция, табачные изделия, наркотические лекарственные средства не должны продаваться вовсе или продаваться с ограничениями.

Этика эффективности – совокупность морально-нравственных принципов и правил, детерминирующих действия социально-экономических субъектов наряду с рыночными и бюрократическими стимулами.

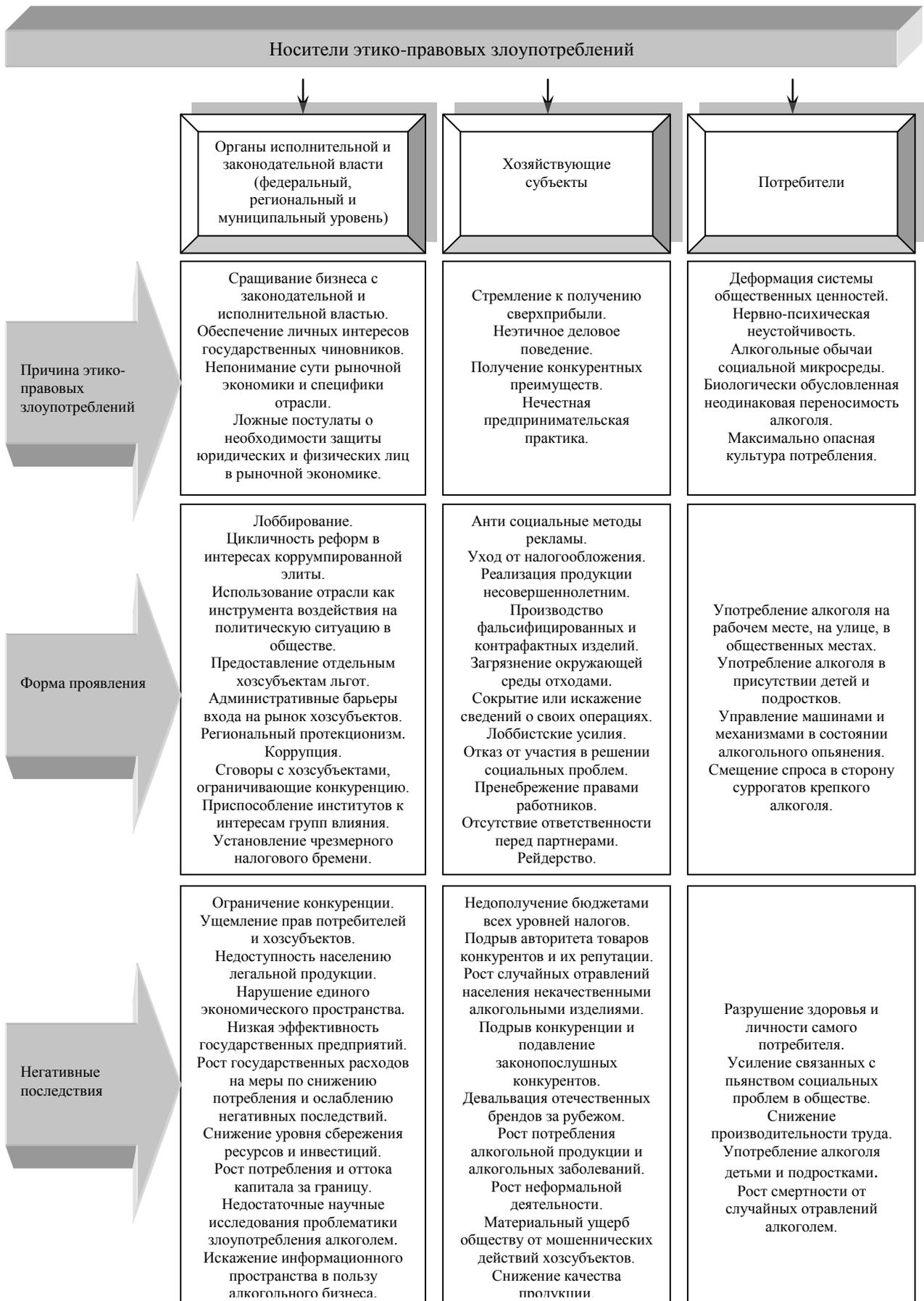


Рис. 13. Классификация этико-правовых злоупотреблений участников алкогольного рынка

Этика эффективности связана с ответственностью государства, бизнеса, общества и методами достижения их собственных целей. Важными признаются следующие принципы эффективности, носящие по существу этический характер, которыми должны руководствоваться интересанты в процессе принятия решений:

1. С точки зрения общества:

1.1. Эффективным является такой собственник, который:

– своевременно и полностью платит заработную плату, предоставляет полноценные рабочие места;

– оптимально использует ресурсы и минимизирует ущерб окружающей среде;

– предоставляет качественные и доступные продукты и услуги;

– соблюдает возрастной ценз при реализации алкогольной продукции;

– не применяет анти социальных методов рекламы алкогольной продукции;

– в пределах своей компетенции помогает обществу решать социальные проблемы;

– принимает решения и осуществляет действия с учетом увеличения (или как минимум сохранения) уровня благосостояния общества.

1.2. Эффективной является такая власть, которая:

– проводит государственную политику, направленную на минимизацию вреда от употребления алкоголя;

– интересы бюджетной сферы и национальных производителей принимает во внимание в той мере, при которой достигается гармонизация с главной целью сохранения здоровья нации;

– успешно противодействует коррупции;

– стремится осуществлять свою деятельность с минимальными затратами;

– не использует отрасль как инструмент воздействия на политическую ситуацию в обществе, как фактор социального умиротворения;

– устанавливает косвенные налоги в размере, который способны платить потребители;

– не допускает сращивания с алкогольным лобби.

2. С точки зрения бизнеса:

2.1. Эффективной является такая власть, которая:

– предоставляет равный доступ и равные условия деятельности на алкогольном рынке;

– не приспосабливает институты к интересам отдельных могущественных групп влияния;

– устанавливает разумные правила работы на рынке;

– устанавливает справедливую налоговую нагрузку.

2.2. Эффективным является общество, в котором:

– потребитель оплачивает все затраты на производство продукции, оказание услуг и т.п., включая социальные расходы.

3. С точки зрения власти:

3.1. Эффективным является такой собственник, который:

– своевременно и полностью платит налоги;

– избегает в своей деятельности неформального лоббизма, продиктованного стремлением к сверхприбыли;

– действует как открытая система, которая предоставляет объективные сведения о своих операциях;

3.2. Эффективным является такой потребитель, который:

– употребляет алкогольную продукцию в местах и количествах, не вызывающих негативных последствий для человека и отрицательных внешних эффектов для общества;

– оплачивает косвенные налоги в цене алкогольной продукции.

Этическая и правовая точка зрения не могут быть найдены за пределами аргументации. Этические и юридические правила через дискурс становятся универсальными регулятивами социальных и экономических действий. Юридические акты подлежат этической оценке последствий их

применения, для чего необходима разработка этических регулятивов правовой деятельности. В свою очередь следует создать условия для восстановления легитимности самой этики. Если общество и государство голосуют за существование опасных с точки зрения этических последствий отраслей и профессий, то необходимы обсуждения с участием широкой общественности нормативно-правовых документов, должностных инструкций, отраслевых кодексов и т.п. снижающих опасность подобной деятельности. Речь идет о разработке прикладной, профессиональной этики, включающей список четких правил, нарушение которых не ограничивается моральным осуждением, а контролируется правовыми актами.

Этические проблемы экономики имеют коллективную природу и поэтому должны решаться не отдельным действующим актором, а коллективно. К. Хоманн и Ф. Бломе-Дрез утверждают, что «если мы потребуем от отдельного участника рынка в условиях конкуренции морально обоснованных дополнительных выплат или уступок, можно будет считать, что он будет вытеснен с рынка своими конкурентами и экономически разорен. Поэтому нужно добиваться моральных ценностей нейтрально по отношению к конкуренции. Необходимо делать их значимыми в правилах игры, которые одинаково действительны для всех участников рынка, ибо иначе моральное поведение будет наказываться, а неморальное поведение – поощряться»³²⁰.

Отказывание рынка в сфере спроса и предложения аддиктивных товаров имеет коллективную природу и масштабы, что требует и коллективных решений.

Этику необходимо распространить на институты, на правовые и организационные регулирования, на экономические порядки в сфере аддиктивных товаров и услуг.

³²⁰ Хоманн К., Бломе-Дрез Ф. Экономическая этика и этика предпринимательства / пер. С. Курбатовой, К. Костюка. Zurich : Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen und Zurich, 1992. 182 с.

Глава 4. Спрос, предложение и регулирование аддиктивных рынков

4.1. Особенности формирования спроса и предложения на рынках аддиктивных благ

Механизм спроса и предложения на рынках аддиктивной продукции характеризуется специфическими чертами.

Наиболее устойчивым выводом экономических исследований спроса является демонстрация обратной связи между потреблением аддиктивных товаров и ростом цен на них: Ю.В. Андриенко, А.В. Немцов³²¹, К.В. Клементс и Е.А. Сельванатан³²², К.Е. Квик³²³, М. Сало³²⁴, П. Кук и Г. Тачен³²⁵, С. Орнштейн и Д. Хансен³²⁶, Г. Беккер и К.М. Мэрфи³²⁷, Ф. Дж. Чалупка³²⁸, Е. Левит и Д. Коат³²⁹, Дж. Колкинз³³⁰, Х. Саффер³³¹, А. Бретевиль-Дженсен и М. Саттон³³², Дж. Ван Орс³³³, Дж.Т. Лиу, Дж.Л. Лиу и С. Чу³³⁴.

В таблице 6 представлена характеристика действия закона спроса на различные виды алкогольной продукции, обобщенная на основе, проведенного в приложении 24 анализа динамики спроса и цены в 1992–2012 гг.

Данные таблицы позволяют сделать следующие выводы:

³²¹ Андриенко Ю. В., Немцов А. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь.

³²² Clements K. W., Selvanathan E. A. Alcohol consumption. P. 185–264 ; Selvanathan E. A. Cross-country consumption in the UK, 1955–1985: a system-wide analysis. P. 1071–1086.

³²³ Quek K. E. The demand for Alcohol in Canada: An econometric Study.

³²⁴ Salo M. Alkoholijuomien vahittaskulutuksen analyysi vuosilta 1969–1988 : (An analysis of off-premises retail sales of alcoholic beverages, 1969–1988).

³²⁵ Cook P. J., Tauchen G. The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking. P. 379–390.

³²⁶ Ornstein S. I., Hanssen D. M. Alcohol Control Law and the Consumption of Distilled Spirits and Beer. P. 200–213.

³²⁷ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

³²⁸ Chaloupka F. Rational Addictive Behavior and Cigarette Smoking. P. 722–742.

³²⁹ Lewit E., Coate D. The Potential for Using Excise Taxes to reduce Smoking. P. 217–230.

³³⁰ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

³³¹ Chaloupka F., Saffer H. The Demand for Illicit Drugs.

³³² Bretteville-Jensen A. L., Sutton M. Under the Influence of the Market: an Applied Study of Illicit Selling and Consuming Heroin.

³³³ Van Ours J. The Price Elasticity of Hard Drugs: The Case of Opium in the Dutch Indies, 1923–1938. P. 261–279.

³³⁴ Liu J. T., Liu J. L., Chou S. Y. The Demand for Opium in the Japanese Colony of Taiwan, 1914–1942.

– на легальном рынке водки и ЛВИ одиннадцать лет связь между ценой и спросом обратная и девять лет прямая;

– на нелегальном рынке водки и ЛВИ одиннадцать лет связь между ценой и спросом обратная и восемь лет прямая;

– в целом на рынке водки и ЛВИ одиннадцать лет связь между ценой и спросом обратная и девять лет прямая.

– на рынке виноградных и плодовых вин десять лет связь между ценой и спросом обратная и два года прямая;

– на рынке коньяка двенадцать лет связь между ценой и спросом обратная и восемь лет прямая;

– на рынке шампанских и игристых вин тринадцать лет связь между ценой и спросом обратная и шесть лет прямая;

– на рынке пива одиннадцать лет связь между ценой и спросом обратная и девять лет прямая;

– в целом на рынке алкогольной продукции одиннадцать лет связь между ценой и спросом обратная и девять лет прямая.

Таким образом, действие закона спроса на алкогольную продукцию ограничено, поскольку во многих случаях связь между ценой и потреблением прямая.

Таблица 6

Действие закона спроса на алкогольную продукцию

Годы	Водка и ЛВИ			Виноградные и плодовые вина	Коньяк	Шампанские и игристые вина	Пиво	Всего
	легальные	нелегальные	всего					
1993	да	-	да	-	да	да	нет	да
1994	нет	да	да	-	да	да	нет	да
1995	нет	нет	да	-	нет	да	нет	да
1996	да	да	да	-	да	нет	да	да
1997	да	да	нет	-	да	да	нет	нет
1998	нет	да	да	-	нет	да	нет	нет
1999	нет	да	нет	-	да	да	нет	нет
2000	да	да	да	-	нет	да	нет	да
2001	да	да	да	да	нет	да	да	да
2002	да	нет	да	да	нет	нет	да	да
2003	да	да	да	да	да	да	да	да
2004	нет	нет	нет	да	да	да	да	нет
2005	да	да	да	да	да	-	да	да
2006	да	нет	нет	да	нет	нет	да	да
2007	да	да	да	да	да	да	да	нет
2008	нет	нет	нет	да	да	да	да	да
2009	нет	нет	нет	да	нет	нет	да	нет
2010	нет	нет	нет	да	да	да	да	нет
2011	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
2012	нет	да	нет	нет	да	нет	нет	нет
Итого: Да	11	11	11	10	12	13	11	11
Итого: Нет	9	8	9	2	8	6	9	9

Облагая акцизом алкогольную продукцию и табачные изделия, государство предполагает, что цена не является самой важной детерминантой.

Измерение степени чуткости потребителей к изменению цены осуществляется на основе концепции ценовой эластичности. Изучение потребления сигарет между 1955 и 1985 гг. Г. Беккером и К. Мэрфи и др. показало, что ценовая эластичность спроса в долгосрочном периоде была между $-0,8$ и $-0,7$, в то время как эластичность в краткосрочном только $-0,4$ ³³⁵. Ф. Чалупка установил состояние отклоняющейся эластичности в краткосрочном и долгосрочном периодах. Он утверждал, что бедные более чувствительны к изменениям цен на сигареты и, что удвоение налогов на табак увеличит цены на сигареты на 15% и снизит их потребление на 4–6%³³⁶. Е. Левит и Д. Коат подчеркивали, что молодежь также более чувствительна к изменению в цене, чем взрослые³³⁷.

Ценовая эластичность спроса на наркотики, как правило, выше (по абсолютной величине), чем на другие аддиктивные товары. М.И. Левин и А.Б. Фенько обобщили, что в работах Дж. Колкинза эластичность спроса на героин оценивается в пределах от -1 до $-1,5$ и это гораздо выше, чем в большинстве исследований ($-0,5$)³³⁸. Ф. Чалупка и Х. Саффер оценили уровень эластичности спроса на кокаин примерно от $-0,72$ до $-1,1$ и на героин – между $-1,8$ и $-1,6$ ³³⁹. А. Бретевиль-Дженсен и М. Саттон определили ценовую эластичность спроса на героин, равную $-1,23$ ³⁴⁰. Дж. Ван Орс выявил наличие постоянной ценовой эластичности спроса на опиум до Второй мировой войны в Индонезии: в краткосрочном периоде ($-0,7$) и в долгосрочном периоде (-1)³⁴¹. Дж.Т. Лиу, Дж.Л. Лиу и С. Чу получили

³³⁵ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

³³⁶ Chaloupka F. Rational Addictive Behavior and Cigarette Smoking. P. 722–742.

³³⁷ Lewit E., Coate D. The Potential for Using Excise Taxes to reduce Smoking. P. 217–230.

³³⁸ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

³³⁹ Chaloupka F., Saffer H. The Demand for Illicit Drugs.

³⁴⁰ Bretteville-Jensen A. L., Sutton M. Under the Influence of the Market: an Applied Study of Illicit Selling and Consuming Heroin.

³⁴¹ Van Ours J. The Price Elasticity of Hard Drugs: The Case of Opium in the Dutch Indies, 1923–1938. P. 261–279.

схожие результаты при изучении спроса на опиум в Японской колонии Тайваня в период 1914–1942 гг.³⁴²

Эластичность спроса на алкоголь, по мнению П. Кука и Г. Тачена, приблизительно равна $-1,8$ ³⁴³. С. Орнштейн и Д. Хансен пришли к выводу, что значение ценовой эластичности спроса на алкоголь (кроме пива) находится между $-0,8$ и -1 ³⁴⁴.

Измерение степени ценовой эластичности или неэластичности спроса на различные виды алкогольной продукции в 1992-2012 гг. (приложение 25) проведено при помощи коэффициента (E_d):

$$E_d = \frac{\Delta Q / \bar{Q}}{\Delta P / \bar{P}}$$

где ΔQ – изменение количества реализуемой продукции; ΔP – изменение

цены, определяемое, как $\frac{\Delta P}{i} = \frac{P_{n+1} - P_n}{i}$; \bar{Q} – средняя точка в интервале изменения количества реализуемой продукции, которая определяется, как $\bar{Q} = (Q_n + Q_{n+1})/2$; \bar{P} – средняя точка в интервале изменения цены, которая

определяется как $\bar{P} = (P_n + \frac{P_{n+1}}{i})/2$; i – коэффициент инфляции.

Так как ценовые показатели значительно колебались вследствие инфляции, проведена их корректировка на соответствующий коэффициент инфляции.

Сводные данные оценки ценовой эластичности или неэластичности спроса, обобщенные на основе, проведенной в приложении 25 оценки, представлены в таблице 7.

Оценка эластичности спроса в 1992-2012 гг. на алкогольную продукцию позволяет сделать следующие выводы:

³⁴² Liu J. T., Liu J. L., Chou S. Y. The Demand for Opium in the Japanese Colony of Taiwan, 1914–1942.

³⁴³ Cook P. J., Tauchen G. The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking. P. 379–390.

³⁴⁴ Ornstein S. I., Hanssen D. M. Alcohol Control Law and the Consumption of Distilled Spirits and Beer. P. 200–213.

- спрос на легальную водку и ЛВИ семь лет неэластичный и тринадцать лет эластичный;
- спрос на нелегальные крепкие изделия девять лет неэластичный и четырнадцать лет эластичный;
- спрос на легальную и нелегальную водку и ЛВИ в целом девять лет неэластичный и одиннадцать лет эластичный;
- спрос на виноградные и плодовые вина четыре года неэластичный и восемь лет эластичный;
- на коньяк спрос шесть лет неэластичный, тринадцать лет эластичный и один год эластичность спроса единичная;
- спрос на шампанские и игристые вина десять лет неэластичный и десять лет эластичный;
- спрос на пиво шесть лет неэластичный и четырнадцать лет эластичный;
- *в целом на алкогольную продукцию спрос десять лет неэластичный и десять лет эластичный.*

Таблица 7

Ценовая эластичность на алкогольную продукцию

Годы	Водка и ЛВИ			Виноградные и плодовые вина	Коньяк	Шампанские и игристые вина	Пиво	Всего
	легальные	нелегальные	всего					
1993	Неэласт.	-	Неэласт.	-	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.
1994	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.	-	Неэласт.	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.
1995	Эласт.	Эласт.	Эласт.	-	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.
1996	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	-	Единичная эласт.	Неэласт.	Неэласт.	Эласт.
1997	Эласт.	Неэласт.	Неэласт.	-	Неэласт.	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.
1998	Совершенно неэласт.	Неэласт.	Неэласт.	-	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Неэласт.
1999	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	-	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.	Неэласт.
2000	Эласт.	Эласт.	Эласт.	-	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.
2001	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.
2002	Неэласт.	Неэласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.
2003	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.
2004	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.
2005	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Совершенно неэласт.	Эласт.	Эласт.
2006	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.
2007	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.
2008	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.
2009	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Эласт.
2010	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Неэласт.	Неэласт.	Неэласт.	Эласт.
2011	Эласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Неэласт.
2012	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Эласт.	Неэласт.	Эласт.	Неэласт.
Итого эластичный	13	14	11	8	13	10	14	10
Итого единичная эластичность					1			
Итого неэластичный	7	5	9	4	6	10	6	10

В соответствии с теорией Беккера-Мерфи эластичность спроса на аддиктивные товары в долгосрочном периоде выше, чем в краткосрочном. Объем потребления наркотиков или других веществ, вызывающих привыкание, увеличивается с течением времени³⁴⁵.

В ходе их исследования обнаружено, что 10 % увеличение цены сигарет снижает текущее потребление на 4 % в краткосрочном и на 7,5 % в долгосрочном периоде. Снижение цены на 10 % в текущем периоде (t) снижает потребление в предыдущем (t-1) периоде на 0,6 %, и в предшествующем ему (t-2) на 1,5 %³⁴⁶. Это классические данные, на которые ориентируются другие исследователи, например Б.Х. Балтажи³⁴⁷.

Гипотезы неэластичности в потреблении аддиктивных товаров можно применить только к группе полностью зависимых потребителей. И чем больше влияние таких аддиктивных потребителей на совокупный спрос, тем не эластичнее спрос. Для нормальных потребителей, которые полностью контролируют собственные поступки, ответственны и свободны от вредных привычек, спрос на аддиктивные товары можно рассматривать, скорее, как на обычные товары, которые потребитель приобрел только на некоторое время. Эластичность снижается только по мере роста зависимости, прежде всего потому, что с развитием болезни уровень потребления может утрачивать связь с движением цен.

На покупку аддиктивных благ, как и индифферентных благ, влияют и другие факторы.

Рассмотрим влияние основных неценовых детерминантов рыночного спроса на аддиктивные и индифферентные блага:

1. Доходы населения.

³⁴⁵ Левин М. И., Фенько А. Б. Экономические модели аддиктивного поведения.

³⁴⁶ Becker G. S., Grosman M., Murphy K. M. An empirical analysis of cigarette addiction // American Economic Review. 1994. № 84. P. 396–418.

³⁴⁷ Baltagi B. H. On the Use of Panel Data Methods to Estimate Rational Addiction Models // Scottish Journal of Political Economy. 2007. V. 54, № 1 (February). P. 1–18.

Повышение доходов приводит к увеличению спроса на большинство товаров, которые называют нормальными или товарами высшей категории³⁴⁸. Товары, спрос на которые возрастает при снижении доходов, называют товарами низшей категории.

В приложении 26 представлено распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов.

Если из суммы ежемесячного дохода исключить плату за продукты питания и безалкогольные напитки, одежду и обувь, жилищно-коммунальные услуги, здравоохранение, транспорт, то получится, что для 15-25 % населения не естественно обусловленные аддиктивные товары, такие как алкогольные изделия, сигареты и др. являются недоступными. Однако, как ни парадоксально, на данную низкодоходную группу населения приходится значительная доля потребления аддиктивных товаров.

В классической теории рационального потребительского поведения доход рассматривается, как ограниченная величина, экзогенная по отношению к спросу и цене. Рациональные потребители испытывают на себе сдерживающее влияние бюджета, оптимально выбирая сочетание количества и цены блага.

Совсем иная ситуация складывается с зависимым, аддиктивным потребителем, который наркотик предпочитает любому другому благу – количеству товара, которое должно быть куплено в данный момент является постоянной величиной, цена твердо установлена рынком, *а, доход является переменной, производной величиной от потребительского предпочтения и цены.*

Постоянная забота о том, чтобы доход обеспечивал растущий спрос, составляет основное содержание экономического поведения аддиктивного потребителя. И если рациональный потребитель индифферентных товаров стремится увеличить доход за счет легальных источников, то зависимый потребитель аддиктивных товаров в большинстве случаев оказывается за

³⁴⁸ Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : в 2 т. Т. 1. С. 66.

чертой, когда неизбежно должен будет прибегнуть к источникам криминальным, что и вызывает особый экономический интерес.

Ситуация с запрещенными наркотиками является экстремальной, но тем не менее помогает понять роль дохода, как фактора изменения спроса и провести аналогию на другие разрешенные аддиктивные блага.

Отсюда очевидно, что такой признанный «потенциально эффективный» инструмент сдерживания спроса, как налоговая политика будет действенным для рациональных потребителей и будет иметь определенное ограниченное влияние на зависимых потребителей.

Совместно пара детерминантов доход-цена характеризует ценовую доступность аддиктивных благ. В приложении 27 показано соотношение средней ежемесячной заработной платы и цены на крепкий алкоголь.

Из приложения видно, что уже в 2011 г., до резких повышений цен в результате налогового и ценового регулирования в 2012, 2013, 2014 гг., крепкая алкогольная продукция в России менее доступна, чем во многих развитых странах.

Уменьшение дохода аддиктивного потребителя, при прочих равных условиях, в меньшей степени воздействует на спрос на аддиктивные блага и в большей – на время выхода потребителя в поисках дохода за пределы юридических и нравственных норм, когда доход будет вынужденно изыматься у третьих лиц или организаций. Увеличение дохода или до некоторого времени его превышение над затратами на приобретение аддиктивных благ могут быть бесполезными, поскольку аддиктивному потребителю любые блага безразличны по сравнению с аддиктивными товарами и услугами.

2. Число и структура покупателей.

На рынках аддиктивных благ увеличение числа покупателей ограничивается искусственным и естественным путем. Искусственные барьеры устанавливаются государственными и общественными институтами. Естественный путь связан с объективными причинами ухода

потребителей с рынка, вследствие отравления, передозировки, самоубийства, криминальных разборок, тюрьмы и т.д.

Динамика спроса на аддиктивные блага, обусловленная численностью потребителей, определяется следующими переменными: количество потребителей впервые попробовавших аддиктивные товары; число нормальных, независимых от аддиктивных товаров потребителей и средний уровень их потребления; число аддиктивных потребителей и их растущий уровень потребления; количество потребителей, покидающих рынок по естественным и искусственным причинам.

На рынках аддиктивных благ прирост числа покупателей является более сложной задачей по сравнению с рынками обычных благ, поскольку вход потребителей на рынок искусственно затруднен, а перспективы и риски выбывания выше по объективным причинам.

Приобщенность к потреблению аддиктивных благ имеет более выраженную и характерную дифференциацию по полу и возрасту по сравнению с индифферентными благами.

В последние десять лет отмечается существенное снижение возраста знакомства с наркотиками и алкоголем, становится актуальной проблема ранней алкоголизации и алкоголизма среди девочек-подростков³⁴⁹.

3. Цены на сопряженные товары.

Аддиктивные товары являются взаимозаменяемыми. Кроме того спрос на аддиктивные товары во многих случаях потребления предъявляется одновременно, то есть спрос на них сопряженный.

Приведет ли изменение цены на сопряженный товар к повышению или снижению спроса на рассматриваемый товар, зависит от того, на какой стадии болезненного привыкания находится потребитель. Начинаящий любитель психоактивных веществ ведет себя на рынке аддиктивных товаров, как обычный потребитель на рынках индифферентных товаров.

³⁴⁹ Егоров А., Шайдукова Л. Современные особенности алкоголизма у женщин: возрастной аспект. URL: <http://www.narcom.ru/publ/info/235> (дата обращения: 20.02.2014).

Предпочтения потребителя стабильны, и он способен рационально сопоставить свои возможности с ценами: если кокаин оказывается не по карману, он выбирает более дешевые заменители (например, алкогольную продукцию, кофеиносодержащие напитки, легкие наркотики и др.).

По мере нарастания пристрастия предпочтения потребителя радикально меняются, он утрачивает свободу выбора и в определенное время начинает испытывать неодолимую потребность купить определенное количество тяжелого наркотика. Однако и на этой стадии, главным образом, когда по каким либо причинам недоступен дорогой наркотик, потребитель прибегает к более дешевым заменителям, предложение которых развивается в соответствии с законами рынка.

Таким образом, изменение цены на сопряженный аддиктивный товар может приводить к повышению или снижению спроса на рассматриваемый аддиктивный продукт с различной эластичностью, соответствующей стадии привыкания потребителя.

4. Потребительские предпочтения.

Благоприятные и неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей оказывают соответственное влияние на величину спроса.

На потребительские вкусы в современном обществе значительно влияют реклама, мода.

Государство с учетом данного обстоятельства ужесточает административные ограничения и запреты на рекламу аддиктивных благ, что не характерно для индифферентных товаров и услуг.

На теневом рынке действуют еще более агрессивные методы стимулирования потребления аддиктивных благ. Упрощенное вхождение на рынок потребителю обеспечивается при помощи более легких аддиктивных товаров, бесплатной первой дозы.

На изменение потребительских предпочтений и вкусов влияют не только экзогенные факторы, но и само привыкание к аддиктивному благу. Известно, что однажды попробовав, а, впоследствии, став наркоманом,

потребитель предпочтет наркотик любым другим материальным или нематериальным ценностям. Потребление других аддиктивных благ также сопровождается изменением системы предпочтений и ценностей потребителей.

До начала и на первых этапах потребления аддиктивного блага потребительское предпочтение является переменной величиной, а по мере усиления зависимости потребительское пристрастие становится определяющим и все менее подверженным экзогенному влиянию фактором.

5. Прошлое потребление и ожидания.

Рассматриваемые в традиционной экономической теории такие способные изменить текущий спрос факторы потребительского ожидания, как будущие цены на товары, наличие товаров и будущий доход потребителя, на рынках аддиктивных благ следует расширить следующими детерминантами:

- прошлое потребление;*
- учет будущих последствий потребления.*

Данные детерминанты, влияющие на изменение текущего спроса, вытекают из BGM-модели теории рационального потребления, предложенной в 1994 г. Г. Беккером, М. Гроссманом и К. Мэрфи³⁵⁰. Подробное объяснение теория получила в работе Ф. Чалоупки³⁵¹.

В модели присутствует взаимная комплементарность. Спрос на алкоголь зависит от величины «капитала вредной привычки», а «капитал вредной привычки», в свою очередь, зависит от показателей прошлого и будущего периодов.

Индивиды, употребляющие аддиктивные товары, классифицированы на две категории: близоруких и рациональных. Близорукие индивиды, максимизируя свою текущую функцию полезности, не принимают во внимание будущих последствий их текущего потребления, в то время как

³⁵⁰ Becker G. S., Grosman M., Murphy K. M. An empirical analysis of cigarette addiction. P. 396–418.

³⁵¹ Chaloupka F. Rational addictive behavior and cigarette smoking. P. 722–742.

рациональные индивиды понимают, что потребление аддиктивных товаров в настоящем влияет на возникновение пагубной привычки и, тем самым, ведет к дополнительным издержкам, связанным с потреблением аддиктивных товаров, в будущем.

Совершая рациональный выбор, индивиды сравнивают выгоды, которые они имеют от употребления аддиктивных товаров, и свои будущие издержки. Г. Беккер и К. Мерфи для описания такого поведения вводят понятие рациональной аддиктивности.

Наряду с этим, Г. Беккер, М. Гроссман и К. Мерфи показали, что рост цен в предыдущем периоде или ожидаемый рост цен в будущем периоде снижает текущее потребление вредных благ³⁵². Исследования Дж.Л. Хееба³⁵³, Ю.В. Андриенко и А.В. Немцова³⁵⁴, Ф.Дж. Чалоупки, М. Гроссмана, и Х. Саффера подтвердили данный вывод для потребления алкоголя.

В данную группу факторов следует включить традиционность потребления аддиктивных благ, возникшую исторически. Например, в России издавна сложилось множество поводов для потребления алкогольных изделий.

Таким образом, в общие издержки потребления аддиктивных товаров наряду с суммой затрат на их покупку необходимо включать косвенные и прямые затраты на устранение отрицательных последствий в будущем.

6. Социально-экономические и социокультурные условия.

В критические, стрессовые периоды, ситуациях социально-психологической неудовлетворенности индивидов может происходить повышение спроса на аддиктивные товары.

Изменение величины и структуры спроса на аддиктивные блага детерминируется факторами внешней среды, которые можно объединить в социально-экономические (условия жизни, труда, быта людей, социальная

³⁵² Becker G., Grossman M., Murphy K. M. Rational Addiction and the Effect of Price on Consumption // The American Economic Review. 1991. № 81, May. P. 237–241.

³⁵³ Changes in alcohol consumption following a reduction in the price of spirits: a natural experiment in Switzerland / J. L. Heeb [et. al.] // Addiction. 2003. № 98. P. 1433–1446.

³⁵⁴ Андриенко Ю. В., Немцов А. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь // EERC. М., 2005. 5 окт. URL: <http://trezvenie.org/files/books/ocenka.pdf> (дата обращения: 30.08.2012).

дифференциация и удовлетворенность, бедность), социокультурные (уровень общей культуры, духовные и культурные запросы и интересы, нравственное воспитание).

М.Е. Позднякова отмечает, что причины приобщения к алкоголю лежат в сфере человеческих отношений, конкретных жизненных условиях³⁵⁵.

На основе анализа данных и изучения предыдущих исследований Пономарева М.С. в числе факторов потребления алкоголя молодыми людьми выделяет: обучение в высшем учебном заведении, приверженность здоровому образу жизни (отказ от курения и занятия спортом), позитивные психологические условия (удовлетворенность работой и жизнью), негативные психологические условия (стресс)³⁵⁶.

В данную группу факторов относится и влияние религии. Исходя из статистических данных, в России самый минимальный уровень спроса на алкогольную продукцию в мусульманских субъектах: Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика.

7. Наследственность.

Наследственность, как фактор формирования спроса на аддиктивные товары необходимо разделить на биологическую и социальную.

Установлено, что если алкоголизмом страдает одна мать, то примерно в 47 % случаев уже у ребенка проявляется алкогольный синдром. Если оба родители – алкоголики, то вероятность развития алкогольного синдрома у ребенка составляет 62 %³⁵⁷. При этом, как показали зарубежные и отечественные исследования, наследственная отягощенность алкоголизмом у

³⁵⁵ Позднякова М. Е. К вопросу эффективности современной государственной политики. URL: http://www.isras.ru/files/File/publ/Pozdnyakova_IV_Kongress.pdf (дата обращения: 02.04.2013).

³⁵⁶ Пономарева М. С. Оценка микроэкономических факторов потребления алкоголя молодыми людьми. С. 16–17.

³⁵⁷ Герасименко Н. Ф. Разработка эффективной алкогольной политики – магистральное направление решения социально-демографического кризиса России // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России. С. 344.

женщин встречается вдвое чаще, чем у мужчин и по некоторым данным доходит до 90 %³⁵⁸.

На формирование потребительских предпочтений, особенно в детском и подростковом возрасте, и изменение спроса оказывает влияние «социальная наследственность», как передача подросткам привычек курения, потребления алкоголя, присущих другим членам семьи.

Таким образом, в первый период приема аддиктивных товаров потребление можно рассматривать в соответствии с классической теорией потребительского поведения. В дальнейшем с привыканием спрос на аддиктивные товары растет независимо от цены, в результате того, что зависимому необходимо все большее количество продукта. Спрос становится все более не эластичным. Однако, и в этом случае потребление не всегда постоянно растет. Например, алкогелезависимый проходит различные фазы потребления: разумного потребления, тяжелого потребления, воздержания. Что говорит о колебаниях спроса на аддиктивные товары, вызванное поведением индивидуумов, которые вынуждены регулировать потребление, чтобы смягчить будущие негативные последствия. Это должно учитываться при государственном регулировании.

На рисунке 14 представлены точечные графики спроса на водку и ЛВИ в России - в целом, на легальную продукцию, на нелегальные изделия и соответствующих им цен, для трех рынков построены полиномиальные линии тренда.

³⁵⁸ Альтшулер В. Б. Клиника алкоголизма // Руководство по наркологии : в 2 т. / под ред. Н. Н. Иванца. М. : Медпрактика-М, 2002. Т. 1. С. 203–232.

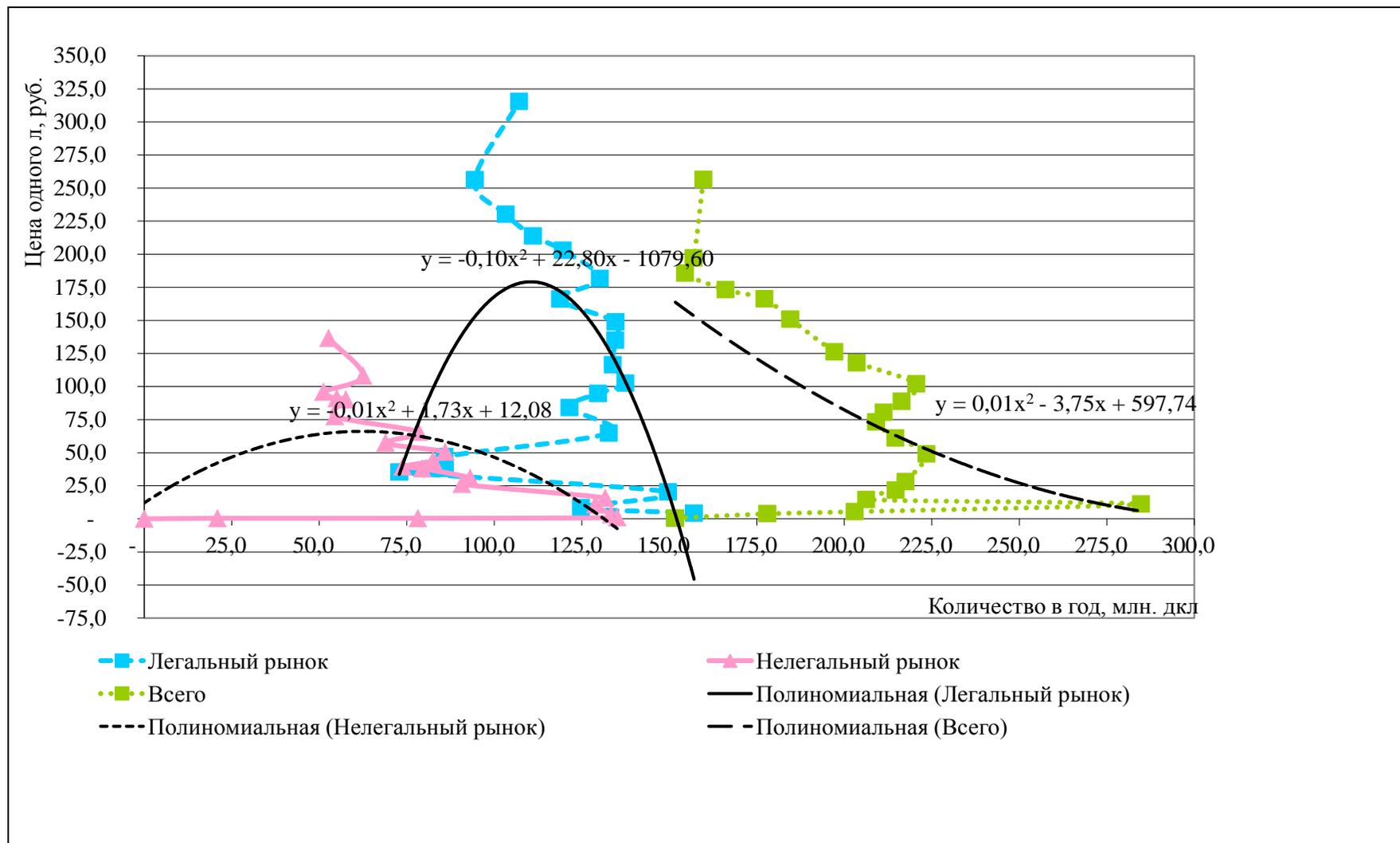


Рис. 14. Цена и спрос на водку и ЛВИ в России

Из его данных видно, что при существовании двух рынков крепкой алкогольной продукции – легального и нелегального – с ростом цены, главным образом вследствие индексации ставки акциза, в целом потребление крепкой алкогольной продукции имеет тенденцию уменьшаться. С ростом цены спрос на легальную крепкую алкогольную продукцию изменяется меньше, чем спрос на нелегальные изделия. Потребление легальной алкогольной продукции остается относительно стабильным при росте цен на нее. Потребление нелегальной алкогольной продукции с ростом цен увеличивается до определенного уровня, по достижении которого происходит его снижение более быстрыми темпами, что подтверждает большую чувствительность низкодоходных групп населения к ценам.

Рассматривая отдельно легальный рынок, можно предположить, что государство, увеличивая ставку акциза, не всегда может ожидать роста поступления в бюджет, поскольку потребление продукции может сократиться.

Таким образом, эмпирические исследования показывают, что реакция потребителей на изменение цены алкогольной продукции отлична от реакции покупателей обычных товаров подчиняющихся классической убывающей по цене кривой спроса. Однако спрос не во все периоды является неэластичным.

В данной связи необходимо расширение представления о бремени акцизного налога, его распределении между производителем и потребителем путем осуществления детального анализа и оценки его положительных и отрицательных эффектов, как для производителя, так и для общества исходя из ситуации сложившейся на рынках аддиктивных благ в целом и рынке алкогольной продукции в частности.

Потребители аддиктивных товаров осуществляют рациональный выбор, сравнивая выгоды и издержки от потребления, и государство должно позволить им самим нести экономическое бремя, т.к. их выбор рационален и это внутренние издержки индивида. Роль государства в

данной ситуации ограничивается устранением отрицательных экстерналий или регулированием внешних издержек потребления аддиктивных товаров. В тоже время потребители вредных благ близоруки, и государство должно учитывать внутренние издержки, которые не предвидел потребитель.

На рынках аддиктивных благ, очевидно, что эластичность предложения также отличается рынков индифферентных товаров и услуг, поскольку государство лицензированием, минимальной величиной уставного капитала и прочими условиями ограничивает количество производителей с целью недопущения роста предложения.

В данных условиях производители аддиктивных благ менее чувствительны к изменениям цен, чем производители индифферентных товаров и услуг.

На рынках аддиктивных благ, как и на рынках индифферентных благ, цена также является значительной детерминантой величины предложения. Однако на рынках аддиктивных товаров цена выступает непосредственным индикатором экономической заинтересованности не столько предпринимателя, сколько государства, которому в цене принадлежит значительная составляющая в виде акциза. Государство, завышая цены, путем повышения акциза, может сделать недоступным потребителю тот или иной товар, продажи которого будут сокращаться, несмотря на высокую цену.

Неценовые детерминанты предложения аддиктивных благ также имеют свою специфику. Детерминантами изменения предложения на рынках аддиктивных благ являются:

- 1. Цены на ресурсы.*

На рынках индифферентных благ между издержками производства и предложением существует тесная обратная связь.

Юридические запреты и лицензионные требования, устанавливаемые государством на производство и распространение того или иного аддиктивного блага увеличивают издержки производства. И следовало бы

ожидать роста цен и сокращения производства. Однако, как бы ни был строг запрет, с рынка уйдут не все участники, поскольку предпочтения зависимых потребителей остаются. Рынок меняет конфигурацию и продолжает существовать.

Все издержки преодоления запретов должны быть компенсированы зависимыми потребителями, которые готовы заплатить за товар любую цену, покрываемую DSB-доходом. *Однако, с ростом цены вследствие запретов увеличивается DSB-доход. Как следствие, с одной стороны, увеличиваются криминальные и случайные риски гибели зависимых потребителей, с другой стороны, увеличивается ущерб от преступной деятельности. Данные обстоятельства определяют границы, устанавливаемых государством барьеров, требуемых ресурсов от субъекта для их преодоления и предел роста цен производителем.*

Цены на ресурсы также определяются природно-климатическими и почвенными условиями. Важнейшим фактором масштабов выращивания мака в Афганистане, на который приходится более 90 % опиума, поступающего на мировой рынок, является чрезвычайно сухой климат, отсутствие орошения для ведения легальных видов сельского хозяйства. В благоприятных регионах для выращивания винограда развивается винодельческая отрасль.

2. Технологии.

Развитие новых технологий производства аддиктивных товаров позволяет не только производить продукцию с меньшими издержками, но и выводить на рынок новые товары, которые государство еще не внесло в список запрещенных. Так появились энергетические напитки, кофеиновые ингаляторы, алко-спреи, курительные смеси и т.д. Поэтому можно говорить о прямой связи между развитием технологий и изменением предложения.

3. Налоги и субсидии.

Большинство налогов рассматриваются предприятиями, как издержки производства, поэтому их рост сокращает предложение.

Иная ситуация с разрешенными аддитивными товарами, облагаемыми косвенным налогом акцизом, который в полном объеме перекладывается на потребителей. С одной стороны, косвенные налоги влияют на сокращение спроса и как следствие предложения, с другой стороны, возможности по уклонению от него позволяют организациям получать сверхдоход и соответственно увеличивать предложение.

Субсидирование производства аддитивных товаров, так же, как и индифферентных приводит к росту предложения.

4. Цены на другие аддитивные товары.

На рынках индифферентных товаров снижение цен на данный товар, стимулирует производителей выпускать другие более дорогие товары.

Иная тенденция может наблюдаться на рынках аддитивных товаров, где интерес производителей может смещаться в сторону более дешевых товаров, объемы производства и продаж которых будут увеличиваться по сравнению с товаром, на который государство завышенными акцизными ставками дестимулирует спрос и предложение. Государство акцизной политикой может сделать недоступным потребителю тот или иной товар, продажи которого сократятся. И поэтому в определенной степени вопреки закону предложения, повышение цены, например, на водку может заставить сократить производство, а увеличить выпуск более дешевых портвейнов.

Таким образом, на рынках аддитивных товаров изменение цен на сопряженные товары способно сместить кривую предложения продукта, однако, зависимость, между ценой и предложением, исходя из тяжести налогового бремени, может быть обратной.

5. Ожидания.

Ожидания производителей на рынках аддитивных товаров традиционно связаны с индексацией акцизов и увеличением цен, введением

новых ограничительных мер, которые не всегда выполнимы для бизнеса и ставят его на грань выживания.

Ожидаемый рост ставки акциза, безусловно, отражается на увеличении выпуска продукции. Поэтому после введения новой ставки наблюдается спад производства.

Нестабильность на рынке аддитивных благ в результате регулярных изменений правил игры не позволяет бизнесу строить долгосрочные планы социально-экономического развития, а, напротив, заставляет постоянно актуализировать антикризисный план, план перехода в теневой сектор. Поэтому в отраслях присутствует краткосрочное перспективное планирование и производителями и другими участниками применяются методы агрессивного продвижения аддитивных товаров, динамика производства которых, сильно подвержена влиянию ожидания государственных действий.

6. Количество организаций в отрасли.

Предложение аддитивных благ тем больше, чем больше число их поставщиков. Данный фактор имеет одинаковое влияние на предложение, как на легальном, так и на теневом рынке аддитивных благ.

7. Государственная политика.

Государственная политика является самой значительной детерминантой величины предложения аддитивного товара, поскольку может активно либо пассивно воздействовать практически на любой из выше перечисленных факторов предложения, соответственно заставляя кривую предложения смещаться вправо или влево.

Экономическими и административными ограничениями, лицензионными требованиями государственные организации могут влиять на объем необходимых организации инвестиций для входа в отрасль и текущих расходов для выполнения лицензионных условий. Содействуя внедрению в отрасль новых информационных (например, единая государственная автоматизированная информационная система, предназначенная для

государственного контроля за объёмом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции), технических (требования по переработке отходов производства спирта), организационных (введение обязательного электронного декларирования) и других технологий государство также влияет на предложение. Налоговой политикой и дотированием государство стимулирует или дестимулирует легальное производство аддиктивных благ. Лицензированием, квотированием государство регулирует число фирм на рынке. В совокупности концептуальность, поступательность, целесообразность, обоснованность, предсказуемость действий государства определяют ожидания производителей.

8. Чрезвычайные факторы.

К данной группе детерминантов относятся войны, революции, перевороты, природные катастрофы и другие чрезвычайные обстоятельства, которые могут привести к снижению предложения, как по объективным причинам, так и в результате запрета или ограничения деятельности со стороны государства. Собственная история имеет достаточно тому подтверждений.

На рынках аддиктивных товаров государством применяется механизм трансформации отрицательных внешних и непредвиденных внутренних эффектов потребления в общие издержки индивидов посредством добавления к имеющимся индивидуальным издержкам предельных внешних и непредвиденных внутренних издержек потребителя в виде косвенных налогов. Увеличение цены акцизным налогом должно носить целевой характер – обеспечивать компенсацию отрицательных эффектов для общества и подавлять иррациональные потребности.

Выработанный неоклассической теорией подход формирования цены товара в соответствии с двумя принципами - предельной полезности и издержками производства, для аддиктивных товаров предлагается расширить третьим принципом – компенсации и регулирования внешних

издержек. Следует преодолеть ориентацию государства на фискальную цель акцизного налогообложения. По нашему мнению, акцизное налогообложение на рынках аддитивных товаров должно выполнять компенсаторно-регулирующую функцию. Эффективность акцизной политики должна оцениваться в неразрывной связи акцизных сборов с величиной издержек общества, возникающих вследствие потребления алкогольной продукции.

Проведем анализ выполнения данной функции налогообложения на примере рынка крепкой алкогольной продукции.

В структуре минимальной отпускной цены производителя водки в 2011 г. (77,7 руб. за 0,5 л) доля косвенных налогов (акциз и НДС) составляет – около 70 % (54 руб.), себестоимости – 25 % (19 руб.), а прибыли – всего лишь 5 % (4 руб.). Данное обстоятельство ограничивает возможности предприятия влиять на уменьшение цены за счет снижения размера прибыли и себестоимости. В этой ситуации в условиях ежегодного повышения ставки акциза, при довольно низкой эффективности производства, единственным вариантом сохранения прежнего уровня прибыли, является увеличение производителем цены изделия не менее чем на величину прироста налога. В результате все налоговое бремя автоматически перекладывается на плечи потребителя и при каждом очередном повышении налога эта нагрузка возрастает.

На рисунке 15 представлена динамика изменения величины акцизной нагрузки на покупателя водки и ЛВИ и уровня скрытой деятельности.

Расчет акцизной нагрузки (E_b) осуществлен по формуле:

$$E_b = \frac{E + VAT_E}{P} * 100 \%$$

где E – акциз, руб.; VAT_E – налог на добавленную стоимость с акциза, руб.; P – потребительская цена единицы продукции, руб.

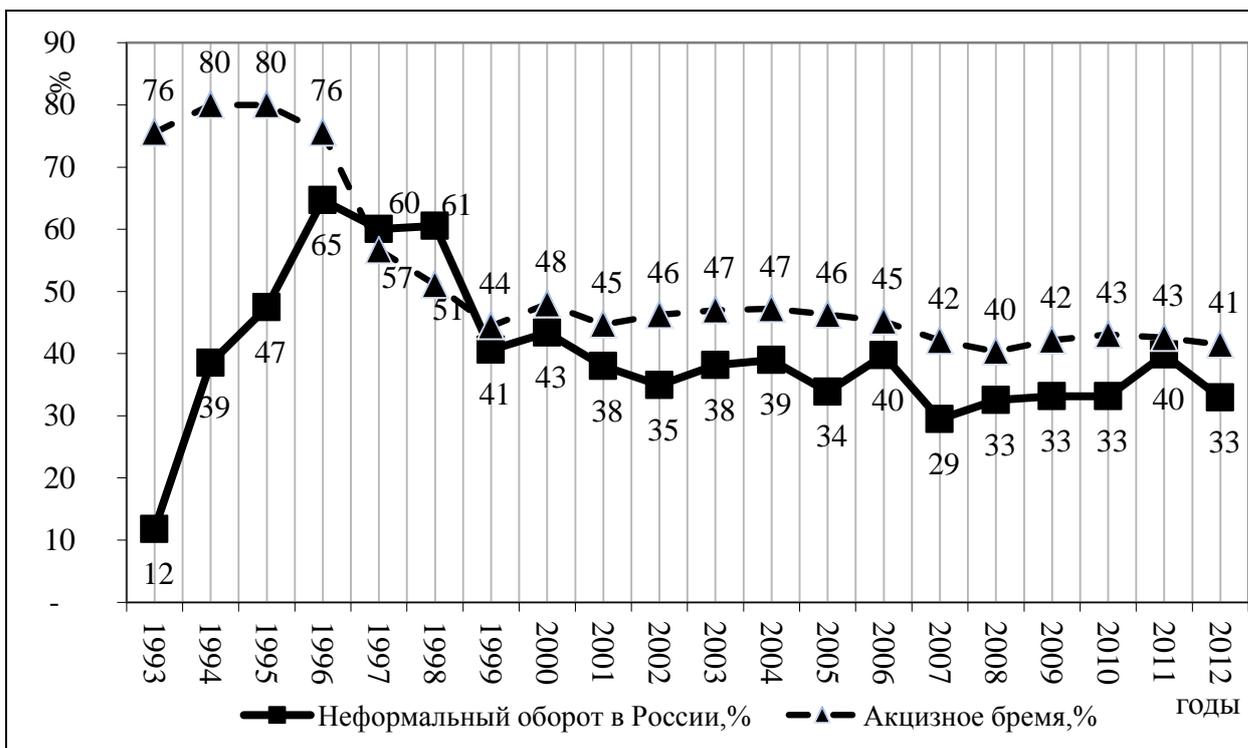


Рис. 15. Динамика изменения акцизной нагрузки и скрытой деятельности в ликероводочной отрасли

Исчисление данного показателя и сравнение его с расчетным уровнем скрытой деятельности за ряд лет, представленное на рисунке, показывает, что тринадцать из девятнадцати лет связь между уровнем акцизной нагрузки и скрытой деятельностью прямая. С 1997 г. отмечается снижение акцизной нагрузки на потребителя - с 76 % в 1996 г. до 44 % в 1999 г., что обусловлено переходом от адвалорных ставок акциза к фиксированным ставкам за единицу безводного этилового спирта, содержащегося в готовой алкогольной продукции. Данная мера привела к сокращению скрытой деятельности соответственно с 67 % до 41 %.

На отечественных рынках аддиктивных товаров акцизное налогообложение не выполняет целевого назначения. Государство не может интернализировать эффект от акцизного налогообложения с целью дальнейшей компенсации обществу негативных последствий потребления. Сохраняются возможности третьим лицам извлекать пользу и выгоду от осуществления нелегальной деятельности, которая не позволяет подавлять иррациональные потребности индивидов.

В соответствии с исследованиями, опирающимися на теорию А. Лаффера, при ставке выше $H_{ст} = 0,368$ начинается падение налоговых сборов³⁵⁹. В последние годы акцизная нагрузка в ликероводочной отрасли составляет 40-45%. Ежегодный рост цены не приводит к расширению предложения, поскольку происходит главным образом вследствие индексации акциза, увеличения дохода государства, а не производителей. Однако, это относится только к легальному рынку, поскольку для изготовителей, не уплачивающих акциз, очередная его индексация дает возможность увеличить доход за счет роста продаж или цены, исходя из поведения легальных производителей, которые вынуждены увеличивать цену на прирост акциза. В результате рост цены вследствие индексации акциза мотивирует нелегальных участников расширять или сохранять предложение.

На рисунке 16 представлена динамика потребления в России алкогольной продукции в целом и крепкой алкогольной продукции в частности с учетом неформальной деятельности с 1992 г. по 2012 г.

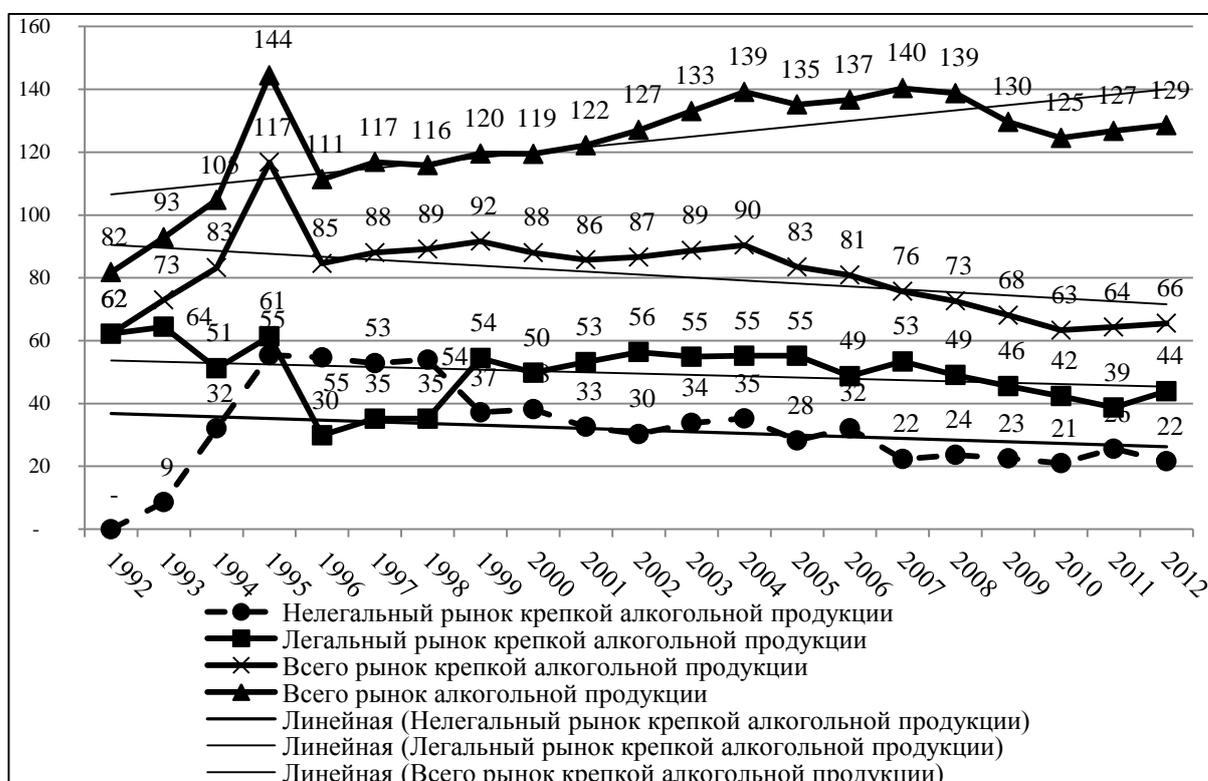


Рис.16. Динамика рынка алкогольной продукции, дкл абс. алк.

³⁵⁹ Экономика : учебник. С. 142–143.

Из его данных следует, что потребление крепкой алкогольной продукции складывается из легально и нелегально произведенных изделий. Последние годы уровень неформальной деятельности превышает 30 % от потребления крепкой алкогольной продукции. В целом потребление крепкой алкогольной продукции снижается за счет сокращения как легального, так и нелегального рынков. Однако в целом потребление алкогольной продукции увеличивается за счет других видов алкогольной продукции.

Таким образом, с увеличением налоговой нагрузки растет цена на крепкую алкогольную продукцию, что приводит к уменьшению ее потребления. Однако, наличие на алкогольном рынке значительного нелегального сектора и других видов алкогольной продукции затрудняет прогнозирование изменения ее потребления в целом населением в результате повышения налоговой нагрузки. Собственная историческая практика позволила установить некоторый относительный предел налоговой нагрузки на потребителей и производителей. При чрезмерной налоговой нагрузке – 50 % и выше (в 1992-1998 гг.) происходит замещение легальной крепкой алкогольной продукции нелегальными изделиями и суррогатами.

Нелегальное предложение алкогольной продукции формируется под воздействием факторов, которые условно можно объединить в две группы:

- факторы спроса (низкая доступность легальной алкогольной продукции для 25 % населения со среднедушевыми денежными доходами до 10000 руб. в месяц; специфическая культура потребления алкогольной продукции в России; практически неограниченный спрос на алкогольную продукцию; ослабление системы социального контроля лиц, злоупотребляющих алкоголем);

- факторы предложения (высокая прибыль при реализации продукции без уплаты косвенных налогов; распространение многозвенных схем ухода от уплаты налогов; организовать нелегальное производство технологически не сложно, при этом оно имеет низкую себестоимость; мощное лоббирование; коррупция и силовые методы разрешения конфликта

интересов; дефицит инвестиционных ресурсов; институционально-правовая нестабильность; наличие избыточных мощностей для производства спирта и готовой алкогольной продукции).

В приложении 28 изложено изменение легального и нелегального рынка крепкой алкогольной продукции. Из его данных видно, что четырнадцать лет из двадцати, зависимость между легальным и нелегальным рынком крепкой алкогольной продукции обратная, т.е. при уменьшении потребления легальной продукции растет потребление нелегальных изделий, и при росте потребления легального крепкого алкоголя снижается спрос на нелегальный алкоголь. Следовательно, крепкие нелегальные изделия являются субститутами легальной алкогольной продукции, что должно учитываться при проведении акцизной политики.

В приложении 29 представлена динамика действующей и эффективной ставки акциза на крепкую алкогольную продукцию.

Расчет эффективной ставки акциза на крепкую алкогольную продукцию (EER_{ab}) осуществлен по формуле:

$$EER_{ab} = \frac{GIF}{RS} * c_{aa}$$

где GIF – валовое поступление акцизов с крепкой алкогольной продукции, руб.; RS – розничная продажа алкогольной продукции, л; c_{aa} – коэффициент перевода в абсолютный алкоголь.

Из приложения видно, что эффективная ставка акциза, т.е. которую способен платить потребитель, в среднем ниже в 2 раза действующей ставки. Следовательно, государство позволяет контролировать около 50 % рынка крепкой алкогольной продукции теневым структурам.

В данных условиях механизм влияния ежегодного повышения ставок акцизов на рост теневой экономики можно описать следующим образом. Рост теневого сектора приводит к сокращению легального, сокращение легального сектора требует от государства увеличить налоги на легальную деятельность, что в свою очередь повышает привлекательность теневого

сектора³⁶⁰. Вовлеченные в нелегальный оборот организации получают конкурентное преимущество перед участниками, уплачивающими все налоги. Одновременно смещению потребления в пользу нелегально произведенного дешевого изделия способствует низкая платежеспособность основной части населения. Следствием этого является нарастание социальной напряженности, низкая эффективность функционирования легальных производителей, недополучение бюджетами значительных финансовых средств.

4.2. Теневой сектор аддиктивных рынков

Исследование экономических и социальных явлений на рынках аддиктивных товаров и услуг, таких как алкогольная продукция, азартные игры, наркотики, неизбежно наталкивает теоретиков на проблему теневой и неформальной деятельности, которые имеют непосредственную взаимосвязь с запретами в этих сферах, приводящих к дефициту или полному отсутствию аддиктивных благ в легальном обороте.

Законы и регулирующие нормы, ограничивающие предпринимательскую деятельность, способствуют развитию аномальной экономической деятельности. Развитие аномальной экономики является, с одной стороны, реакцией на сам факт государственного регулирования, которое невозможно без ограничений. С другой стороны, необоснованные ограничения на дефицитные блага провоцируют их нарушение.

Безусловно, в развитии аномальной экономической деятельности и ее «продуктов» государство не заинтересовано, но их наличие выгодно коррумпированной бюрократии, против которой государственные усилия пока не приносят необходимого результата³⁶¹.

³⁶⁰ Рябушкин Б. Т., Чурилов Э. Ю. Методы оценки теневого и неформального секторов экономики. М. : Финансы и статистика, 2003. С. 12.

³⁶¹ Клямкин И., Тимофеев Л. Теневая Россия. URL: http://www.smb.ru/analitics.html?id=shadow_russia&part=p1#a1 (дата обращения: 24.02.2013).

По мнению Латова Ю.В. набор социально обусловленных запретов, налагаемых на хозяйственную жизнь, т.е. на то, что считать запрещенными товарами и услугами, и на то, что считать запрещенными методами производства обычных товаров и услуг, является фактором развития теневой экономики³⁶².

На основе этапов развития хозяйственной этики легальной экономической деятельности, предложенных Ю.В. Латовым, и собственного исследования изменения социально обусловленных запретов в отечественной истории на алкогольную продукцию, табачные изделия, азартные игры, построена периодизация эволюции общественных представлений об аддиктивных благах (таблица 8).

В отличие от мусульманских канонов, которые утверждают, что пьянство и вера несовместимы³⁶³, православная церковь с момента своего возникновения на Руси приняла традицию производства и потребления крепких алкогольных напитков³⁶⁴, которая долгое время создавала ей финансовый фундамент.

По моральным, социальным, финансовым причинам Иван III отменил многовековую привилегию церкви на производство водки и сделал ее государственной прерогативой.

В отличие от характеристик юридических запретов производства «вредных товаров», выделенных Латовым Ю.В. в новейшее время, на наш взгляд, юридические запреты и ограничения на производство аддиктивных благ возникли ранее – уже в средневековье. В то время как, режимы запрета аддиктивных благ на аргументах морального толка, вытекающие из религиозной идеологии христианства на Руси, в период средневековья еще не сложились, как предполагает Ю.В. Латов.

³⁶² Латов Ю. В. Социальные функции теневой экономики в институциональном развитии постсоветской России : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.03. Тюмень, 2008. С. 26.

³⁶³ История винокурения, продажи питей, акцизной политики Руси и России в археологических находках и документах XI–XIX вв. С. 60.

³⁶⁴ Там же. С. 51.

Эволюция общественных представлений об аддиктивных благах

Этапы развития хозяйственной этики	Запреты и ограничения	Основные исторические вехи
VIII в. до н. э.-V в. н.э. – древний мир: хозяйственная этика политеистических религий.	Отсутствуют.	
Конец V в.-XVI в. – средневековье: хозяйственная этика авраамических мировых религий.	Юридические запреты и ограничения на табачные и алкогольные изделия, азартные игры.	988 г. – крещение Руси. 1474 г. – первая на Руси монополия на производство и продажу спиртных напитков ³⁶⁵ . 1551 г. в сборнике Стоглав наказуемыми признаны пьянство (в т.ч. представителей церкви), участие и присутствие при проведении азартных игр ³⁶⁶ .
XVII в.-1917 г. – новое время: протестантская хозяйственная этика.	Канонические, юридические запреты и ограничения, общественное противостояние потреблению алкоголя, табака, наркотиков.	1634 г. – указ о введении смертной казни за курение табака ³⁶⁷ . 1646 г. – монополия на продажу табака ³⁶⁸ . 1649 г. в Соборном уложении – смертная казнь за курение табака. 1801 г. – указ против азартных игр. 50-е гг. XIX в. – возникновение общественного движения за трезвость. 1909 г. – конференция по проблемам опиума в Шанхае (с участием России). 1914 г. – запрет на производство и продажу алкоголя на время мобилизации.
1918 г.-н.в. – новейшее время: светская «общечеловеческая» хозяйственная этика, фактически отражающая протестантскую этику.	Юридические запреты и ограничения на игорный бизнес, курение табака, производство, реализацию и потребление алкоголя, наркотиков. Общественное противостояние реализации алкоголя, табака, наркотиков.	1917 г. – декрет о запрете производства и продажи водки. 1923 г. – постановление об окончании запрета производства и продажи водки. 1928 г. – постановление о запрете обращения в стране наркотиков. 1985 г. – начало советской антиалкогольной кампании. 1991 г. – отмена государственной монополии, либерализация экономики. 2009 г. – начало реформы ФС Росалкогольрегулирование. 2009 г. – запрет на игорный бизнес. 2013 г. – антитабачный закон.

³⁶⁵ Похлебкин В. В. История водки. С. 200.

³⁶⁶ Слободкин Д. Я. Исторические заметки об азартных играх в России. URL: <http://rarib.ru/news/id/1377> (дата обращения: 30.03.2013).

³⁶⁷ История табака в России. URL: <http://www.mitgaard.ru/library/articles/tobacco-in-russia/> (дата обращения: 30.03.2013).

³⁶⁸ История курения в России. URL: <http://zdorovyi-chelovek.ru/kurenie-i-zdorove/36-istoriya-kureniya-v-rossii.html> (дата обращения: 13.09.2014).

В новое время на Западе огромное влияние на формирование общественного отношения к аддиктивным благам оказала протестантская этика, призывающая к «моральному крестовому походу» против грешных соблазнов, под которыми подразумевались табак, алкоголь, наркотики, проституция и т.п.³⁶⁹ В этот период в отечественной истории нарастает противодействие со стороны церкви курению табака. В 50-е гг. XIX в. широко распространяется общественное движение за трезвость. В европейских странах и США росло антинаркотическое движение и в 1909 г. состоялась конференция по проблемам опиума в Шанхае. Делегаты конференции от США, России, Франции, Австрии, Британии, Китая, Голландии, Персии, Португалии и Сиама, приняли обращение к правительствам мира с призывом запретить и поставить под жёсткий контроль производство, поставки и немедицинское использование опиума.

В новейшее время православные традиции и неформальные запреты и ограничения, к сожалению, не оказывают серьезного воздействия на развитие этики в сфере регулирования, производства, реализации и потребления аддиктивных благ. В условиях атомизации российского общества канонические и неформальные общественные запреты уступают место юридическим формам запретов и ограничений, которые складываются в целостную систему.

Отмена в 1991 г. государственной монополии и либерализация экономической деятельности в сферах аддиктивных благ привели к ослаблению их государственного контроля и созданию предпосылок для получения нелегальными участниками экономических отношений сверхприбыли при уходе от налогообложения.

Только спустя два десятилетия в алкогольной, табачной сферах и игорном бизнесе были приняты адекватные запретительные меры. С 1 июля 2009 г. любая игорная деятельность запрещена, за исключением

³⁶⁹ Berridge Virginia. *Alcool et drogues en Grande-Bretagne: histoire et politique // Drogues: politique et societe / ed by Alain Ehrenberg, Patrick Mignon. Paris, 1992. P. 305.*

букмекерских контор, тотализаторов и лотерей, и деятельности организованной в четырёх специальных игорных зонах³⁷⁰. Указом Президента РФ от 31 декабря 2008 г. № 1883 образована Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка³⁷¹. В 2013 г. был принят антитабачный закон³⁷².

На фоне низкой результативности административных и экономических государственных мер сокращения предложения аддиктивных благ, а также государственных, канонических и общественных мероприятий снижения спроса, получило развитие общественное движение противодействия реализации аддиктивных благ населению. В начале 2013 г. молодежной общественной организацией в 83 российских регионах проведены рейды по выявлению розничных точек реализации пива и пивных напитков с нарушением требований действующего законодательства³⁷³. В ряде случаев общественное противостояние распространению аддиктивных товаров принимает экстремистские формы. Например, группа «молодежный антинаркотический спецназ» устраивает погромы точек продажи наркотических средств³⁷⁴.

Исходя из юридических запретов аддиктивных товаров в России, можно составить следующую их классификацию:

– разрешенные для производства, оборота, реализации и массового потребления аддиктивные товары (энергетические напитки, табачные изделия);

³⁷⁰ Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (с изм. и доп.) (ред. от 16.10.2012) : вступ. в силу с 01.01.2013 // КонсультантПлюс.

³⁷¹ Указ Президента Рос. Федерации от 31.12.2008 № 1883 «Об образовании Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка» // Там же.

³⁷² Федеральный закон Российской Федерации от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» // Некоммерческая интернет-версия КонсультантПлюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=142515;div=LAW;mb=LAW;opt=1;ts=56F642BDD73E484BFA9FAA9291692B60;rnd=0.727324154582683> (дата обращения: 28.04.2013).

³⁷³ Сычев П. «Агенты» в Омске выявили 4 точки незаконно продававших алкоголь. URL: <http://mger2020.ru/nextday/2013/01/23/43688> (дата обращения: 30.03.2013).

³⁷⁴ Самоха С. «Молодежный антинаркотический спецназ» вышел на тропу войны.

– аддитивные товары производство, оборот и реализация которых ограничены и контролируются (алкогольная и спиртосодержащая продукция, лекарственные средства);

– запрещенные для производства, оборота и реализации аддитивные товары (наркотические средства).

На рынках аддитивных товаров особенно отчетливо проявляются, а может быть, зародились и продолжают возникать, многочисленные формы «провалов» рыночной системы, воспроизводство которых осуществляется в теневом секторе.

Исследуя экономические, юридические, социальные проблемы в алкогольной отрасли авторы, как будто бы не могут игнорировать, обойти происходящие в ней теневые процессы и явления. Ханухов Э.Р. говорит о неучтенной продукции и производстве³⁷⁵, о теневом производстве³⁷⁶, Жигунов В.Н.³⁷⁷ – о теневом рынке, Сабуров Н.Ю. – о фальсифицированной подпольной продукции³⁷⁸, Романенко Е.В. – о теневой экономике³⁷⁹, Авагян Э.Ю. – о нелегальном производстве и обороте³⁸⁰, Урумбаева Р.Ю. – о нелегальном производстве и теневом обороте³⁸¹. Однако, авторы применяют данные термины, как устоявшиеся, определенные, не раскрывая, какие правила нарушаются, в каких формах проявляется теневая экономика. *В то время как, «единства в терминах, с помощью которых описывают девиантное поведение на рынке, нет.* В частности, говорится о неформальной, криминальной, теневой, незаконной и фиктивной

³⁷⁵ Ханухов Э. Р. Рынок алкогольной продукции России: векторы и концепция развития М. : Россельхозакадемия, 2004. С. 50, 53.

³⁷⁶ Там же. С. 86.

³⁷⁷ Жигунов В. Н. Расследование уголовных дел, возбуждаемых по материалам оперативной разработки по преступлениям в сфере производства и оборота алкогольной продукции : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.09. Нальчик, 2004. С. 17–54.

³⁷⁸ Сабуров Н. Ю. Формирование и развитие рынка алкогольной продукции в условиях укрепления государственной монополии : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Пермь, 2000. С. 5.

³⁷⁹ Романенко Е. В. Государственное регулирование рынка импортных подакцизных товаров в Российской Федерации и пути его совершенствования (На примере алкогольной продукции) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. М.а, 2000. С.15.

³⁸⁰ Авагян Э. Ю. Инструменты и методы государственного регулирования товарного рынка алкогольной продукции : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Краснодар, 2006. С. 3.

³⁸¹ Урумбаева Р. Ю. Развитие системы регулирования ликероводочной промышленности России : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Саратов, 2009. С. 3, 17.

экономике»³⁸². Отсутствует общепринятое определение теневой экономики³⁸³, разработка методологических основ подхода к определению теневой экономики еще не завершена³⁸⁴.

Следует отметить, что попытки объединения под единым термином видов девиантного экономического поведения немногочисленны. Наиболее часто, авторы применительно к исследуемым объектам, слова нелегальная, неучтенная, неформальная, подпольная, фиктивная, ненаблюдаемая, теневая и т.п. используют машинально, как тождественные, порой неуместно и безотносительно к этимологии, значению терминов. Совокупности данных терминов Т. Шанин предпочитает выражение «эксполярные экономики» или структуры, поскольку, по его мнению, этот термин позволяет привлечь внимание к «реальной и концептуальной территории вне «полюсов и маятника» фундаментальной модели политической экономии...»³⁸⁵. Данный термин описывает явления, экономические принципы которых не соответствуют и намеренно дистанцируются от государственных норм.

Совокупность экономических отношений, которые ведутся с отклонением от установленных законодательством норм вне поля зрения легитимных учетных, регулирующих и контролирующих органов можно назвать аномальными. Аномальность является антонимом нормальности, соответствию норме.

Не будем предпринимать попыток генерировать собственные определения аномальных видов экономической деятельности, тем самым внося дополнительный хаос, а *проведем типологизацию проявлений аномальной экономики, наиболее часто применяемых в экономических исследованиях (таблица 9).*

³⁸² Олейник А. Внелегальная экономика и методы ее анализа // Институциональная экономика : учебник / под общ. ред. А. Олейника. М., 2005. С. 592.

³⁸³ Ерзнкян Б. А., Фролов Д. П. Институциональные «ловушки» теневой экономики // Свет и цвет в экономике и обществе : [монография] / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. С. 136.

³⁸⁴ Попов Ю. Н., Тарасов М. Е. Теневая экономика в системе рыночного хозяйства : учебник. М. : Дело : Экономика, 2005. С. 7.

³⁸⁵ Неформальная экономика. Россия и мир / под ред. Т. Шанина. М. : Логос, 1999. С. 19.

Типология аномальных форм экономической деятельности

Критерий аномальности	Аномальная экономическая деятельность																	
	нелегальная	незаконная	нелегитимная	неучтенная	потерянная	незарегистрированная	неформальная	неофициальная	теневая	внезаконная	серая	черная	криминальная	подпольная	скрытая	вторая	фиктивная	ненаблюдаемая
Запрещенная законом деятельность	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+				+
Деятельность субъектов без соответствующего права	+	+	+				+	+	+	+	+			+				+
Отсутствие или искажение учета				+	+		+	+	+	+	+						+	+
Несоблюдение правил регистрации						+	+	+	+	+				+				+
Несоответствие установленной форме организации экономической деятельности							+	+	+	+	+							+
Удовлетворение деструктивных потребностей									+	+		+	+					+
Уклонение от налогов, взносов, сборов									+	+	+				+	+	+	+
Неправомерные выгоды и льготы (перераспределение)									+	+		+	+				+	+
Уголовное преследование									+	+		+	+					+

Характеристика каждой формы аномальной экономики определяется набором институциональных правил, которые нарушаются институциональными единицами (юридические лица и домашние хозяйства). В зависимости от числа определяющих критериев, аномальную экономическую деятельность можно классифицировать на однокритериальную и многокритериальную.

Для составления типологии аномальных форм экономической деятельности проведен анализ терминов:

1. Нелегальная экономическая деятельность, неучтенная экономика – О.С. Сухарев³⁸⁶. Синонимами нелегальной деятельности являются незаконная, нелегитимная. На наш взгляд, данные термины охватывают как запрещенную законом деятельность, так и деятельность субъектов без получения соответствующего права на ее осуществление.

2. Незаконная деятельность, потерянная экономика – В. Радаев³⁸⁷.

3. Неформальная экономика³⁸⁸.

Неформальную экономику также называют неофициальной.

4. Теневая экономика – О.С. Сухаревым³⁸⁹, Ю.В. Латов³⁹⁰, Б.Т. Рябушкин и Э.Ю. Чурилова³⁹¹. *Теневая экономическая деятельность включает подпольную экономику, скрытое производство, фиктивную экономику.*

5. «Внелегальная (теневая) экономика» – А.Н. Олейник³⁹².

6. Серая и черная экономики – Б.А. Ерзнкян, Д.П. Фролов^{393 394}.

7. Подпольная экономика, скрытое производство («вторая» экономика), фиктивная экономика, ненаблюдаемая экономика – Б.Т. Рябушкин, Э.Ю. Чурилова³⁹⁵.

³⁸⁶ Сухарев О. С. Экономика «теневой» деятельности (проблема «легальности» и «внелегальности») // Свет и цвет в экономике и обществе : [монография] / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. С. 363, 364.

³⁸⁷ Радаев В. Теневая экономика в России: изменение контуров // Pro et contra, 1999. Т. 4, № 1. С. 5–24. С. 6, 7.

³⁸⁸ Постановление Государственного комитета Российской Федерации по статистике от 25 октября 2001 г. № 76 «Об утверждении Методологических положений по измерению занятости в неформальном секторе экономики». URL: <http://docs.cntd.ru/document/901807158> (дата обращения: 01.12.2012).

³⁸⁹ Сухарев О. С. Экономика «теневой» деятельности (проблема «легальности» и «внелегальности»). С. 364.

³⁹⁰ Латов Ю. В. Социальные функции теневой экономики в институциональном развитии постсоветской России : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.03. Тюмень, 2008. С. 17–18.

³⁹¹ Рябушкин Б. Т., Чурилов Э. Ю. Методы оценки теневого и неформального секторов экономики. С. 26.

³⁹² Олейник А. Н. Институциональная экономика. М. : Инфра-М, 2002. С. 161–162.

³⁹³ Ерзнкян Б. А., Фролов Д. П. Институциональные «ловушки» теневой экономики. С. 148.

³⁹⁴ Иншаков О. В., Максимова Т. В., Фролов Д. П. Краткий англо-русский словарь наиболее распространенных свето-цветовых терминов современного общественнознания // Свет и цвет в экономике и обществе : [монография] / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. С. 718, 723.

³⁹⁵ Рябушкин Б. Т., Чурилов Э. Ю. Методы оценки теневого и неформального секторов экономики. С. 53–54.

В отечественной и мировой практике многие виды деятельности в сфере производства и распространения аддиктивных благ подлежат лицензированию. В соответствии с российским законодательством лицензируются: производство, оборот и розничная реализация этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, производство лекарственных средств, оборот наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, культивирование наркосодержащих растений, деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах³⁹⁶.

Ненаблюдаемая экономика включает часть легальной неформальной экономики, которая по разным причинам не является объектом системной регистрации со стороны официальных статистических органов и все теневую экономическую деятельность.

Установлено, что теневая экономическая деятельность включает подпольную экономику, скрытое производство, фиктивную экономику, характеризуется совокупностью критериев неофициальной, черной и фиктивной экономики.

Показатели и факторы аномальной экономической деятельности на рынках аддиктивных товаров

Показатели ненаблюдаемой экономики на рынках аддиктивных товаров включают:

1. Показатели неучтенной экономической деятельности из-за несовершенства статистического наблюдения (производство пива минипивоварнями ресторанного назначения, распространение табачных смесей собственного изготовления для кальянов).

2. Показатели неформальной деятельности:

³⁹⁶ Федеральный закон Российской Федерации от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 04.03.2013) // КонсультантПлюс : Некоммер. интернет-версия. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=142935> (дата обращения: 13.04.2013).

– деятельность некorporированных предприятий, работающих для собственных нужд (изготовление натурального плодового или виноградного вина из собственного сырья и пр.);

– деятельность некorporированных предприятий с неформальной занятостью (вторичной занятостью);

– деятельность домашних хозяйств (самогоноварение, приготовление «домашнего» вина, пива, настоек, выращивание табака и т.п., как для собственного потребления, так и обмена, использования в качестве натуральной оплаты труда).

3. Показатели теневой экономической деятельности:

– деятельность, скрываемая производителями, дистрибьюторами энергетических напитков, алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий в целях уклонения от уплаты налогов (скрытая или вторая экономика), при совершении внешнеторговых операций в целях возмещения косвенных налогов (фиктивная экономика);

– производство алкогольной и спиртосодержащей продукции (также оборот, хранение, розничная реализация и пр.), наркотических лекарственных средств без лицензии (подпольная экономика);

– производство, оборот, хранение и розничная реализация алкогольной и спиртосодержащей продукции без маркировки, маркированной поддельными федеральными специальными и акцизными марками, по фиктивным документам, подтверждающим легальность оборота продукции, с поддельными печатями и штампами и пр. (подпольная, фиктивная экономика);

– производство энергетических напитков, алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий с использованием поддельного товарного знака;

– нарушение порядка учета, условий, предусмотренных специальным разрешением (лицензией), сроков представления декларации и искажение

данных об объемах производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции;

– производство и распространение наркотиков (черная, криминальная экономика).

Институциональные факторы «теневого экономики» рассмотрены Э. де Сото³⁹⁷. Однако, недостаточно внимания уделено изучению перераспределения капитала между легальным и нелегальными секторами экономики.

Теневая экономика в России заняла такие позиции, что меры государственного воздействия оказываются неэффективными. Теневая деятельность ведется параллельно на многих предприятиях, где построен и оперативно ведется ее управленческий учет. Капитал размывается и перетекает между легальным и нелегальным сектором.

Факторы развития теневой и неформальной экономики на рынках аддиктивных товаров можно сгруппировать следующим образом:

1. Экономические: отсутствие или дефицит товаров на легальных рынках; простота организации подпольного производства и низкая себестоимость товаров; быстрый оборот продукции и значительная прибыль; налоговая политика государства; высокие издержки следования правовым нормам; широкомасштабное и системное развитие в экономике и обществе в целом бюрократии, коррупционных отношений.

2. Социально-политические: низкая покупательная способность населения и нерешенность многочисленных социальных проблем; наличие и масштабы безработицы; недостаточный авторитет государственной власти среди населения; нарушение социальных обязательств со стороны государства; отсутствие конкуренции при формировании органов государственной власти; господствующие в обществе социально-психологические ориентиры.

³⁹⁷ Сото Э. де. Иной путь : Невидимая революция в третьем мире : Исследование нелегальной экономики в Перу / пер. с англ. Б. Пинскер ; авт. введения М. В. Льюса. М. : Catallaxy, 1995. URL: <http://www.libertarium.ru/way> (дата обращения: 22.01.2012).

2. Правовые: ограничения и запреты на обращение благ; установленные законодательством барьеры для доступа на рынок; несовершенство законодательства; невысокая эффективность деятельности правоохранительных структур по пресечению незаконной и криминальной экономической деятельности; несовершенство государственных инструментов координации усилий по борьбе с экономическими преступлениями.

Факторами институциональной природы являются: высокие косвенные налоги и издержки соблюдения правовых норм, лоббирование, коррупция, бюрократия, организованная преступность.

Аддиктивные товары являются не только объектом неформальной и теневой экономики на соответствующих рынках, но и собственно их потребление провоцирует незаконные действия, как правило, близоруких индивидов, испытывающих интоксикацию, либо пребывающих в состоянии поиска средств на очередную дозу психоактивного вещества для преодоления абстинентного синдрома.

В таблице 10 представлена динамика преступлений совершенных в состоянии алкогольного, наркотического и токсического опьянения.

Таблица 10

Количество преступлений, совершенных в состоянии интоксикации аддиктивными товарами

Наименование показателя	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Всего преступлений в состоянии опьянения, тыс. единиц	244,9	228,7	252,3	282,4	340,8
в том числе:					
алкогольного опьянения	231,8	214,4	237,3	263,3	314,8
наркотического опьянения	12,8	14,1	14,8	18,9	25,8
токсического опьянения	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3
Количество зарегистрированных преступлений, тыс. единиц	1700,6	1 507,9	1 371,2	1 255,4	1 052,9
Удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве преступлений, %	14	15	18	22	32

Из ее данных следует, что число преступлений, совершенных в состоянии опьянения увеличивается на фоне снижения общего количества зарегистрированных преступлений. Если в 2008 г. удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве преступлений составил 14 %, то в 2012 г. 32 %.

Для адекватного понимания теневой экономики большое значение имеет теория институциональных ловушек, развитая В. Полтеровичем³⁹⁸.

Применительно к теневой экономике на рынках энергетических напитков, алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, наркотических лекарственных средств речь идет о предпочтении хозяйствующими субъектами неформальных норм формальным правилам. В результате возникает теневое институциональное равновесие – компромисс интересов институциональных единиц в отношении официального и неформального институционального механизма. Производство и распространение наркотиков осуществляется исключительно неформальными институциональными единицами с использованием теневых норм и моделей поведения.

В приложении 30 представлен расчет эффективной ставки акциза на крепкую алкогольную продукцию, величина которой позволяет оценить уровень легальности рынка.

Сравнение розничной продажи населению с объемом учтенного рынка (производство, скорректированное на экспорт и импорт), полученного по данным официальной отчетности, позволяет оценить теневой рынок, который в 2008-2012 гг. составляет 30-39 % потребления. В свою очередь часть регистрируемого производства (производство с учетом экспортно-импортных операций) также осуществляется без уплаты акцизов, удельный вес которой 14-26 % от учтенного объема. В итоге в розничной торговле реализуется в среднем 46-56 % крепкой алкогольной продукции, с которой не

³⁹⁸ Полтерович В. М. Предисловие редактора // Попов Е. В., Лесных В. В. Институциональные ловушки Полтеровича и транзакционные издержки / под ред. В. М. Полтеровича. Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2006. С. 7.

уплачены акцизы. Исходя из уровня ставки 2012 г. из-за теневого сектора бюджет страны недополучил около 87 млрд. руб. акцизов.

Сравнение эффективной ставки с действующей ставкой акциза необходимо рассматривать не как показатель результативности фискальной политики, а прежде всего, как отражение эффективности использования данного основного инструмента государством для преодоления квазипотребностей. Если эффективная ставка ниже действующей ставки, то значит, государство позволяет посторонним (третьим) лицам извлекать пользу и выгоду в ущерб обществу.

Счетная палата РФ, исходя из сопоставления статистических данных Федеральной налоговой службы и Росстата, долю нелегального рынка оценивает в разные годы в размере от 40 до 50 % общего объема производства и алкогольной продукции³⁹⁹.

По данным Федеральной службы государственной статистики объем розничной реализации водки в 2011 г. на 36,5% превысил легальный объем производства. Но в Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка эти данные считают некорректными. По их мнению, доля нелегальной водки в рознице за 2011 г. составляет 23%⁴⁰⁰. Принижения и преувеличения оценок аналитиков и разработчиков представляет собой оценочно-прогнозную «ловушку»⁴⁰¹.

Неэффективное устойчивое равновесие статусных интересов наблюдателей и наблюдаемых в теневом секторе хозяйства отражает мониторинговая «ловушка». Так, российские силовые структуры вносят существенный вклад в воспроизводство теневой экономики, отстаивая свои

³⁹⁹ Пансков В. Г. Проблемы развития налоговой базы по сбору акцизов на спирт и ликероводочную продукцию и пути совершенствования государственного регулирования производства и оборота алкогольной продукции // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. 2001. № 1 (37) ; Горегляд В. П. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка эффективности использования федеральной собственности, переданной федеральному государственному унитарному предприятию “Росспиртпром”, за 2005–2006 гг.».

⁴⁰⁰ О контрафактном алкоголе Росалкоголь поспорил с Росстатом // Алкоголь.Су – информационный алкогольный портал. URL: http://alcohol.su/page.php?al=o_kontrafaktnom_alkogole (дата обращения: 04.06.2012).

⁴⁰¹ Фролов Д. Анализ теневой экономики: институциональный подход // Экономист. 2008. № 9. С. 65–71. С. 66.

интересы. В частности, у большинства подразделений по борьбе с незаконным оборотом наркотиков имеется достаточная информация обо всех «точках» распространения и основных каналах поставок, а также базы данных членов преступных сетей и агентов. Однако в их отношении предпринимаются лишь точечные, локальные, периодические мероприятия, поскольку в случае системной ликвидации преступного сообщества будет ликвидирован их отдел, так как в течение года ему нечем будет заниматься и соответственно нечем отчитываться.

В алкогольной отрасли наряду с феноменом ведения подпольной деятельности скрытой от официального учета и статистики незарегистрированными субъектами получил широкое распространение симбиоз официальной и скрытой деятельности в официально зарегистрированных хозяйствующих субъектах.

На соотношение официальной и скрытой деятельности на предприятии влияют факторы, представленные на рисунке 17.

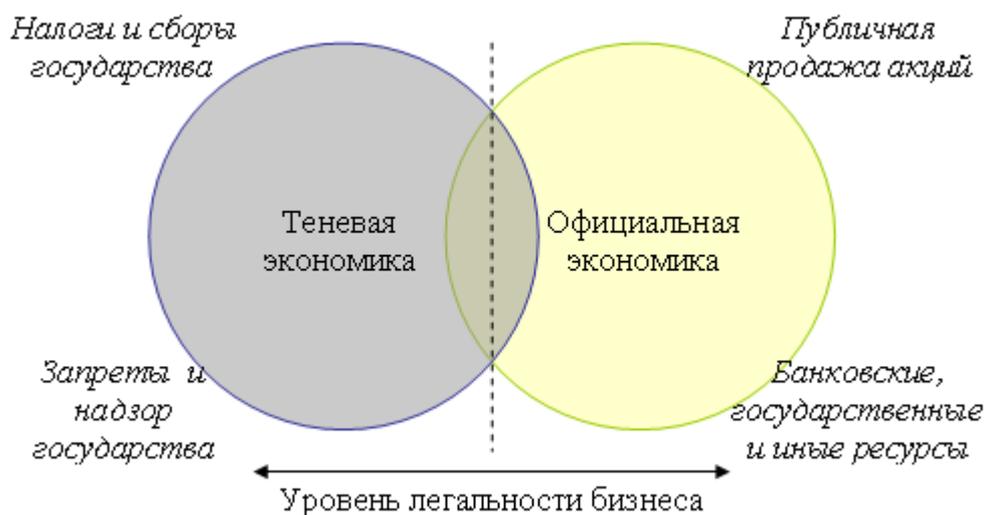


Рис. 17. Факторы соотношения официальной и скрытой на предприятиях алкогольной отрасли

Условия обмена между участниками незаконного производства, оборота и реализации регулируются неявными (неформальными), имплицитными контрактами. Целью участников имплицитных контрактов является максимизация прибыли и извлечение сверхдохода. Для сохранения

позиций на рынке субъекты хозяйствования используют такие методы, как лоббизм, рейдерство, двойная бухгалтерия, агентурное получение информации, перераспределение доходов и активов от государственных производителей в пользу частных оптовых и розничных сбытовых организаций, силовое разрешение конфликта интересов, манипулирование ценами, фиктивные сделки. Преследование эгоистического интереса регулируется неформальными гарантами сделки, в качестве которых могут выступать альтернативные государственным структурам институты: мафия, коррупция, «политические предприниматели» и др.⁴⁰²

Структура рынка крепкой алкогольной продукции России, сформированная, исходя из проведенной оценки, выглядит следующим образом – приложение 31.

Легальная деятельность ведется лицензированными хозяйствующими субъектами с целью получения прибыли. Ее доля в регистрируемой розничной продаже составляет 50 % в 2008 г. и 54 % в 2012 г.

Следует отметить, что легально ведется также деятельность без лицензии домохозяйствами для собственного потребления. Она не регистрируется и соответственно отсутствует статистика объемов изготовления. Ее следует отнести к неформальной экономике. По некоторым оценкам, объем домашнего самогонварения составляет около 30 млн дкл в год⁴⁰³.

В регистрируемой розничной продаже водки и ЛВИ не учитывается потребление лекарственных настоек, продаваемых в аптеках. По оценкам экспертов ежегодно потребляется до 20 млн дкл этих препаратов⁴⁰⁴.

Доля скрытой деятельности, которая ведется без лицензии, в регистрируемой розничной продаже составляет 31 % в 2008 г. и 32 % в

⁴⁰² Лебедева Н. Н. Новая институциональная экономическая теория : Лекции, тесты, задания. С. 124.

⁴⁰³ Какой алкогольный рынок регулирует сегодня Федеральная служба? Парадоксы экспертной статистики. ЦИФРРА. URL: <http://www.alconews.ru/cifra/document8396.php> (дата обращения: 09.12.2012).

⁴⁰⁴ Третья алкогольная реформа. URL: http://alcohole.clan.su/news/tretja_alkogolnaja_reforma_21_veka/2011-08-02-776 (дата обращения: 08.12.2013).

2012 г. Исходя из уровня ставки 2012 г. из-за подпольного производства бюджет страны в 2012 г. недополучил около 61,1 млрд. руб. акцизов.

В.М. Прошин выделил модели, описал способы незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции в соответствии с этапами формирования механизма совершенного преступления⁴⁰⁵. По его мнению, важной составляющей криминалистической характеристики незаконного предпринимательства является степень организованности лиц, вовлеченных в незаконную деятельность.

Рынки аддиктивных благ являются наиболее привлекательными для организованной преступности, поскольку обеспечивают их запрещенными законом или остродефицитными товарами и услугами с устойчивым и высоким спросом.

Организатор, как правило, знаком с представителями местной власти и правоохранительных органов, что дает группе возможность действовать под прикрытием⁴⁰⁶.

Стремление минимизировать транзакционные издержки ведет к образованию криминальных «органов власти» и к сплочению преступников в «организованные группы». Эти группы обеспечивают защиту имплицитных соглашений внутри преступного мира и соглашения преступников с силами правопорядка.

Организованный преступный бизнес на рынках аддиктивных товаров представляет собой сеть стабильно организованных фирм.

⁴⁰⁵ Прошин В. М. Методика расследования незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции. М. : Юрлитинформ, 2008. С. 19–40.

⁴⁰⁶ Статистические данные содержатся в отчетах. См., например: О состоянии правопорядка и мерах по борьбе с преступностью в Орловской области : отчет ГУВД. Орел, 2004 ; О состоянии борьбы с незаконным оборотом спирта и спиртосодержащей продукции в г. Челябинск за 1999–2002 гг. : отчет УВД. Челябинск, 2003 ; О состоянии борьбы с незаконным оборотом алкогольной и спиртосодержащей продукции в г. Москва за 2003–2005 гг. : отчет СУ при ГУВД г. Москва. М., 2005 ; «Ненаблюдаемая экономика». Попытки количественных изменений / под ред. А. Е. Сурикова. М. : Финстатинформ, 2002. С. 87.

Экономика современной организованной преступности основана на сочетании разных видов бизнеса – криминального и легального.

Важным аспектом организованной преступности на рынках аддиктивных товаров является вопрос о степени ее общественной опасности.

Американский экономист-криминолог Т. Шеллинг отмечал, что «некоторые цели организованной преступности совпадают с целями общества – это минимизация междоусобных банд и всех насильственных побочных последствий преступлений, даже избегание согласно договоренности определенных видов преступлений. ... Возможно даже, нам необходимо, чтобы некоторые виды преступности были бы более организованными, чем сейчас»⁴⁰⁷.

Организованную преступность можно рассматривать как монопольное предприятие. Экономика организованной преступности олигополистична по форме и монополистична по существу. Монополия в производстве обычных товаров и услуг социально неэффективна, поскольку сокращает предложение. Но «если монополия в предложении «хороших» товаров социально нежелательна, монополия в предложении «плохих» товаров может быть социально желательной». Следовательно, «монопольная организация (преступности) социально предпочтительнее конкурентной организации, так как сокращает общий выпуск (преступлений)⁴⁰⁸».

Для рынков аддиктивных товаров применимо стандартное сравнение моделей конкурентного и монополизированного рынков: монополизация ведет к росту цен при сокращении объема продаж аддиктивных товаров, что является позитивным для общества результатом.

Таким образом, для рынков аддиктивных товаров конкуренция отрицательна и в официальном и в теневом секторе. Своекорыстный интерес в производстве и распространении аддиктивных благ следует направлять в социально желательное русло, создавая инструменты для их

⁴⁰⁷ Schelling T. C. Economic Analysis and Organized Crime // U. S. The President's Commission on Law Enforcement and Administration of Justice. Task Force Report : Organized Crime. Annotations and Consultants Paper. Washington, 1967. P. 122.

⁴⁰⁸ Buchanan J. M. A Defence of Organized Crime? P. 395.

регламентации. Свободу вхождения в бизнес и конкуренцию в официальном и в теневом секторе следует ограничивать. При этом, как ни парадоксально, но интересы общества совпадают с интересами преступных организаций, претендующих на монополию в теневом бизнесе, с интересами коррумпированных чиновников, лоббирующих избранные организации. Исходя из данных предпосылок, такие формы «провалов» рыночной системы, направленные на монополизацию деятельности в сфере аддиктивных благ, как протекционистские усилия региональных властей, бюрократические барьеры при лицензировании деятельности, создание преференций для государственных предприятий, «крышевание» государственными структурами организованной преступности ведут к росту цен при сокращении объемов продаж, что является позитивным для общества результатом. В условиях существования теневой экономики цель государственной политики на аддиктивных рынках заключается не в искоренении уровня организованной преступности, а в сдерживании ее на оптимальном уровне.

Скрытая деятельность на алкогольном рынке ведется лицензированными организациями, регистрируется органами статистики, но не показывается налоговым органам с целью получения дополнительного дохода в связи с уклонением от уплаты налогов. Ее доля в регистрируемой розничной продаже составляет 19 % в 2008 г. и 14 % в 2012 г. Исходя из уровня ставки 2012 г. из-за скрытой деятельности бюджет страны в 2012 г. недополучил 25,9 млрд. руб. акцизов.

В 2005 г. Президент России В.В. Путин на заседании Госсовета высказал мнение, что существующая система контроля алкогольной продукции не работает, так как слишком коррумпирована⁴⁰⁹.

Введение в 2001 г. системы акцизных складов позволило только на три года несколько улучшить ситуацию на рынке официально-теневой

⁴⁰⁹ Игнатова Е. Заспиртованная монополия // «Business Guide (Ликероводочная промышленность)»: прил. 2007. 17 апр. (№ 64 (3640)). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/757717> (дата обращения: 13.12.2012).

алкогольной продукции – уровень скрытой деятельности с 20 % в 2000 г. сократился до 14-15 % в 2001-2003 гг., а в 2004 г. – увеличился до 25 %.

В 2006 г. вместо акцизных складов и аккредитованных организаций с целью легализации алкогольного рынка введена единая государственная автоматизированная информационная система (ЕГАИС). В 2007-2008 гг. доля легального рынка увеличилась соответственно до 53 % и 50 %, с 42 % в 2006 г. Однако, в 2009 г. доля легального рынка вновь снизилась до 44 %.

С 2009 г. на алкогольном рынке государственные интересы представляет созданная Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. Служба в короткие сроки организовала на алкогольном рынке столь широкомасштабное регулирование и тотальный контроль, которого не было в современной России.

В период работы Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка в 2010, 2011 и 2012 гг. соответственно, доля легального рынка составила 47 %, 46 % и 54 %, доля скрытой деятельности 34 %, 25 % и 23 %. Для сравнения в годы работы Федеральной налоговой службы в 2007, 2008 гг. соответственно, доля легального рынка составила 53 % и 50 %, доля скрытой деятельности 19 %.

Сложившиеся экстремально высокие человеческие и социально-экономические потери от злоупотребления алкоголем в значительной степени обусловлены агрессивными действиями алкогольного лобби, продиктованными стремлением к сверхприбыли. Началось проявление расхождения интересов различных сегментов алкогольного бизнеса, в первую очередь – крепкого алкоголя, представленного в основном отечественными производителями, с одной стороны, и иностранных компаний, производящих пиво и алкогольные коктейли – с другой, обострение конкуренции между ними в сфере общественных отношений и лоббирования правительственных решений.

Усложнение правил экономической деятельности, чрезмерная бюрократизация в алкогольной отрасли являются истоками коррупции в

органах исполнительной и законодательной власти федерального и регионального уровней. Модель функционирования современного алкогольного бизнеса в России создает спрос на услуги коррупционеров, что приводит к повышению привлекательности данного рода деятельности и росту численности коррумпированных чиновников. В свою очередь коррумпированные чиновники увеличивают издержки для предприятий легального сектора, ставя их в условия, когда они вынуждены способствовать развитию теневой экономики и коррупции. Коррупционные отношения в алкогольной отрасли стали широкомасштабным системным явлением.

Направления деактивации теневой экономики основаны на разрушении коррупционных связей, что приведет к снижению стоимости ведения легального предпринимательства и повлияет на повышение стоимости функционирования в теневом секторе.

Важнейшим антикоррупционным фактором должна стать этика. Для большинства людей этическое поведение есть нормальное естественное поведение. Согласно целому ряду исследований, этическое поведение характерно для большинства людей на уровне инстинкта⁴¹⁰. Поэтому коррупция есть поведение, приобретенное в результате обучения, а не поведение, вызываемое инстинктом, что должно учитываться при выработке мер противодействия коррупции.

Модель хозяйственной деятельности отдельных субъектов на алкогольном рынке в условиях правовой неэффективности, порожденной базисными институтами, не укладывается в закреплённые законом рамки ведения бизнеса, и соответствует представлениям О.С. Сухарева⁴¹¹. Опираясь на созданную коррупционными связями асимметрию информации, негласно государственные контролирующие структуры используются в хозяйственной деятельности «неправоверных субъектов» для защиты их интересов,

⁴¹⁰ Бассет Ч. Этика и коррупция URL: formulaprava.ru (дата обращения: 15.12.2012).

⁴¹¹ Сухарев О. С. Экономика «теневой» деятельности (проблема «легальности» и «внезаконности»). С. 356.

уменьшения риска разоблачения и наказания. В результате все контрольные действия государственных органов сосредоточены на деятельности «правоверных субъектов», увеличивая их транзакционные издержки и создавая конкурентные преимущества для «неправоверных субъектов».

«Неправоверные субъекты» под защитой государственных контролирующих структур являясь бенефициарами социально-экономических реформ, эффективно функционируют до тех пор, пока не наступают перемены в самих государственных структурах – передача государственных функций другому ведомству, смена руководства самой государственной структуры, реформирование системы регулирования объекта и др., что *периодично происходит в алкогольной отрасли.*

Политика государства в сфере производства, оборота и потребления аддиктивных товаров должна иметь в качестве основного приоритета защиту национальных интересов, жизни и здоровья граждан, а не защиту и продвижение частных интересов бизнеса.

Мировой опыт показывает, что в общественных интересах Министерство здравоохранения России должно стать лидирующим регулятором производства и потребления аддиктивных товаров.

В настоящее время, несмотря на национальную угрозу, аддиктивных товаров в первую очередь для демографии, Министерство здравоохранения России фактически не включено в число регуляторов. Ему оставлено участие в разработке программ здорового образа жизни с крайне ограниченным бюджетом, не подкрепленным экономическими и административными рычагами.

4.3. Методический подход к оценке эффективности государственного регулирования алкогольного рынка

Элементы управленческого воздействия государства на сферу аддиктивных благ должны быть ориентированы на достижение максимально

возможной социально-экономической эффективности функционирования субъектов. В связи с этим представляется обоснованным определение степени результативности управления через оценку эффективности деятельности объектов управления.

В алкогольной отрасли эффективность функционирования – параметр, наиболее сложный с точки зрения его оценки. Поскольку, по сравнению с другими отраслями пищевой промышленности, в сфере производства и оборота алкогольной продукции наиболее сильно переплетены социальные и экономические интересы государства, производителей и потребителей, что предопределяет многоуровневое проявление эффективности.

В триумвирате «государство-предприятие-потребитель» первому принадлежит особая роль в обеспечении социально-экономической эффективности функционирования алкогольной отрасли. Используя экономические и административные инструменты регулирования, государство способно стимулировать, либо дестимулировать работу промышленности, активно, либо пассивно влиять на структуру и уровень потребления алкоголя населением.

Государство при выборе инструментов воздействия на социальные и экономические отношения в данной сфере должно осуществлять мониторинг и прогноз изменения показателей социально-экономической эффективности функционирования отрасли.

Генезис экономической категории «эффективность» в отечественной науке охватил пять исторических периода (рисунок 18), отразивших: придание слову естественного языка «эффективность» специального экономического содержания (1840-1920 гг.); формирование содержательных элементов понятия «эффективность» в ходе появления позитивных идей во время содержательной и многоаспектной полемики о выборе между многоукладной системой НЭПа и строем государственного социализма (1920-1930 гг.); снижение внимания исследователей к вопросу эффективности в период мобилизации плановой социалистической

экономики (1930-1960 гг.); «категоризация» понятия «эффективность» в связи со снижением способности централизованной плановой системы результативно управлять производственными мощностями, необходимостью заинтересовать предприятия принимать напряженные плановые задания и повышать эффективность в рамках планов (1960-1990 гг.); трансформация определения, реверсирование критериев, поиск новых показателей, методик оценки и другие преобразования экономической категории «эффективность», обусловленные переходом отечественной экономики от административно-командной системы к рыночным отношениям (1990-2000-е гг.).

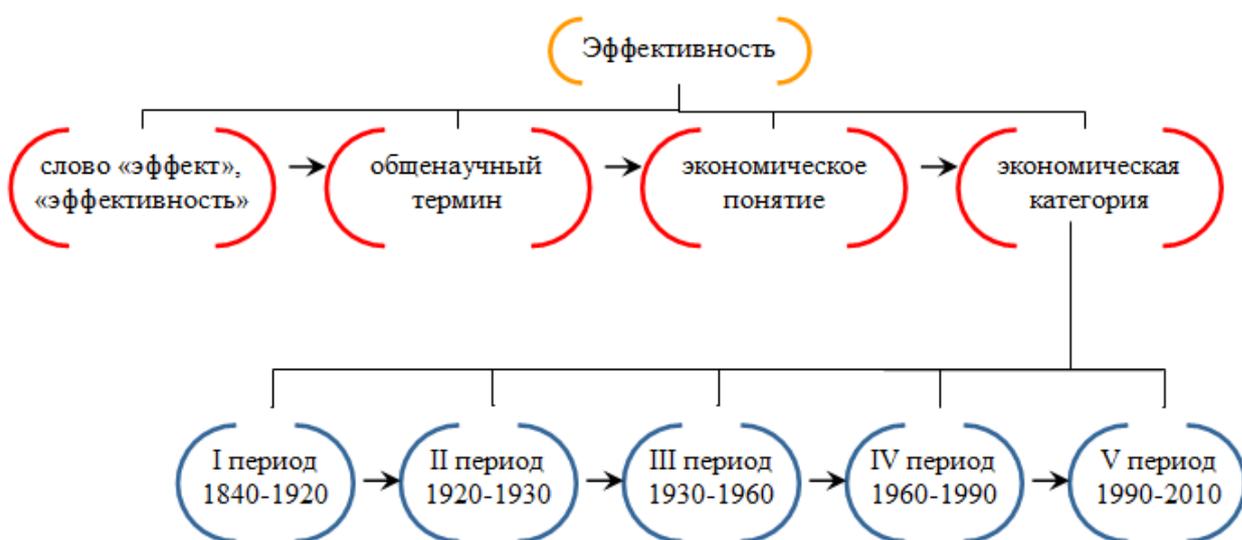


Рис. 18. Генезис экономической категории «эффективность»

В условиях формирования в России современной общественно-экономической системы следует наполнить эффективность специфическим данному этапу социально-экономическим содержанием. Требуется трансформация понятия и критериев эффективности, разработка показателей и методик количественной оценки, исследование факторов эффективности, разработка механизма повышения социально-экономической эффективности хозяйствования.

Необходимо создать многофакторную модель эффективности хозяйствования, характеризующуюся обоснованным актуальным

использованием и стратегической обеспеченностью дифференцирующих и интегрирующих производственных факторов.

Становится важным учитывать не только экономические, но и социальные результаты, не только позитивные, но и отрицательные экстерналии хозяйствования и потребления с широким диапазоном эффективности, включая неэффективность и отрицательную эффективность. Оценка эффективности не может быть однозначной для субъектов различных уровней – государства, бизнеса, работников, потребителей (рис. 19).

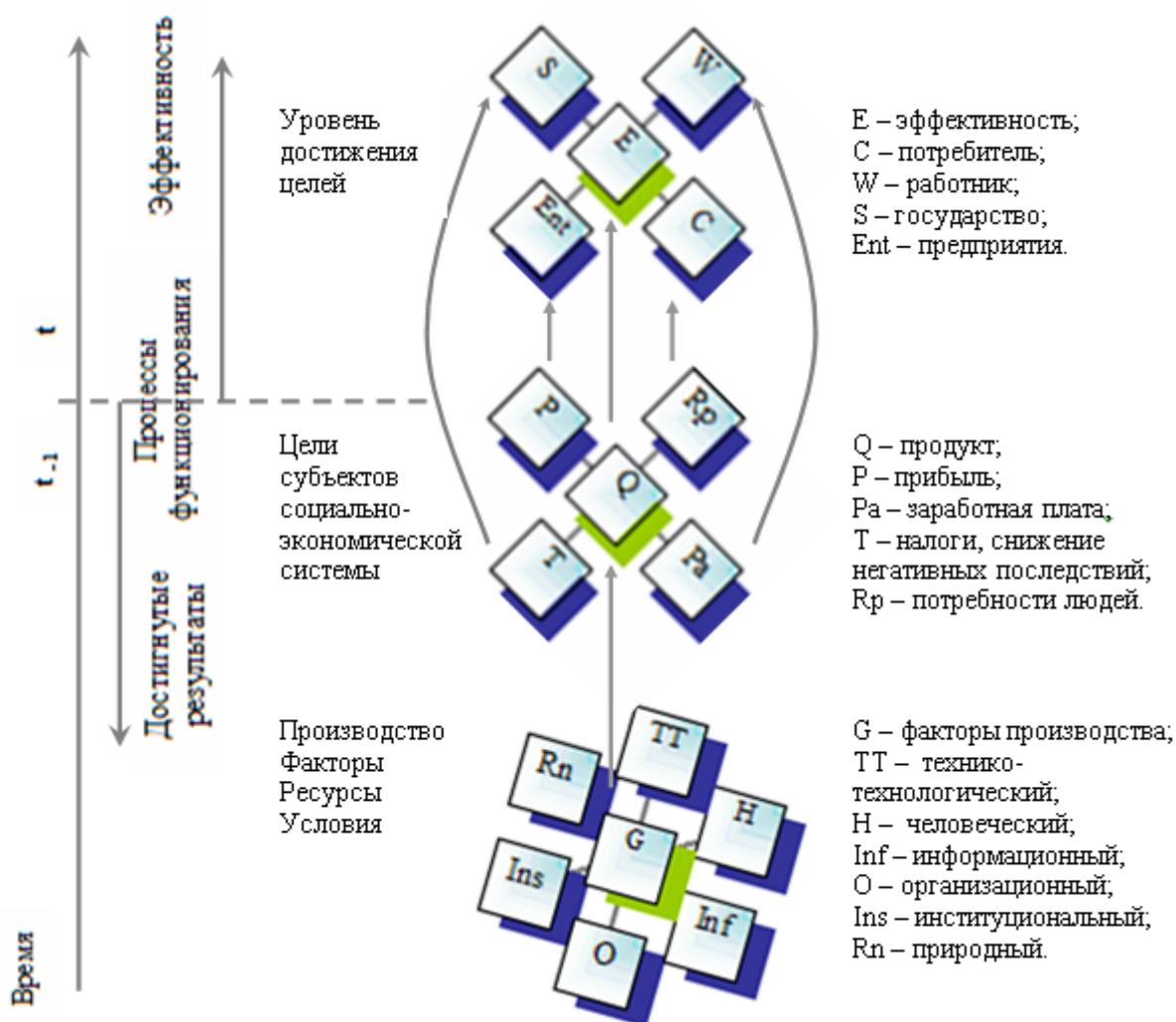


Рис. 19. Схема временной локализации эффективности в процессе воспроизводства продукта в социально-экономической системе

Социально-экономическая эффективность в сфере аддитивных благ должна выражаться не только в экономических, но и в социальных,

экологических, политических и других показателях. Поддержание экономического и социального равновесия в подобной системе и ее рост зависят от государственного регулирования, критерием которого должно быть сочетание экономической эффективности и социальной справедливости.

В отраслях аддитивных товаров оценка эффективности требует согласования социальных и экономических интересов трех групп – государства, предприятий, потребителей, что предопределяет многоуровневое проявление эффективности.

Проблема измерения эффективности экономических систем сложна и на сегодняшний день экономической наукой не предложено единого способа ее разрешения. В связи с этим, оценка эффективности отраслей аддитивных товаров требует разработки и применения специального комплекса показателей, а также обобщенного (агрегированного) показателя.

До настоящего времени отсутствует методика оценки результативности деятельности Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка⁴¹².

Представляется актуальной разработка методики оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования алкогольного рынка с учетом «институционального паритета», которая позволит совершенствовать систему государственного управления ею, проводить мониторинг изменения рынка аддитивного товара и вносить коррективы в его регулирование.

На сегодняшний день экономическая наука не предложила универсального способа измерения эффективности. Продолжаются споры: о количестве показателей эффективности – может ли критерий эффективности быть выражен единым показателем или для этого нужна система показателей; о статусе различных показателей эффективности, – какие

⁴¹² В п. 10.2.4. Положения о Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка определено, что руководитель Росалкогольрегулирования вносит в Правительство Российской Федерации «проект ежегодного плана и прогнозные показатели деятельности Службы, а также отчет об их исполнении».

показатели в системе оценки являются ключевыми – финансовые или нефинансовые.

Большинство авторов, разрабатывавших методологию и практический инструментарий оценки эффективности экономики на макро- и микроуровнях придерживаются точки зрения, что должен быть один обобщающий показатель, дополняемый факториальными и локальными показателями, отражающими функционирование взаимосвязанных элементов и факторов производства и сбыта: А.Д. Шафронов⁴¹³, В.А. Кейлер⁴¹⁴, П.В. Лещиловский, Л.Ф. Догиль, В.С. Тонкович⁴¹⁵, Н.О. Быстрицкая⁴¹⁶, О.С. Сухарев⁴¹⁷, Ю.Г. Леонова⁴¹⁸, А.М. Казиханов⁴¹⁹, И.А. Минаков⁴²⁰ и др.

К сторонникам единого показателя принадлежат отечественные исследователи: Т.С. Хачатуров⁴²¹, М.С. Кунявский⁴²², М.А. Медведев⁴²³, А.Н. Ноткин⁴²⁴, Б.П. Плышевский⁴²⁵, В.Н. Самочкин⁴²⁶ и др.

В российских компаниях набирают популярность методики измерения эффективности, включающие финансовые и нефинансовые показатели, опирающиеся на систему сбалансированных показателей Д. Нортон и

⁴¹³ Шафронов А. Новый подход к эффективности производства // Экономист. 2003. № 4. С. 82.

⁴¹⁴ Кейлер В. А. Экономика предприятия : курс лекций. М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : НГАЭиУ. Сиб. соглашение», 2000. С. 101.

⁴¹⁵ Экономика предприятий и отраслей АПК : учебник / под ред. П. В. Лещиловского, Л. Ф. Догиля, В. С. Тонковича. Минск : Изд-во БГЭУ, 2001. С. 242.

⁴¹⁶ Быстрицкая Н. О. О сущности и оценке экономической эффективности общественного производства // Экономические науки. 1971. № 6. С. 12–20.

⁴¹⁷ Сухарев О. Виды эффективности в экономике: современная трактовка // Инвестиции в России. 2009. № 1. С. 17–23.

⁴¹⁸ Леонова Ю. Г. Оценка экономической эффективности оптового торгового предприятия на основе удовлетворенности потребителей // Экономический анализ: теория и практика. 2004. № 1. С. 69–76.

⁴¹⁹ Казиханов А. М. Повышение экономической эффективности функционирования виноградно-винодельческого подкомплекса АПК : автореф. дис. ... д-ра экон. наук ; ДГУ. Махачкала, 1997. 39 с.

⁴²⁰ Экономика сельскохозяйственного предприятия / И. А. Минаков, Л. А. Сабетова, Н. И. Куликов [и др.] ; под ред. И. А. Минакова. М. : КолосС, 2003. С. 371.

⁴²¹ Хачатуров Т. С. О критерии и показателях эффективности общественного производства // Коммунист. 1975. № 7. С. 83–94.

⁴²² Кунявский М. С. Показатели производственно-экономической эффективности // Эффективность общественного производства / под ред. О. Н. Поликевича. Минск : Наука и техника, 1979. С. 142–160.

⁴²³ Медведев В. А. Социалистическое производство : Политико-экономическое исследование. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Экономика, 1981. С. 100.

⁴²⁴ Ноткин А. И. Критерий и основные показатели экономической эффективности общественного производства при социализме // Теоретические и методологические проблемы повышения эффективности социалистического общественного производства : тез. докл. и выступлений советских участников на Международной конференции. М., 1974. С. 16–41.

⁴²⁵ Плышевский Б. П. Показатели народнохозяйственной эффективности производства // Эффективность общественного производства. М. : Экономика, 1967. С. 12–26.

⁴²⁶ Гибкое развитие предприятия: Эффективность и бюджетирование / В. Н. Самочкин [и др.]. М. : Дело, 2002. С. 189.

Р. Каплана (BSC)⁴²⁷, а также процессно-ориентированный анализ рентабельности М.В. Мейера (ABPA)⁴²⁸. Недостатком данных систем является отсутствие указаний относительно того, как совместить разнородные показатели в общую оценку эффективности.

Для целей управления в России действует система оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов⁴²⁹. Правительством Российской Федерации утверждена методика оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов, порядок предоставления субъектам грантов в форме межбюджетных трансфертов в целях содействия достижению и (или) поощрения достижения наилучших значений показателей по итогам оценки⁴³⁰.

Производя оценку огромного труда, проделанного исследователями, следует отметить, что разработанные методики оценки социально-экономической эффективности функционирования различных объектов и управления ими не адаптированы к специфике функционирования алкогольного рынка.

В связи с этим, эффективность государственного регулирования алкогольного рынка должна оцениваться по специальной методике, что требует разработки и применения специфических показателей.

Для решения проблемы оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования алкогольного рынка

⁴²⁷ Внедрение сбалансированной системы показателей : пер. с нем. / Horvath&Partners. 2-е изд. М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).

⁴²⁸ Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса / пер. с англ. А. О. Корсунский. М. : ООО «Вершина», 2004. С. 62.

⁴²⁹ Указ Президента Рос. Федерации от 21.08.2012 № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» (ред. от 28.12.2012) // КонсультантПлюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=140053;dst=0;ts=2E7DFBE23D1853B651ED378AB5EE91BE;rnd=0.49502005410477445> (дата обращения: 05.04.2014).

⁴³⁰ Постановление Правительства Рос. Федерации от 03.11.2012 № 1142 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 21 августа 2012 г. № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» (вместе с «Правилами предоставления субъектам Российской Федерации грантов в форме межбюджетных трансфертов в целях содействия достижению и (или) поощрения достижения наилучших значений показателей по итогам оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации», «Методикой оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации») (ред. от 25.10.2013) // КонсультантПлюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=153705> (дата обращения: 05.04.2014).

необходимо использовать в качестве методологической основы оценочную систему квалитетических принципов и методов, а также основные положения общей теории систем, поскольку исследуемая сфера рассматривается как сложная целостная система.

Основным квалитетическим методом является сравнительный количественный анализ данных, характеризующих фактическую деятельность, и стандартных, нормативных, а также средних показателей, рассчитанных для оцениваемого параметра. Вычисляются относительные показатели (коэффициенты), отражающие степень отклонения фактически достигнутого результата от норматива или среднего показателя.

Использование нормативных значений показателей, как индикаторов будущего состояния системы важно, поскольку ориентирует управление на долгосрочную социально-экономическую эффективность, которую невозможно наблюдать напрямую.

При определении оптимальных значений относительных показателей используется критерий оптимальности по Парето: достижение результативности одной стороны не должно происходить в ущерб эффективности других сторон.⁴³¹

Для комплексной оценки вычисляется интегральный показатель, представляющий собой среднее арифметическое значение оценочных показателей параметров, выделенных для оценки.

При выборе показателей оценки эффективности принимаются во внимание условия:

1. возможность использования в повседневной практике, а, следовательно, наличие периодической информации служб государственной статистики;

2. учет специфики отрасли;

⁴³¹ Экономика : учебник. С. 62.

3. отражение целей деятельности участников системы государства, предприятия, потребителя.

В качестве главных компонентов общей эффективности, подлежащих оценке, в предложенной методике рассматриваются показатели оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования алкогольного рынка с позиции достижения интересов государства, предприятий отрасли и потребителей.

Многоуровневый подход, с одной стороны, позволяет учесть цели и интересы всех участников этого процесса; с другой стороны, из-за частичного несовпадения этих интересов, выбрать оптимальный критерий их оценки.

Предлагаются следующие показатели для анализа экономических и социальных аспектов эффективности государственного регулирования алкогольного рынка – таблица 11.

Государственную эффективность (Кэгр) предлагается рассматривать как степень достижения социальных и экономических интересов государственного управления.

Социальная эффективность деятельности системы государственного регулирования рассматривается с позиций оценки ее воздействия на уровень и структуру потребления алкоголя населением, смертность населения от случайных отравлений алкогольной продукцией.

Показатели оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования алкогольного рынка

С позиции государства		С позиции предприятий отрасли		С позиции потребителя	
Показатель	Оптимальное значение	Показатель	Оптимальное значение	Показатель	Оптимальное значение
1. Кмбн = Медицинская безопасная норма потребления АП на человека, (л абс. алк)/ Фактическое потребление АП на человека, (л абс. алк)	≥ 1	1. Крз = Фактическая рентабельность затрат, (%) / Рентабельность затрат, достаточная для расширенного воспроизводства, (%)	≥ 1	1. Кдп = Доступность легальной АП населению РФ по величинам среднедушевых денежных доходов	≥ 1
2. Клр = Реализовано на внутреннем рынке АП отечественными производителями и импортерами, (дкл) / Розничная продажа АП населению (с учетом неформальной деятельности), (дкл)	≥ 1	2. Кпо = Количество прибыльных организаций в промышленности / Общее количество организаций в промышленности	≥ 1	2. Кдц = Цена нелегальной АП, (р.) / Цена легальной АП, (р.)	≥ 1

Продолжение таблицы 11

С позиции государства		С позиции предприятий отрасли		С позиции потребителя	
Показатель	Оптимальное значение	Показатель	Оптимальное значение	Показатель	Оптимальное значение
3. Ксаэ = Эффективная ставка акциза, (р.)/ Действующая ставка акциза, (р.)	≥ 1	3. Кот = Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций промышленности, (р.)/ Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, (р.)	≥ 1	3. Ккп = АП соответствующая стандарту качества, (дкл)/ Общий объем проинспектированной АП, (дкл)	≥ 1
4. Ксно = Концептуальный прогноз Минздравсоцразвития показателя смертности населения от случайных отравлений АП $\rightarrow 0$, тыс.чел./ Фактическая смертность населения от случайных отравлений АП, тыс. чел.	≥ 1	4. Ким = Фактически произведено АП, (дкл)/ Среднегодовая производственная мощность по отдельным видам АП, (дкл)	≥ 1		
5. Кфам = Фактическая величина средств, поступающих на реализацию мер по снижению потребления АП и ослаблению последствий пьянства и алкоголизма, (р.)/ Величина средств на реализацию мер по снижению потребления АП и ослаблению последствий пьянства и алкоголизма, предусмотренная целевой программой, (р.)	≥ 1				

Одной из главных целей государственной алкогольной политики является снижение потребления алкоголя до относительно безопасного уровня 8 литров этанола на взрослого человека в год. Сопоставление его с фактическим потреблением алкогольной продукции позволяет определить относительный коэффициент – Кмбн. По-нашему мнению, оптимальным его значением является 1. Ситуации, когда $Кмбн < 1$ свидетельствуют о превышении фактического потребления алкоголя безопасной нормы, что приводит к негативным с точки зрения медицины последствиям. Очевидно, что снижение потребления алкоголя относительно безопасной нормы и как следствие значения $Кмбн > 1$ является благом для общества, однако идет в ущерб государственному бюджету и экономике предприятий, поскольку означает сокращение производства. При $Кмбн > 1$ принимаем его равным 1.

Увеличение социальной эффективности государственного регулирования должно сопровождаться снижением уровня смертности.

Распоряжением Правительства РФ №1270-р от 24 сентября 2001 г. одобрена Концепция демографического развития Российской Федерации на период до 2015 г. Особое внимание в Концепции уделено снижению потребления алкоголя и принятию мер, направленных на сокращение смертности населения от случайных отравлений алкогольной продукцией, на ослабление негативных последствий пьянства и алкоголизма.

Необходим прогноз ежегодного снижения смертности населения от отравления алкоголем до полного исключения подобных случаев. Сопоставлением прогнозного и фактического значений получаем показатель –Ксно. Превышение фактической смертности населения прогнозного значения говорит о недостаточной эффективности государственных мер. В таких случаях значения $Ксно < 1$. Все значения, при которых фактическая смертность ниже прогноза ($Ксно > 1$) являются оптимальными и $Ксно$ принимаем равным 1.

По нашему мнению, для реализации Концепции государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной

продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 г.», утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2009 г. №2128-р необходима федеральная целевая программа, предусматривающая финансирование конкретных мероприятий. Ежегодный уровень ее исполнения является показателем эффективности государственной антиалкогольной политики. Если фактическая величина финансирования антиалкогольных мер меньше чем это предусмотрено целевой программой, то $K_{фам} < 1$. И напротив, если финансирование больше или равно плану ($K_{фам} \geq 1$) следует говорить об оптимальной эффективности и принимать $K_{фам}$ равным 1.

Для оценки степени достижения экономических интересов государства предлагаются относительные показатели, характеризующие эффективность акцизной политики и уровень неформальной деятельности в отрасли.

Эффективная ставка акциза свидетельствует о величине косвенного налога, который способен платить потребитель в стоимости алкогольной продукции. Эффективная ставка должна быть сопоставима с действующей ставкой акциза за один литр безводного спирта. Для их сравнения вычисляется относительный показатель – $K_{саэ}$.

Соответствие эффективной ставки акциза действующей ставке свидетельствует об эффективной акцизной политике, обеспечивающей высокий уровень собираемости налога в отсутствие неформальной деятельности. Оптимальным значением $K_{саэ}$ является единица. Вероятность ситуации, при которой $K_{саэ} > 1$ очень низка. В этих случаях $K_{саэ}$ принимается равным 1. В современных условиях $K_{саэ} < 1$, что говорит о низкой эффективности акцизной политики государства.

Сопоставление статистических данных о реализации на внутреннем рынке алкогольной продукции отечественными производителями и импортерами и розничной продажи ее населению позволяет судить об уровне легальной и неформальной деятельности в отрасли. Уровень легальности

рынка алкогольной продукции показывает коэффициент – К_{лр}. Оптимальным его значением является 1, что говорит об отсутствии неформальной деятельности. Если К_{лр}>1, принимаем показатель равным 1. При значениях К_{лр}<1, следует разрабатывать и принимать меры по легализации деятельности участников рынка.

В оценке эффективности с позиции государства должен присутствовать и показатель, отражающий в полной мере результативные и затратные характеристики государственной деятельности. Экономическим результатом государственной деятельности является величина собранных налогов, в том числе акцизов, лицензионных и таможенных сборов и др. Затраты – государственные расходы на администрирование алкогольной продукции, обеспечиваемое государственным регулированием и организацией единой системы контроля над производством и оборотом подакцизной продукции (Росалкогольрегулирование), контролем за своевременным и полным поступлением акцизов в бюджет (налоговые органы) и др. В предложенном расчете, не приводится этот показатель, поскольку отсутствуют данные по государственным расходам.

Оценка эффективности с позиции государства осуществляется посредством определения комплексного показателя – коэффициента эффективности государственного регулирования (К_{эгр}).

$$К_{эгр} = (К_{мбн} + К_{лр} + К_{саэ} + К_{сно} + К_{фам}) / 5; (2)$$

В перечень показателей, используемых для анализа аспектов экономической и социальной эффективности деятельности предприятий и организаций алкогольной отрасли (К_{эпо}) включен коэффициент показывающий соотношение фактической рентабельности затрат с нормативной рентабельностью, достаточной для расширенного воспроизводства (К_{рз}).

Наблюдение за динамикой К_{рз} является особенно важной задачей в алкогольной отрасли, где правительство должно обеспечить такой уровень налоговой нагрузки, при которой потребитель будет способен нести все

акцизное бремя, а, предприятия и организации при этом получать уровень рентабельности, достаточный для расширенного воспроизводства.

Если фактическая рентабельность затрат выше нормативной, достаточной для расширенного производства, принимается $K_{рз}$ равным 1.

В алкогольной сфере государство, законодательно определяя порядок выдачи лицензий на производство алкогольной продукции и другие условия деятельности производителей, напрямую влияет на их количество и соответственно уровень использования действующих мощностей. В Бюллетене Счетной палаты РФ 2001 г. № 1 (37) говорится, что «при использовании мощностей менее чем на треть, производство алкогольной продукции становится нерентабельным и экономически бессмысленным»⁴³².

Увеличение съема продукции с единицы производственных мощностей в единицу времени, то есть повышение интенсивного уровня использования оборудования является одним из направлений повышения эффективности использования производственных фондов в ликероводочной отрасли.

Эффективность использования действующих мощностей по производству отдельных видов алкогольной продукции характеризует коэффициент загрузки производственных мощностей (Ким). Равенство фактического производства алкогольной продукции балансовой мощности производителей ($K_{им}=1$) показывает оптимальный уровень их использования.

Соотношение количества прибыльных организаций в промышленности с их общим количеством показывает коэффициент $K_{по}$. При равенстве $K_{по}$ единице следует, что все предприятия и организации функционируют, получая прибыль.

Важнейшей задачей управления предприятием является не только обеспечение максимальной прибыли предпринимателю, но и максимального благосостояния для каждого занятого на предприятии работника. Для оценки

⁴³² Пансков В. Г. Проблемы развития налоговой базы по сбору акцизов на спирт и ликероводочную продукцию и пути совершенствования государственного регулирования производства и оборота алкогольной продукции.

эффективности деятельности организации отрасли как поставщика рабочих мест в формировании определенного уровня качества жизни экономически активного населения предлагаем сравнивать среднемесячную номинальную начисленную заработную плату работникам организаций промышленности с аналогичным показателем по стране (Кот). Оптимальным его значением является 1. Если $K_{от} > 1$, принимаем показатель равным 1.

Показателей, характеризующих влияние экономической деятельности, на формирование определенного уровня качества жизни может быть несколько. Например, дополнительным является соотношение фактической заработной платы с величиной прожиточного минимума (Ксп). Информативным будет ежегодное нормирование данного соотношения с последующим контролем фактического достижения.

Комплексная оценка эффективности с позиции предприятия осуществляется посредством определения коэффициента эффективности функционирования предприятия отрасли (Кэпо).

$$K_{эпо} = (K_{рз} + K_{по} + K_{от} + K_{им}) / 4; (3)$$

Цель для потребителя заключается в возможности получения качественной продукции по доступной цене. Уровень потребления и распространенность злоупотребления алкоголем определяются такими факторами, как доступность, доход на душу населения, характер розничных продаж, государственная политика, а также индивидуальными факторами: генетическими, психологическими, экологическими, культурными.

С позиции потребителя степень эффективности функционирования отрасли характеризует коэффициент доступности легальной алкогольной продукции населению по величинам среднедушевых денежных доходов (Кдп).

В ситуации, когда $K_{дп} = 1$ следует говорить о доступности легальной алкогольной продукции всему населению. Если $K_{дп} < 1$, можно предположить, что определенная часть населения, для которой легальная алкогольная продукция недоступна по цене, будет удовлетворять

потребности продукцией домашней выработки, дешевыми нелегальными изделиями заводского производства, суррогатами (спиртосодержащие жидкости, аптечные настойки и пр.).

Диапазон финансовой возможности потребителя нелегальной алкогольной продукции и ее суррогатов (с содержанием спирта 40 %) составляет 75-90 руб. за 0,5 л. В то время как минимальная розничная цена легальной продукции «экономичного» сегмента от 199 р. Для характеристики уровня диспаритета цен на легальную и нелегальную алкогольную продукцию предлагается коэффициент Кдц. Если цена легальной алкогольной продукции выше цены нелегальных изделий $K_{дц} < 1$. Если цена на легальную продукцию ниже цены нелегального изделия принимаем Кдц равным единице.

Наряду с ценой важным для потребителя показателем эффективности является качество. Уровень качества алкогольных напитков, поступивших на потребительский рынок, показывает соотношение количества алкогольной продукции, соответствующей стандарту качества, с общим объемом проинспектированной продукции (Ккп). Очевидно, что оптимально, когда вся проинспектированная продукция соответствует стандарту качества $K_{кп} = 1$.

Комплексная эффективность с позиции потребителя продукции (Кэпп) определяется по формуле:

$$K_{эпп} = (K_{дп} + K_{дц} + K_{кп}) / 3; \quad (4)$$

В соответствии с одним из основных квалиметрических принципов комплексная оценка социально-экономической эффективности регулирования алкогольного рынка должна быть однозначной, что обеспечивается выведением интегрального оценочного показателя, позволяющего учесть влияние отдельных изученных и оцененных компонентов на результат деятельности (общую социально-экономическую эффективность).

Интегральный показатель – социально-экономическая эффективность государственного регулирования алкогольного рынка (Эсэ) определяется как средняя арифметическая величина оценочных показателей отдельных компонентов эффективности, выраженная в процентах.

$$\text{Эсэ} = \frac{[\text{Кэгр} + \text{Кэпо} + \text{Кэпп}]}{3} * 100; (5)$$

Все элементы управленческого воздействия на управляемый объект должны быть ориентированы на достижение максимально возможной эффективности его деятельности. В связи с этим представляется обоснованным определение степени эффективности управления через оценку эффективности деятельности управляемого объекта.

Рассмотрим пример расчета социально-экономической эффективности государственного регулирования алкогольного рынка в 2008-2012 гг.

Данные для расчета приведены в приложении 32.

Расчет:

Кмбн =	0,83	0,88	0,90	0,90	0,88
Клр =	0,83	0,83	0,83	0,80	0,83
Ксаэ =	0,49	0,43	0,46	0,45	0,53
Ксно =	0,63	0,70	0,78	0,61	0,66
Кэгр =	0,69	0,71	0,74	0,69	0,72
Крз =	0,68	0,78	1,07	0,71	0,97
Кпо =	0,60	0,57	0,61	0,55	0,67
Кот =	1,00	1,01	0,81	0,94	1,42
Ким =	0,27	0,24	-	0,23	0,29
Кэпо =	0,85	0,87	0,83	0,81	0,84
Кдп =	0,84	0,77	0,81	0,85	0,87
Кдц =	0,44	0,43	0,42	0,42	0,43
Ккп =	0,96	0,98	0,96	0,98	0,99
Кэпп =	0,75	0,72	0,73	0,75	0,77
Эсэ =	76%	77%	77%	75%	78%

На анализируемом периоде интегральный показатель социально-экономической эффективности государственного регулирования алкогольного рынка составил 75-78 % при максимальном значении 100 %. Ни один из показателей социально-экономической эффективности с позиции

государства, предприятий, потребителей не соответствует оптимальному значению.

Методика оценки необходима Правительству Российской Федерации для оценки степени результативности регулирования отрасли Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка, Росалкогольрегулированию для выбора экономических и административных инструментов управления.

Глава 5. Перспективы институциональных преобразований в аддиктивной сфере экономики России

5.1. Конкурентная среда рынков аддиктивной продукции и альтернативы ее трансформации

В основе альтернативных сценариев институциональных преобразований на рынках аддиктивных благ заложены противоречащие друг другу ключевые неопределенности – прогибационизма и антипрогибационизма, монополии и конкуренции, либо их комбинации.

Радикальный запрет аддиктивных благ предполагает отсутствие их движения, обмена, т.е. отсутствие официального рынка, а, следовательно, и его моделей (таблица 12).

Таблица 12

Стратегические модели сценарного развития
официальных рынков аддиктивных благ

Институт запрета Модель рынка	Прогибационизм	Антипрогибационизм
Чистая монополия	–	+
Совершенная конкуренция	–	+
Несовершенные конкуренты	–	+

Отрицание целесообразности института запретов аддиктивных благ или антипрогибационизм, напротив, означает возможность регулярных официальных обменных операций между производителями и потребителями.

На реальных рынках аддиктивных благ запрет и легализация или прогибационизм и антипрогибационизм в чистом виде такая же абстракция, как в реальной экономике совершенная конкуренция и чистая монополия.

Практически во всех странах и в России, существуют законодательные нормы, запрещающие либо административно

ограничивающие производство и торговлю определенными видами аддиктивных товаров и услуг, а также их потребление как таковых, независимо от качества (приложение 33).

Реализация запретов на производство, торговлю, потребление аддиктивных благ занимает значительную долю всех ресурсов защитного порядка во многих странах мира. Однако, при различной эффективности применения сил государственных органов в реализации запретов на отдельные аддиктивные товары и услуги теневой рынок наркотиков продолжает существовать в тех или иных масштабах и приносить сверхприбыли.

Данное обстоятельство во многом мотивировало ряд стран на эксперименты по легализации «легких» наркотиков (приложение 34).

Из его данных видно, что к началу XXI в. движение антипрогибиционизма «легких наркотиков» не привело к полной их легализации ни в одной из стран мира. Однако, многие государства приняли меры по декриминализации употребления марихуаны и хранения ее в малых дозах. Максимальная либерализация в Нидерландах, где разрешена продажа марихуаны в специализированных заведениях крупных городов. В ряде развитых стран смягчены ограничения на выращивание некоторых сортов конопли для собственного потребления.

С другой стороны, во многих странах развивается система запретов и ограничений в отношении производства и реализации энергетические напитки (приложение 35). В России на территории Чеченской республики введен полный запрет на розничную продажу и распространение слабоалкогольных тонизирующих (энергетических) напитков и ограничения на розничную продажу безалкогольных напитков указанной категории.

На рынках аддиктивных благ мы находим не только прогибиционизм, антипрогибиционизм, и их антагонизм, но также и их синтез – «умеренный прогибиционизм». Запрет и легализацию некоторых видов аддиктивных благ

объединяет общая цель – избавить население от их злокачественного влияния.

Антипрогибационизм, как отрицание целесообразности запретов производства, оборота, потребления соотносится с конкуренцией через свободу. Свободу производства, оборота, потребления можно определить, как отсутствие их запретов, ограничений, возможность действовать беспрепятственно. Конкуренция предполагает, в том числе свободу покупателей и продавцов выходить на рынок и покидать его.

Анализ международного опыта на примере алкогольной продукции показывает (приложение 36), что государственная монополия на аддиктивные блага значительно варьируется по форме, масштабам, преследуемым целям. Она может охватывать либо производство, либо оптовый оборот, либо розничную торговлю, либо их комбинирование.

В сфере табачных изделий, монополия установлена главным образом на розничную реализацию табачных изделий. Опыт применения в приложении 37.

Права монополии могут распространяться только на некоторые аддиктивные товары и услуги, или на аддиктивные блага в целом. Монополии могут являться региональными, общенациональными. Варьируются также и цели введения государственной монополии. Государственная монополия на аддиктивные блага может способствовать контролю, ограничению потребления и поэтому вводится в целях здравоохранения и социальной политики. Может предназначаться для того, чтобы сдерживать частную прибыль бизнеса и повышать доходы государства. Мотивацией может быть протекционизм. Поэтому государственную монополию можно расценивать, как исторический компромисс между полным запретом аддиктивных благ и их свободным распространением.

Регулятором свободы входа и выхода на рынок (конкуренция, монополия), свободы производства, оборота и потребления

(антипрогибционизм, прогибционизм) являются нормы и правила, регулирующие общественные отношения или законы.

Тип рынка аддитивного блага зависит от вида продукции или услуги, количества организаций на нем, наличия или отсутствия ограничений на вход в отрасль и выход из нее, доступности информации о ценах.

В таблице 13 изложена сводная характеристика конкурентных условий на рынках аддитивных благ, подробная оценка которых в приложении 38.

Таблица 13

Сводная характеристика конкурентных условий на основных рынках аддитивных благ

Характеристика рынка	Аддитивные блага				
	Алкогольная продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Признаки конкуренции					
Количество фирм	Мн.	Огр.	Огр.	Огр.	Огр.
Количество покупателей	Мн.	Мн.	Мн.	Мн.	Мн.
Дифференциация продукта	+	+	+	+	+
Конкурентное ценообразование	+	-	+	+	-
Затруднение доступа конкурентами	-	+	+	-	+
Государственное влияние					
Требования государственных органов к товарам или хозяйствующим субъектам, в том числе:	+	+	-	+	+
ограничение вступления на рынок новых фирм	+	-	-	+	+
условия производства/оказания услуг	+	+	-	+	+
условия обмена	+	+	-	+	+
условия потребления	+	+	-	+	+
Государственные, муниципальные преференции	+	-	-	-	-
Признаки недобросовестной конкуренции	+	+	+	+	+
Признаки монополистической деятельности	+	+	-	+	+
Модель рынка	Монополистическая конкуренция	Олигополистическая конкуренция	Олигополистическая конкуренция	Олигополистическая конкуренция	Монополия на официальном, олигополия на теневом

Отечественный рынок характеризуется высокой степенью концентрации производства аддиктивных благ.

Из рынков аддиктивных благ на современном этапе самым менее концентрированным является рынок алкогольной продукции. Уровень концентрации производства алкогольной продукции различен по его видам. В 2011 г. на пять крупнейших производителей водки приходилось 37 % рынка; на пять производителей коньяка – 41 %; на пять производителей шампанского – 54 %; на пять производителей вина столового – 35 %. Наиболее концентрированными являются рынки пива и слабоалкогольных коктейлей. На шесть производителей пива приходится 81 %. Рынок слабоалкогольных коктейлей контролируют 5 производителей⁴³³. С 2006 г. продолжается тенденция консолидации рынка во всех звеньях.

Множественность производителей на рынке алкогольной продукции определяет высокую степень соперничества между конкурентами, как на официальном, так и на теневом рынках, ослабляя их власть над ценой. Поэтому ценообразование на данном рынке больше конкурентное, чем монополистическое.

На рынке табачных изделий в 2011 г. 90 % объема рынка занимают четыре компании. Количество производителей последние годы стабильно.

С 2007 г. производители и импортеры табачных изделий обязаны указывать на каждой пачке сигарет с фильтром максимальную розничную цену, выше которой запрещается их продажа. Отсутствие государственного регулирования цен в оптовом канале позволяет табачным компаниям договариваться и применять единый подход к установлению размеров доходности от продажи табачных изделий для розничных продавцов.

Основными игроками рынка энергетических напитков в России, доля которых превышает 90 %, являются также четыре компании. Увеличение количества производителей и их доли на рынке затруднено финансовыми

⁴³³ Россия. Производители слабоалкогольных коктейлей ждут худшего. URL: http://beeire.3dn.ru/news/rossija_proizvoditeli_slaboalkogolnykh_koktejlje/2013-02-05-123 (дата обращения: 19.01.2014).

барьерами, порожденными потребностью получения продукта, отличающегося от продукта конкурентов, и необходимостью его рекламы. Ценообразование на энергетические напитки конкурентное, но возможности для сговора имеются.

На разрешенный вид экономической деятельности связанный с организацией и проведением азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах имеют лицензии ограниченное количество участников – всего 27 организаций в России в 2013 г. Динамика увеличения количества легальных организаций в данном секторе азартных игр незначительна.

После запрета азартных игр вне выделенных игорных зон, уже на теневом рынке продолжают осуществлять деятельность значительное количество игорных заведений, с возможностями концентрации для монопольного формирования цены.

Крупные объединения возникли и по мере развития наркобизнеса, обретая вид картелей, синдикатов или многофункциональных мафиозных группировок. С. Роттенберг условиями для возникновения монополий в наркобизнесе считает высокие издержки участников незаконного рынка в случае их ареста и невысокие издержки по созданию монополии⁴³⁴. Как правило, опиаты распространяются организованными преступными группировками, а марихуана, ЛСД продается небольшими группами «непрофессионалов». Однако, в результате происходящего значительного увеличения потребления наркотиков в мире и роста прибыли, можно предположить, что будет происходить концентрация и экономической деятельности, связанной с «легкими» наркотиками».

На рынке наркотиков фирма-монополист имеет возможность назначить такую цену, которая даст ей возможность покрывать текущие издержки, вкладывать средства в долгосрочные программы стратегического развития

⁴³⁴ Rottenberg S. The Clandestine Distribution of Heroin, its Discovery and Suppression // Journal of Political Economy. 1968. Vol. 76. P. 78–90.

отрасли, а также компенсировать риски, возникающие вследствие государственной репрессивной политики.

Рынки аддитивных благ состоят из множества покупателей, совершающих сделки в широком диапазоне цен. Наличие диапазона цен объясняется способностью продавцов предложить покупателям различные варианты товаров, которые могут отличаться друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением, местоположением и доступностью. Помимо цены, продавцы стремятся разработать разные предложения для разных потребительских сегментов и широко пользуются практикой присвоения товарам марочных названий, рекламой, методами личной продажи, в рамках установленных законодательством. В противоположность совершенной конкуренции одним из основных признаков рынков аддитивных благ является дифференциация продукта, которая может являться и результатом мнимых различий.

Вход и выход на рынки аддитивных благ по тем или иным причинам ограничен.

Свободу экономической деятельности на алкогольном рынке ограничивает государство, законодательно устанавливая лицензионные требования для производства и обмена, включающие комплекс экономических, технологических, административных, учетных и иных требований к товарам, хозяйствующим субъектам. Однако, в нормативно-правовой базе декларируются равные условия доступа фирм на рынок.

Осуществляется государственное регулирование деятельности по организации и проведению азартных игр.

Доступ хозяйствующих субъектов на рынок табачных изделий и энергетических напитков фактически не ограничивается государством, но затруднен олигополиями.

В отношении энергетических напитков в России отсутствует должная правовая и нормативно-техническая база, которая бы системно и в полной мере обеспечила качество, требуемый уровень безопасности, право

потребителей на информацию при производстве данных безалкогольных напитков. Товаропроизводители ориентируются на действующие требования к безалкогольным напиткам, в которых не учтены особенности напитков с использованием специальных тонизирующих компонентов. Олигополистические ограничения на вхождение на рынок новых производителей связаны с эффектом масштаба и большими расходами на рекламу.

Запрещенные государством рынки азартных игр и наркотиков, как правило, контролируются организованными преступными группами, которые затрудняют или ограничивают вход на них новых субъектов. В отношении наркотических средств государство определяет перечень веществ, подлежащих контролю, осуществляет их классификацию, устанавливает государственную монополию и лицензирование разрешенных видов деятельности.

Вопреки ограничениям «вредных» аддиктивных благ на рынке алкогольной продукции федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов, органами местного самоуправления отдельным хозяйствующим субъектам предоставляются преференции: федеральными органами лоббируются интересы госпредприятий (например, ОАО «Росспиртпром», ФКП «Союзплодоимпорт»); регионами субсидируются местные производители и создаются препятствия иногородним предпринимателям. На других рынках аддиктивных благ государственные и муниципальные преференции распространены меньше.

На рынках аддиктивных благ государством регулируются условия потребления. В отношении алкогольной и спиртосодержащей продукции установлен запрет потребления в определенных местах, запрет потребления несовершеннолетними. Курение запрещено на отдельных территориях, в помещениях и на объектах, несовершеннолетними. Посетителями игорного заведения не могут быть лица, не достигшие возраста 18 лет. Употребление

наркотических веществ запрещается без назначения врача. Только в отношении энергетических напитков отсутствуют обязательные требования, а разработаны рекомендации: органам исполнительной власти субъектов (не допускать реализацию слабоалкогольных энергетических напитков в местах проведения культурно-массовых мероприятий с участием подростков и молодежи (дискотеки, ночные клубы и т.д.), исключить безалкогольные энергетические напитки из списка продуктов школьного питания); производителям (наносить на этикетку противопоказания «не рекомендуется использование детьми в возрасте до 18 лет, беременными и кормящими матерями, лицами пожилого возраста, а также лицами, страдающими повышенной нервной возбудимостью, бессонницей, нарушениями сердечной деятельности, гипертонической болезнью»)⁴³⁵. Регламентированные условия потребления аддитивных благ, не являются дискриминационными, поскольку все хозяйствующие субъекты находятся в равном положении.

Хозяйствующие субъекты на рынках аддитивных благ осуществляют действия, имеющие признаки недобросовестной конкуренции, направленные на получение преимуществ для ведения предпринимательской деятельности, противоречащие законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, которые могут причинить убытки или вред деловой репутации конкурентов. На всех рынках аддитивных благ ведется деятельность с отклонением от установленных законодательством норм вне поля зрения легитимных учетных, регулирующих и контролирующих органов. Распространенными на рынке алкогольной продукции и отчасти на рынках табачных изделий и азартных игр, являются лоббистские усилия, коррупционные действия, преимущества определенным субъектам при лицензировании, «региональный протекционизм», скрытая реклама, спонсорство. Производители и поставщики энергетических напитков на этикетку и упаковку наносят

⁴³⁵ Постановление Главного государственного санитарного врача Рос. Федерации от 19.01.2005 № 2 «Об усилении надзора за напитками, содержащими тонизирующие компоненты». URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=340938> (дата обращения: 16.10.2013).

недостоверную информацию, несоответствующую фактическому составу изделия, уклоняются от государственной регистрации видов продукции, впервые ввозимых на территорию РФ.

Признаки монополистической деятельности присутствуют в действиях хозяйствующих субъектов, групп лиц, которые злоупотребляют своим доминирующим положением. На рынке алкогольной продукции компании с так называемым «административным ресурсом» навязывают контрагентам условия договора невыгодные для него. На рынке табачных изделий транснациональные корпорации обладают значительным политическим потенциалом, и, являясь активным субъектом политического лоббирования, смогли с 1997 г. затянуть до 2013 г. принятие антитабачного закона. Наркобизнес по мере ужесточения запрета концентрирует ресурсы и централизует управление, что приводит к поглощению независимых предпринимателей крупными объединениями, сужает возможности доступа на рынок и свободной конкуренции. В целях собственной безопасности из организованной преступной группы ограничен выход субъектов. Фирма-монополист, действующая на нелегальном рынке, имеет возможность поднимать цену для зависимых потребителей, а начинающим потребителям, которые могут сомневаться в покупке наркотика, первые дозы предоставлять бесплатно.

На рынке алкогольной продукции антимонопольными органами выявляются ценовые сговоры, распределение объемов поставки алкогольной продукции местных производителей между оптовиками, квоты на ввозимую продукцию, часто координируемые ассоциациями участников рынка⁴³⁶. Сговор по разделу территории присутствует на запрещенных рынках игорного бизнеса, наркотиков.

На рисунке 20 рынки аддиктивных благ расположены в порядке усиления монопольной власти их фирм.

⁴³⁶ Лебедев А. Давай договоримся. URL: <http://www.dela.ru/articles/antimonopol-vs-sgovor/> (дата обращения: 18.10.2013).

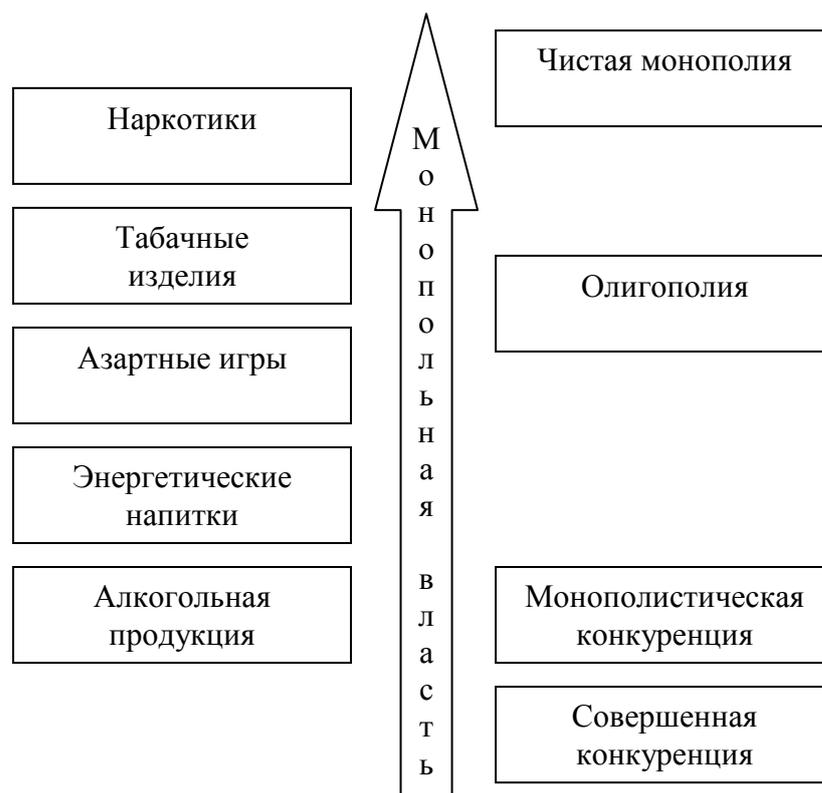


Рис. 20. Усиление монопольной власти фирм на основных рынках аддиктивных благ

Монопольная власть характеризуется степенью контроля монополистами на своих рынках: способность действовать в качестве ценового лидера; диктовать условия продажи своих продуктов; способность ограничивать доступ на рынок и получать устойчиво сверхприбыль.

Реальные рынки аддиктивных благ не укладываются в рамки абстрактных теоретических моделей совершенной конкуренции и чистой монополии.

Рынок алкогольной и спиртосодержащей продукции, исходя из множества фирм и относительно небольшой их доли, разнообразия продукции, равных возможностей доступа является рынком монополистической конкуренции.

Характеристика конкурентных условий на рынках табачных изделий, энергетических напитков, азартных игр и запрещенных наркотических средств позволяет их отнести к олигополистическим рынкам.

При этом рынок энергетических напитков по своим характеристикам ближе других к монополистической конкуренции. Увеличение производителей на нем, в том числе посредством государственного антимонопольного ограничения олигополий, делает его более конкурентным, чем рынок алкогольной продукции, поскольку на современном рынке энергетических напитков практически отсутствуют государственные ограничения, признаки монополистической деятельности, ценовой сговор. На российский рынок энергетических напитков стремительно вошли иностранные компании, заняв олигопольное положение. Однако данный рынок находится на стадии роста, поэтому является перспективным для новых производителей и роста конкуренции.

Доступ на рынок азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах практически не ограничен конкурентами. Отсутствуют договоренности по формированию цен (за исключением теневого рынка). При ослаблении государственных требований является потенциально конкурентным.

Рынок табачных изделий отвечает основным характеристикам олигополии – контролируется несколькими фирмами, которые своей агрессивной коммерческой и маркетинговой политикой затрудняют вхождение в отрасль новых участников, присутствует взаимозависимость решений фирм по ценам, недобросовестная конкуренция и признаки монополистической деятельности.

На виды деятельности, связанные с оборотом наркотических средств и психотропных веществ, закрепленных законодательством в соответствующем перечне, установлена государственная монополия. Незаконную деятельность, связанную с производством и распространением наркотиков, как правило, контролируют организованные преступные

группировки. Теневой сектор по своим признакам ближе к олигополистической конкуренции.

Наряду с применением запретов и ограничений на аддиктивные блага в зарубежных странах и в России развивается антипрогибционистское движение, и реализуются законодательные инициативы по ликвидации запретов, что нельзя игнорировать при формировании сценариев институциональных преобразований.

Таким образом, для сокращения предложения и достижения социальных целей на рынках аддиктивных благ конкуренцию следует ослаблять. Монополия на рынках аддиктивных благ социально предпочтительнее, поскольку сокращает общий выпуск до уровня ниже того, который может быть достигнут при конкуренции.

В таблице 14 представлены целесообразные модели рынка для основных аддиктивных товаров и услуг.

Таблица 14

Социально целесообразная модель рынка для основных аддиктивных благ

Основные виды аддиктивных благ	Модель рынка	
	фактическая	целесообразная
Алкогольная и спиртосодержащая продукция:		
– водка и ликероводочные изделия;	Монополистическая конкуренция	Олигополия, монополия
– ликерное вино, винный напиток;		
– слабоалкогольные коктейли, напитки на основе пива;	олигополия	
– коньяк, виски;	монополистическая конкуренция	монополистическая конкуренция
– вино виноградное столовое, фруктовое (плодовое), вина шампанские;		
– сидр, медовуха, пуаре;		
– пиво.	олигополия	
Табачные изделия	Олигополия	Олигополия, монополия
Энергетические напитки		
Азартные игры	Прогибционизм, олигополия	Прогибционизм, олигополия, монополия
Наркотики	Прогибционизм, монополия, олигополия	Прогибционизм, монополия

Из таблицы видно, что на рынках азартных игр и наркотиков социально целесообразно сохранение сочетания политики прогибционизма и

монополюно-олигополистического предложения, на сформированных олигополистических рынках табачных изделий и энергетических напитков углубление монополии, на рынке алкогольной и спиртосодержащей продукции требуется дифференцированный подход.

Факторами конкуренции на рынке алкогольной и спиртосодержащей продукции являются: уровень концентрации производства, оптовой торговли, розничной реализации; объем нелегальной деятельности; антимонопольная политика государства; государственная политика в отношении импорта; региональный протекционизм; условия вступления в ВТО, а также работы таможенного союза; доля государственного сектора и др.

Водка и ликероводочные изделия, крепленое вино отличаются высоким содержанием спирта, относительно несложной технологией производства, низкой себестоимостью изготовления. В целях повышения цен и сокращения производства следует стимулировать формирование олигополии их предложения, тогда как в настоящее время на данных сегментах сложилась монополистическая конкуренция. Олигополия на рынке слабоалкогольных коктейлей и пивных напитков, целесообразна, поскольку с целью снижения себестоимости их изготовление основано на добавлении этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок. Изготовление коньяка, коньячных напитков, виски отличается высокой себестоимостью и высокой ценой продажи, поэтому их предложение имеет естественно низкий удельный вес в структуре рынка алкогольной продукции и не требуется ограничивать конкуренцию. Напротив, следует создавать условия для развития производства и повышения качества натуральных виноградных и плодовых вин, пива, сидра, медовухи и пуаре. Поэтому на них приветствуются конкуренция, развитие малого и среднего бизнеса.

5.2. Сценарные модели институциональных изменений рынков в сфере аддиктивных благ

Институциональный механизм, созданный и действующий в постсоветский период на рынках аддиктивных благ, не обеспечил переход к социально ориентированной модели, а продолжает способствовать деструктивному функционированию рынков в целях создания индивидуальных или корпоративных богатств бюрократии, формирующей через официальные и неофициальные организации систему ограничений для хозяйствующих субъектов.

Формальная инсталляция в 1990-х гг. модели рыночного института на сферу аддиктивных благ, без учета уроков собственной истории, опыта скандинавских стран, близких по стереотипу потребления, привела к формированию институтов, неадекватных общественным интересам, подчинению и использованию институтов государства для реализации «клановых» частных интересов.

Под институциональными преобразованиями понимается изменение формальных и неформальных условий хозяйственной деятельности⁴³⁷.

Институциональными субъектами на рынках аддиктивных благ являются государство, предприятия, общественные объединения. Институциональный субъект реализует присущие ему функции через деятельность институциональных агентов.

Государство является интегральным субъектом институционального механизма, обеспечивающим создание, моделирование, продвижение и контроль исполнения институциональных требований в хозяйственной среде.

Объектами институциональных взаимодействий выступают институциональные требования, в которых отражены ограничения, предпочтения, нормы и правила.

⁴³⁷ Экономика : учебник / под ред. А. С. Булатова. 3-е изд., перераб. и доп. М. : ЮРИСТЪ, 1999. URL: <http://www.bibliotekar.ru/economika-8-2/index.htm> (дата обращения: 10.03.2014).

В соответствии с приоритетом ценностей, важнейшими групповыми интересами и историческим опытом в таблице 15 представлена иерархия целей субъектов институционального механизма.

Таблица 15

Преимущественная иерархия целей субъектов институционального механизма на рынках аддиктивных благ

Фактическая иерархия целей	Приоритетная иерархия целей
Экономические	Сокращение бремени негативных последствий потребления
Политические	Медицинские
Медицинские	Социально-психологические
Социально-психологические	Экономические
Сокращение бремени негативных последствий потребления	Политические

Приоритетность институциональных норм определяют институциональные субъекты, выражающие групповые интересы на уровне принятия правительственных решений. *Фактическая иерархия целей институциональных субъектов сложилась при условии согласования основных групповых интересов предпринимателей и государства, взаимозависимость которых укоренилась. Выражение социальных интересов общественных объединений граждан в сокращении бремени негативных последствий потребления аддиктивных благ не очевидно и практически не учитывается при формировании правительственных решений.*

Единая политика государства в сфере аддиктивных благ должна быть направлена в первую очередь на защиту национальных интересов, жизни и здоровья граждан, обеспечение социальной стабильности, а не на защиту и продвижение экономических и политических интересов, которые превалируют в деятельности исполнительных и законодательных органов власти.

В рамках институционального механизма должно быть обеспечено разрешение этих конфликтов посредством регламентации взаимодействия и

обеспечения возможностей достижения целей всеми институциональными субъектами.

Интегральная цель институционального механизма состоит в обеспечении условий самосохранения института⁴³⁸. Достижение субъектами оптимальной субординации осуществляется в процессе реализации дифференциальных целей. В зависимости от выбранной стратегии на рынках аддиктивных благ эти цели направлены:

- на сохранение, поддержание и укрепление имеющихся институтов;
- модификацию институтов;
- создание основ новых институтов.

Дифференциальные цели определяют вектор развития институционального механизма и раскрывают интегральную цель. Иерархия целей, оценка их важности, ранжированность в соответствии с групповыми интересами и историческим опытом, анализ эффективности реализации конкретных мер по достижению выдвинутых задач позволяют наметить концепцию развития институтов на рынках аддиктивных благ.

Рынок аддиктивных благ является сложной социально-экономической системой, на которую влияет огромное количество различных факторов. Для моделирования динамики меняющейся, с неопределенным будущим выбором обществом и государством характера социально-экономических изменений института запрета аддиктивных благ, наиболее подходит сценарный метод, позволяющий принять эффективное решение и поднять стратегическое управление развитием рынков аддиктивных благ на более высокий уровень.

Сценарий развития рынков аддиктивных благ – это модель будущего развития данных рынков, в которой описываются потенциально возможные варианты будущего хода событий, определяются основные факторы, которые должны быть приняты во внимание, и прогнозируется, как эти факторы

⁴³⁸ Лебедева Н. Н. Институциональный механизм экономики: сущность, структура, развитие. Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2002. С. 84.

могут повлиять на моделируемые события, а также разрабатываются альтернативные стратегии.

В основе предлагаемого сценарного моделирования развития рынков аддиктивных благ заложен длительный срок прогнозирования, поэтому принципиален переход от использования количественных методов оценки складывающейся ситуации к качественным методам.

Целью построения сценариев является выбор государством и обществом одного из потенциально возможных вариантов будущего развития рынков аддиктивных благ.

Процесс построения сценариев развития рынков аддиктивных благ разделен на два этапа:

- подготовительный (предсценарный);
- сценарный.

Исходным моментом организации процедуры сценарного прогнозирования до 2030 г. является уяснение целей и формулировка задач.

Целью реализации государственной политики является сокращение бремени негативных последствий связанных с потреблением аддиктивных благ и адекватное использование потенциала отраслей. Подобное целеполагание следует отличать от очередности достижения целей. Есть одна цель – сокращение бремени негативных последствий связанных с потреблением аддиктивных благ, на каждом этапе достижения которой не в ущерб ей получать позитивные эффекты.

Достижение указанной цели базируется на следующих принципах:

- обеспечение приоритетности защиты жизни и здоровья граждан по отношению к экономическим и политическим интересам участников рынков аддиктивных благ;
- взаимодействие органов государственной власти, общественных организаций и религиозных объединений, представителей бизнеса и граждан, не связанных с индустрией аддиктивных благ;

- информационная открытость результатов проведения мер, направленных на снижение масштабов аддиктивного потребления;
- независимость оценки эффективности реализации мероприятий, направленных на предотвращение и сокращение потребления аддиктивных благ;
- предупреждение заболеваемости, инвалидности, преждевременной смертности населения, связанных с потреблением аддиктивных благ;
- информирование населения о вреде потребления аддиктивных благ для потребителя и окружающих;
- системный подход при реализации мероприятий, направленных на предотвращение негативного воздействия потребления аддиктивных благ на окружающих и сокращение потребления аддиктивных благ, непрерывность и последовательность их реализации;
- ответственность органов государственной власти и органов местного самоуправления, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц за обеспечение прав граждан в сфере охраны здоровья от последствий потребления аддиктивных благ и негативного воздействия на окружающих;
- привлечение негосударственных организаций и граждан к борьбе с распространением аддиктивного потребления и развитию сети учреждений медико-социальной реабилитации больных;
- возмещение вреда, причиненного жизни или здоровью, имуществу гражданина, вследствие нарушения законодательства в сфере охраны здоровья граждан от воздействия потребления аддиктивных благ;
- общественное и государственное противодействие коррупции и сращиванию государственной власти с лоббистами от индустрии аддиктивных благ;
- ограничение возможности государственной власти использовать аддиктивные блага в качестве инструмента воздействия на политическую ситуацию в обществе и социального умиротворения населения;

- государственная поддержка научных исследований в области разработки новых методов лечения аддиктивного потребления;
- обеспечение международного сотрудничества в сфере охраны здоровья граждан от негативного воздействия на окружающих потребления аддиктивных благ и последствий их потребления, а также в области противодействия незаконному обороту аддиктивных благ.

Приоритетными задачами в реализации поставленной цели являются:

- снижение уровня потребления аддиктивных благ до относительно безопасных медико-социальных норм;
- повышение качества статистической информации о потреблении аддиктивных благ, производстве и обороте, связанных с потреблением смертности и проблем и др.;
- переориентирование населения на ведение здорового образа жизни без аддиктивных благ;
- формирование нетерпимости общества к проявлениям аддиктивного потребления;
- разработка и финансирование социальных программ (профилактики аддиктивного потребления; лечения и реабилитации зависимых потребителей; информирования населения о негативных последствиях злоупотребления аддиктивными благами; создания стимулов для проявления общественных инициатив, направленных на укрепление здоровья населения, и механизмов их поддержки государством);
- изменение структуры потребления населением аддиктивных благ за счет уменьшения доли потребления наиболее вредных при одновременном снижении общего уровня потребления;
- привлечение детей и молодежи к занятиям физической культурой, туризмом и спортом с ориентацией на формирование ценностей здорового образа жизни;
- организация новых видов отдыха и досуга для молодежи и взрослого населения, исключающих традиции потребления аддиктивных благ;

– повышение трудовой занятости и мотивации к трудовой деятельности, обеспечение культурного досуга населения, проживающего в малых городах и сельской местности;

– совершенствование организации оказания медицинской помощи лицам, злоупотребляющим алкогольной продукцией, и больным алкоголизмом;

– противодействие аномальной экономической деятельности на рынках аддиктивных благ;

– совершенствование и применение экономических и административных мер с целью снижения доступности аддиктивных благ для населения, особенно для молодежи;

– обеспечение надежного государственного контроля за легальным оборотом аддиктивных благ;

– создание механизмов применения мер социальной ответственности к участникам рынков аддиктивных благ.

Решение поставленных задач невозможно без принятия эффективных мер. В различные исторические периоды, в разных странах, регионах, в условиях различных систем культурных ценностей, административных систем, различных убеждений, обширный спектр проблем потребления аддиктивных благ порождал разнообразные государственные меры.

Для более глубокого понимания и изучения различных граней государственной политики в сфере аддиктивных благ классифицированы меры по сокращению бремени проблем связанных с потреблением аддиктивных благ.

I. По охвату меры делятся на:

1) общие, которые применяются и охватывают проблемы всех аддиктивных благ;

2) частные, направлены на устранение проблем, генерируемых отдельными товарами и услугами (алкоголем, азартными играми и т.д.).

II. По масштабу:

1) международные, действующие, на территориях стран, входящих в торговые союзы (НАФТА), экономические сообщества (Европейское сообщество), таможенные союзы (ЕврАзЭС), либо стран присоединившихся к международным договорам, соглашениям.

2) национальные, действующие на территории отдельного государства;

3) региональные, действующие на территории субъекта определенного государства;

4) местные, действующие локально на территории, города, района, микрорайона, предприятия, административного участка и т.д.

III. По субъектам применения:

1) государственными органами и их должностными лицами;

2) общественными организациями;

3) организациями в рамках системы Объединенных Наций, например, Всемирной организацией здравоохранения.

IV. По объектам, на которые направлены:

1) сообщество (школьников, студентов, болельщиков, спортсменов, владельцев и сотрудников организаций, посетителей кафе, водителей, семью и т.д.);

2) индивидов в зависимости от отношения к аддиктивным благам (непьющих, пьющих эпизодически, злоупотребляющих, некурящих, курящих), возраста (детей, несовершеннолетних, молодежи), пола (мужчин, женщин), состояния здоровья (заболевания сердечнососудистой системы, аллергические заболевания, ожирение, беременность, заболевания органов дыхания);

3) организации (государственные, общественные, культурные, военные, спортивные, религиозные, преступные и т.д.) и индивидуальных предпринимателей;

4) внешнюю среду (плотность точек продажи, структуру сообщества).

V. По масштабу воздействия на поведение потребителя:

1) меры, нацеленные в широком плане на поведение потребителя;

2) на изменение поведения потребителя в особых условиях, связанных с повышенным риском (вождение транспортных средств, потребление в общественных местах, на рабочем месте, на спортивных объектах и т.д.).

VI. По механизму воздействия:

1) меры стимулирования (например, применение работодателями с соблюдением трудового законодательства мер стимулирующего характера, направленных на прекращение потребления табака работниками, государственное стимулирование деятельности, направленной на антинаркотическую пропаганду и т.д.);

2) наказания (за потребление на запрещенных территориях, в помещениях и на объектах, за рекламу и стимулирование продажи аддиктивных благ, за незаконную экономическую деятельность, продажу продукции несовершеннолетним и несовершеннолетними, потребление несовершеннолетними, вовлечение детей в процесс потребления, нарушение лицензионных условий и т.д.);

3) восстановления (возмещение ущерба причиненного третьим лицам, возмещение расходов уполномоченного органа на принудительное уничтожение аддиктивных товаров за счет средств юридических или физических лиц в случае неисполнения ими обязанности по уничтожению);

4) защиты или принудительного ограничения поведения физических и деятельности юридических лиц (плановые или внеплановые проверки технических, технологических, бухгалтерских, налоговых и иных требований, подлинности обязательной маркировки, фиксации и передачи информации об объеме производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции в ЕГАИС и т.д.).

VII. По воздействию на потребителей и продавцов:

1) меры, ориентированные на сокращение спроса:

- ценовая политика;
- налоговое регулирование;

- стимулирование потребления альтернативных менее опасных товаров (например, напитки безалкогольные и с низким содержанием алкоголя);
 - просвещение и убеждение;
 - ограничения рекламы, стимулирования продаж, спонсорства;
 - регулирование состава продукции, правил раскрытия информации о составе, требований к этикетке, упаковке, укупорке, маркировке, содержанию и нанесению предупреждающей информации;
 - выявление и консультации на ранних стадиях (тесты на употребление алкоголя, наркотиков, курение, зависимость от азартных игр);
 - организация и финансирование профилактики, диагностики, лечения, реабилитации;
 - меры, нацеленные на поведение в особых рискованных условиях (противодействие вождению транспортных средств в нетрезвом состоянии, запрет потребления в определенных общественных местах, на воде, на рабочем месте и пр.);
 - информационно-разъяснительные мероприятия, направляемые и координируемые государством;
 - привлечение негосударственных организаций и граждан к борьбе с распространением злоупотребления аддиктивными благами и развитию сети учреждений медико-социальной реабилитации больных;
 - разработка и реализация мероприятий по защите интересов третьих лиц, включение их в целевые программы (например, меры по охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, против управления транспортными средствами в состоянии опьянения и т.д.);
 - меры в отношении умеренно потребляющих аддиктивные блага, поскольку большинство рассматриваемых проблем широко распределяются среди всех потребителей, а не концентрируются среди злоупотребляющих.
- 2) меры, касающиеся контроля и сокращения предложения:
- регулирование физического доступа к аддиктивным благам в пространстве, во времени и по возрасту (плотность точек продажи, тип и

расположение торговых точек, часы и дни продажи, минимальный возрастной предел потребления);

- развитие наименее конкурентных рыночных моделей (монополия, олигополия);

- рacionamento (например, отпуск наркотических средств и психотропных веществ физическим лицам по рецептам, продажа алкоголя в одни руки в пределах фиксированной нормы и т.д.);

- полный запрет некоторых аддиктивных благ;

- регулирование обстоятельств потребления (безопасная планировка помещений, использование услуг сотрудников безопасности для уменьшения риска насилия, использование стаканов для питья, которые нельзя применить как орудие нанесения вреда, разработка официальной внутренней политики в отношении поведения сотрудников, программ ответственного обслуживания, подкрепленных мерами правоприменения);

- сокращение теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов;

- лицензирование деятельности;

- контроль качества продукции, реализуемой населению;

- регулирование экспорта и импорта;

- организация и осуществление государственного учета, отчетности, исследований;

- ответственность организаций и персонала сферы обслуживания (например, за продажу аддиктивных благ несовершеннолетним, потребителям в состоянии опьянения и т.д.);

- устранение возможности конфликта интересов (коррупции, бюрократии, бездействия исполнительной власти, незаконного лоббирования, протекционизма и т.д.);

- разработка механизмов принятия решения о продаже аддиктивных благ с учетом общественного мнения (например, плебисцит по решению

продажи крепких алкогольных напитков на территории определенного муниципального образования, референдум о легализации марихуаны и т.д.).

VIII. По жесткости регулирования или степени вытеснения того или иного общественного отношения:

1) запретительные меры, рассчитанные на полное вытеснение общественного отношения (например, комплекс организационно-технических, правовых, правоохранительных мер защиты территории от нелегального ввоза наркотиков из-за рубежа, уничтожения инфраструктуры нелегального производства, транспортировки и распространения наркотиков внутри страны, пресечения преступных связей с международным наркобизнесом, пресечения оборота новых видов наркотиков и т.д.);

2) ограничительные меры, направлены на удержание общественного отношения в жестко ограничиваемых рамках (например, ограничения торговли табачной продукцией и табачными изделиями, ограничения потребления (распития) алкогольной продукции и т.д.).

IX. По содержанию:

1) экономические (например, налогообложение, ценообразование);

2) социальные (например, организация и финансирование профилактики, скрининга, диагностики, консультирования, лечения, реабилитации);

3) политические (например, борьба с коррупцией, запрет на ввоз грузинских вин);

4) культурно-воспитательные (например, информационное настраивание людей на осторожность и умеренность при потреблении разрешенных аддиктивных благ, опасность даже однократного потребления запрещенных аддиктивных товаров, денормализация потребления аддиктивных благ);

5) организационно-управленческие и технические меры (например, создание специальных органов исполнительной власти, закрепление ответственности за правительством за эффективность реализации мер,

распределение функций и полномочий между органами власти по вертикали и горизонтали, технические требования к производственному оборудованию и т.д.);

б) правовые (например, ратификация международных договоров и соглашений, аннулирование лицензий на производство и оборот этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции во внесудебном порядке и т.д.).

Единой модели комплекса мер, которую можно было бы внедрить, не существует. *Форма применения какой-либо меры должна соответствовать конкретному обществу.* Правительства располагают необходимыми данными (о степени эффективности мер, относительной стоимости их внедрения, широте их исследовательской опоры, испытанности в разных культурах, странах с высоким и низким уровнем экономического и социального развития), чтобы построить эффективную стратегию регулирования рынков, которая с наибольшей вероятностью позволит снизить вред, причиняемый потреблением аддиктивных благ и адекватно использовать потенциал рынков.

Накопленные знания о тенденциях развития рынков аддиктивных благ в России и мире позволяют сформулировать гипотезу о целенаправленном будущем развитии рассматриваемой системы и сфокусироваться на следующих сценариях развития системы:

1. Инерционный. Направлен на сохранение, поддержание и укрепление имеющихся институтов. Изменение количественных и качественных параметров достижения цели основано на проецировании текущих тенденций. Предполагает сохранение существующей неустойчивой конструкции рынков аддиктивных благ, с действующим механизмом государственного регулирования, принципиальными недостатками которого останутся: ориентация на текущие интересы государства и отдельных его представителей в ущерб стратегическим интересам субъектов рынков аддиктивных благ; отсутствие последовательной государственной политики,

оптимально сочетающей административные и экономические методы регулирования; произвольный выбор инструментов регулирования и неэффективный механизм оценки их результативности и качества.

2. Модификационный. Предполагает модификацию институтов, проведение комплекса мер по сокращению бремени негативных последствий связанных с потреблением аддиктивных благ и адекватному использованию потенциала отраслей в условиях рыночных моделей функционирования отраслей аддиктивных благ. Прогноз в рамках данного сценария включает перечень целесообразных управленческих решений по реформированию существующей системы функционирования рынков аддиктивных благ.

3. Монопольный. Предполагает создание, функционирование новых институтов и проведение комплекса мер в условиях введения государственной монополии на розничную реализацию аддиктивных благ.

4. Прогибиционистский. Заключается в полном запрете производства, реализации и употребления в немедицинских целях любых аддиктивных благ.

В качестве параметров, которыми можно описать будущее состояние исследуемой системы в различных точках прогнозируемого периода, выбраны основные первичные и вторичные индикаторы системы (приложение 39). В приложении изложены достигнутые фактические значения показателей, являющиеся отправными для сценариев.

В приложении 40 обозначены целевые направления изменения параметров, свидетельствующие о движении к достижению целей концепции развития институтов на рынках аддиктивных благ.

Системное описание объекта и его декомпозиция на элементы представлены ранее. Декомпозиция осуществлена с позиции эмпирических знаний и интуитивных представлений о механизме протекающих в объекте процессов, основывается на систематизированной информации и научной теории, поскольку разные аспекты жизнедеятельности системы изучены неодинаково, а часть информации отсутствует.

В соответствии с гипотезой о функционировании и развитии прогнозируемой системы отобраны факторы, определяющие направление ее эволюции, т.е. возможность перехода из одного состояния в другие в принятой классификации и построена матрица «состояния-факторы» – таблица 16.

Факторы сценарного развития рынков аддитивных благ – причины, движущие силы процесса, оказывающие или способные оказать решающее воздействие на состояние, характер и потенциально возможные варианты будущего функционирования рынков аддитивных благ. Разграничиваются на политические, экономические, социальные, внешнеторговые, чрезвычайные. Факторы сценарных изменений не являются константами, они ситуативны, динамичны, взаимосвязаны между собой.

Политические факторы – это движущие силы, возникающие в связи с завоеванием, удержанием и использованием публичной власти в целях реализации интересов.

Финансово-экономические факторы характеризуются уровнем развития экономики и состоянием бюджета страны. К основным финансово-экономическим факторам относятся: сальдо консолидированного бюджета страны, объем ВВП, реальные доходы населения, безработица, стоимость барреля нефти, соотношение курсов валют, уровень инфляции, оборот розничной торговли, приток иностранного капитала и др.

В качестве факторов социальных понимаем, прежде всего, деятельность людей, обуславливающую многообразие социальной жизни общества. Социальные факторы являются движущей силой развития общества – явления или процессы, устанавливающие социальные изменения⁴³⁹.

⁴³⁹ Горшков М. К. Социальные факторы модернизации российского общества с позиций социологической науки // Социологические исследования. 2010. № 12. С. 36.

Таблица 16

Матрица «состояния-факторы» развития системы

Направление эволюции системы		Факторы (движущая сила)				
		Политические	Финансово-экономические	Социальные	Внешнеторговые	Чрезвычайные
Инерция (сохранение)						
Алкогольная и спиртосод. прод.	монополистическая конкуренция	Неизменный политический курс.	Устойчивое, нормальное состояние бюджета.	Социальное согласие с проводимой политикой.	Возможности регулирования импорта.	Отсутствие.
Табачные изделия	олигополистическая конкуренция				Зависимость от иностранного капитала.	
Энергетические напитки	олигополистическая конкуренция				Не принимаются во внимание.	
Азартные игры	запрет с исключениями				На мировом уровне запрет.	
Наркотики	запрет и госмонополия				Не принимаются во внимание.	Локальные военные действия.
Модификация (преобразование)						
Алкогольная и спиртосод. прод.	олигополистическая конкуренция	Политическая модернизация.	Неустойчивое, хронически кризисное состояние бюджета. Социально-мобилизационная потребность в привлечении финансовых средств.	Социальная напряженность. Запрос на модернизацию.	Расширение экспортных возможностей.	Война, стихийное бедствие и др.
Табачные изделия	олигополистическая конкуренция				Международное сотрудничество по предупреждению и пресечению теневой деятельности. Стимулирование использования отечественного сырья.	
Энергетические напитки	олигополистическая конкуренция				Формирование отношения к продукту.	
Азартные игры	запрет с исключ.				-	
Наркотики	запрет и госмонополия				Установлены в наст. время.	

Направление эволюции системы		Факторы (движущая сила)				
		Политические	Финансово-экономические	Социальные	Внешнеторговые	Чрезвычайные
Государственная монополия						
Алкогольная и спиртосод. прод.	госмонополия	Смена политического курса.	Неустойчивое, хронически кризисное состояние бюджета.	Социальная напряженность.	Согласованность с нормами ВТО и Таможенного союза.	Голод, забастовки, массовые беспорядки, погромы.
Табачные изделия	госмонополия					
Энергетические напитки	госмонополия					
Азартные игры	госмонополия					
Наркотики	запрет и госмонополия	Установлены в наст. время.	Не принимаются во внимание.	Сохранение отношения общества.	На мировом уровне запрет.	-
Прогибационизм						
Алкогольная и спиртосод. прод.	запрет, за исключ. мед.	Проблема потребления носит масштаб национальной катастрофы.	Потерянные доходы не критичны для бюджета и не принимаются во внимание. Социальные факторы являются первичными.	Подавляющая поддержка общества в связи с осознанием вреда.	Не принимаются во внимание.	Война, переворот, стихийное бедствие и др.
Табачные изделия	запрет					-
Энергетические напитки	запрет	Получение результатов исследований о вреде.				-
Азартные игры	запрет	Установлены в наст. время.				Война, переворот, стихийное бедствие и др.
Наркотики	запрет, за исключ. мед.					Сохранение отношения общества.

Внешнеторговые факторы включают движущие силы, относящиеся к внешней торговле. Помимо позитивного воздействия внешнеторговые факторы могут оказывать и негативное влияние. Включают государственное регулирование внешнеторговой деятельности в целях поддержания внешнеторгового равновесия, стимулирования сдвигов в структуре экспорта и импорта, поощрения притока иностранного капитала. К данной группе факторов следует отнести и фактор глобализации.

Чрезвычайные факторы обусловлены обстоятельствами, которые складываются в результате военных действий, локальных и региональных конфликтов, аварий, опасных природных явлений, катастроф, стихийных или иных бедствий, которые могут повлечь введение ограничений, государственной монополии, полного запрета производства, оборота, розничной реализации, потребления аддиктивных благ.

Рассматривая вопрос о системе факторов, необходимо понять какие факторы в целостной системе являются определяющими, какова причинно-следственная связь факторов и условий сценарных изменений.

На направление, уровень стабильности и предсказуемости эволюционного развития рынков аддиктивных благ в России наибольшее влияние оказывают политические факторы. В относительно стабильной ситуации постоянно происходят столкновения различных хозяйственных субъектов и представляющих их интересы политических сил и лоббистских групп. Политические факторы определяют и направление государственного регулирования в сфере аддиктивных благ, которая оказывает наиболее существенное влияние на динамику рынков аддиктивных благ. На современном этапе государственное регулирование объективно способствует процессу консолидации алкогольной, табачной отрасли, рынка оказания букмекерских услуг, что отвечает интересам крупных игроков. Консолидация данных отраслей удобна государству в плане администрирования и налогового контроля.

Отечественная наука убедительно демонстрирует актуальность политических факторов модернизации для нашей страны⁴⁴⁰. Политический фактор лежит в основе регулярных реформ на алкогольном рынке, за которыми скрывается экономический передел отрасли между группами влиятельной элиты, неадекватные социальному ущербу меры регулирования табачного рынка, отсутствие системного регулирования рынка энергетических напитков, многолетнее затягивание запрета игорного бизнеса. С другой стороны, политический фактор позволяет противостоять мировому тренду легализации легких наркотиков. Президент России В.В. Путин считает, что с любыми видами наркотиков необходимо бороться, легализация «легких» наркотиков в отдельных странах – весьма опасна, их продажа является питательной средой для преступных сообществ, нелегальных мигрантов и терроризма⁴⁴¹.

Группа финансово-экономических факторов включает финансовый, научно-технический, природный и др. факторы. Экономический фактор также является причиной таких негативных проявлений, как коррупция, теневая экономика и др.

При устойчивом, нормальном состоянии бюджета рынки аддиктивных благ будут продолжать развиваться по инерционному сценарию.

На запрещаемых рынках товаров и услуг финансово-экономические факторы не принимаются во внимание или являются вторичными. Однако в отечественной истории существуют примеры легализации запрещенных благ, например, азартных игр с целью пополнения бюджета.

Группа социальных факторов включает сложившуюся систему социальных отношений, демографические, религиозные, факторы культурного окружения и др.

На протяжении многих лет акцизная политика значительно опережает темпы социально-экономического развития значительной части

⁴⁴⁰ Кенжаева Т. В. Социальные аспекты модернизации в современной России : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04. Краснодар, 2007. С. 3.

⁴⁴¹ Путин В. В. России не нужна легализация легких наркотиков. URL: <http://newsland.com/news/detail/id/1190363/> (дата обращения: 09.11.2013).

потребителей. Теневой рынок в определенной степени «гармонизирует» общество, спасает его от социальных катаклизмов.

Продолжительное время относительно устойчивое, нормальное состояние бюджета и обеспеченная ими способность власти выполнять первичные социальные обязательства способствовали превалированию политических факторов над факторами экономическими и социальными.

Следующей группой являются внешнеторговые факторы. В зависимости от наличия в настоящее время запретов на международном уровне аддиктивные блага можно классифицировать на две группы:

- являющиеся предметом международных конвенций и соглашений (наркотики, табачные изделия);

- в отношении которых, вопросы государственной политики решаются на уровне отдельных национальных государств (алкогольная и спиртосодержащая продукция, энергетические напитки, азартные игры).

За последние десятилетия ситуация в сфере международного регулирования торговли аддиктивными благами претерпела значительные изменения.

На общемировом уровне действует система запрета на торговлю наркотиками не для медицинского применения. Проблема решается в мировом масштабе, поскольку бизнес стал международным. Система складывалась с принятием в 1961 г. Единой конвенции о наркотических веществах, в 1971 г. Венской конвенции о психотропных веществах, в 1988 г. Конвенции о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ, которые ратифицированы практически всеми государствами современного мира. На современном этапе с целью подорвать могущество организованной преступности многими государствами внедряются экспериментальные модели правового регулирования оборота наркотиков, связанные с легализацией некоторых их видов.

В 2003 г. создан рамочный международный договор по защите здоровья населения – Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака⁴⁴², которая не является документом прямого действия, а определяет стратегию госрегулирования табачной отрасли. Конвенция направлена на внедрение программ по преодолению и предупреждению негативных последствий от употребления табака. В 2008 г. Государственная Дума РФ ратифицировала рамочную конвенцию⁴⁴³.

Алкогольная и спиртосодержащая продукция, азартные игры, энергетические напитки на данный момент не являются предметом каких-либо международных конвенций или соглашений. Государства сами вольны решать вопросы политики в отношении данных благ. Однако, в последние десятилетия на государственном уровне функции властей стали ограничиваться, например, на алкогольном рынке в связи с подписанием торговых соглашений Всемирной торговой организацией, задачами Европейского Союза по становлению единого рынка товаров и услуг. Для сбалансирования акцизов на алкоголь внутри стран Евросоюза Польша, Финляндия, Дания, Швеция заметно снизили налог. Норвегия, Швеция и Финляндия отказались от монополии на производство и оптовую продажу алкогольной продукции.

Необходимо четко определить статус алкогольной продукции, энергетических напитков, азартных игр, как особых продуктов, обладающих значительным потенциалом вреда обществу. Доводы в пользу создания международных рамочных конвенций по регулированию алкогольной продукции, энергетических напитков, азартных игр не менее веские, чем по наркотикам и табачным изделиям.

Инерционный сценарий для отечественного рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции характеризуется сохранением

⁴⁴² Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака. URL: <http://tobacco.who.int> (дата обращения: 04.01.2014).

⁴⁴³ Федеральный закон Рос. Федерации от 24.04.2008 № 51-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака». URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=76462> (дата обращения: 04.01.2014).

внешнеторговых возможностей регулирования импорта. Для рынков табачных изделий и энергетических напитков характерна высокая зависимость от иностранного капитала. Так, табачная отрасль страны на 90 % принадлежит иностранному капиталу⁴⁴⁴.

К чрезвычайным факторам относятся: войны; локальные и региональные конфликты; голод; крупные забастовки; массовые беспорядки, погромы и др. В настоящее время их возникновение и влияние на сценарное развитие не прогнозируется. Однако, законодательством предусмотрен специальный режим использования, ввоза и вывоза наркотических средств и психотропных веществ воинскими частями и подразделениями федеральных органов исполнительной власти, в которых законодательством предусмотрена военная или правоохранительная служба, при участии в вооруженных конфликтах, оперативно-боевых мероприятиях, выполнении боевых и учебно-боевых задач.

Современную причинно-следственную связь факторов и условий инерционного сценария, сохраняющих и усиливающих традиционализм, можно сформулировать следующим образом: удержание и использование политических институтов (монополии власти) в целях реализации интересов властной элиты → контроль над наиболее важными финансово-экономическими ресурсами и сохранение отношений с бизнесом в рамках жесткой вертикали → застой и кризисное состояние в социальной и социокультурной сферах. Следует признать, что отправная точка цепочки факторов, объединенных причинно-следственными связями и образующими некоторую последовательность, находится в политической сфере. Иерархия факторов инерционного сценарного развития следующая: политические – финансово-экономические – внешнеторговые – социальные.

Современная социально-экономическая ситуация на рынках аддиктивных благ характеризуется значительным социальным и

⁴⁴⁴ Батенева Т. Дали прикурить. URL: <http://www.rg.ru/2013/03/05/tabak.html> (дата обращения: 09.11.2013).

экономическим ущербом как на разрешенных рынках алкогольной продукции, табачных изделий, энергетических напитков, так и запрещенных рынках наркотиков и азартных игр. Поэтому дальнейшее нарастание экономической и социальной напряженности может стать важнейшими факторами сценарных изменений на рынках аддиктивных благ.

Ряд ученых, в том числе Горшков М.К.⁴⁴⁵, Сердюкова Е.А. и Безгласная Е.А.⁴⁴⁶, пришли к выводу о приоритетности в модернизации социального фактора.

На направление эволюции системы и политический порядок на рынках аддиктивных благ оказывает влияние динамика социальных интересов общества. Социальные факторы должны оказывать решающее влияние на формирование сценариев эволюционирования системы аддиктивных благ и преобладать над политическими и экономическими.

Вероятность модификационного рывка повышается при появлении в обществе внутреннего динамизма, активности, запроса на модернизацию, качественном взаимодействии политической элиты и общества.

Будучи самостоятельным, политический фактор обретает смысл через взаимодействие с миром социального, духовного, культурного, экономического, являясь составной частью общества. При этом не только власть влияет на социальную среду, но и среда воздействует на власть. Взаимное влияние может иметь характер прямого воздействия власти и среды друг на друга через выполнение политических ролей. Прямое влияние общества на власть возможно не только в чрезвычайном режиме, через массовые акции протеста, общественное противостояние распространению аддиктивных товаров в экстремистских формах, но и прежде всего через механизм влияния общества на распределение власти.

⁴⁴⁵ Горшков М. К. Социальные факторы модернизации российского общества с позиций социологической науки. С. 41.

⁴⁴⁶ Сердюкова Е. А., Безгласная Е. А. Неэкономические факторы и их влияние на успешность модернизации экономики // Научный электронный архив. URL: <http://econf.rae.ru/article/6442> (дата обращения: 16.11.2013).

В условиях существующего политического и экономического курса рынок алкогольной продукции с высокой периодичностью подвергался реформированию, в основе которого, как правило, конкурентная борьба между группами влиятельной властной элиты за доходную отрасль. Такое псевдо реформирование регулирования рынков аддиктивных благ укладывается в рамки инерционного сценария.

Однако, в российской истории имеется опыт успешной модификации государственного регулирования и государственной монополизации производства и реализации аддиктивных благ в целях пополнения бюджета (экономический и чрезвычайный факторы) для решения социальных и военно-мобилизационных задач. Например, легализация и налогообложение азартных игр при Петре I – для ведения военных действий, Екатерине II – в пользу воспитательных домов⁴⁴⁷; чередование откупной системы и казенной продажи алкогольных напитков при Петре I для ведения войны и оснащения флота.

В случае дефицита бюджета для выполнения социальных обязательств, правящая элита может проявить политическую волю и модифицировать регулирование рынков аддиктивных благ. В 2011 г. в Государственную Думу ФС РФ вносился на рассмотрение законопроект об установлении акцизов на безалкогольные энергетические напитки, отклоненный по техническим причинам⁴⁴⁸. Результаты могут быть достигнуты и в легализации алкогольного рынка. Легализация азартных игр также является вероятным источником пополнения бюджета.

Теоретически в случае поддержки подавляющим большинством общества легализация некоторых видов наркотиков является фактором

⁴⁴⁷ Миронов А. История запретов и легализации азартных игр в России и Европе. URL: <http://playfaraon.com/gambling-history/> (дата обращения: 04.11.2013).

⁴⁴⁸ Паспорт проекта Федерального закона № 560303-5 «О внесении изменений в статьи 181 и 193 Налогового кодекса Российской Федерации и статью 50 Бюджетного кодекса Российской Федерации в части установления акцизов на безалкогольные энергетические напитки»: внесен депутатом Гос. Думы Федер. Собрания Рос. Федерации В. С. Селезевым // КонсультантПлюс : Некоммер. интернет-версия. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=86957> (дата обращения: 04.11.2013).

модификационного либо монопольного сценария развития рынка наркотиков.

Глобальная комиссия ООН пришла к выводу, что легализация наркотиков во всем мире и прекращение уголовного преследования наркоманов будут более эффективны, чем война против распространения наркотических веществ⁴⁴⁹.

В России против легализации наркотиков активно выступают эксперты из правоохранительных органов, политики, ученые, узкие специалисты и общественность⁴⁵⁰.

Институтами, обеспечивающими модификацию, являются политические институты, организующие взаимодействие власти и общества, включая механизмы обратной связи и контроля.

Политический фактор не только способствует совершенствованию социума, но и воспитанию в человеке важных моральных и социальных свойств. На отечественных рынках аддиктивных благ эти свойства не воспитываются, а делается основной акцент на запреты. С одной стороны, для широких слоев населения отсутствуют социально-экономические условия для развития социального капитала, отсутствует системная работа по профилактике потребления аддиктивных благ, что увеличивает риски аддиктивного потребления. С другой стороны, политическая элита лоббирует интересы отечественной алкогольной отрасли, транснациональных табачных компаний и производителей энергетических напитков. В развитых странах успешно реализуются меры, рекомендованные ВОЗ по борьбе с потреблением алкогольной и табачной продукции. И самыми перспективными с точки зрения развития продаж аддиктивных благ являются рынки развивающихся стран, в том числе Россия, где эффективность мер против аддиктивного потребления остается низкой.

⁴⁴⁹ Кофи Аннан предложил легализовать наркотики во всем мире. URL: <http://www.gosnews.ru/vmire/news/590> (дата обращения: 16.11.2013).

⁴⁵⁰ Позднякова М. К проблеме легализации наркотиков. URL: <http://www.narcom.ru/ideas/socio/72.html> (дата обращения: 16.11.2013).

Исходя из вышеизложенного, в целом политический фактор в России способствует не сокращению, а росту потребления аддиктивных благ, ухудшая демографическую ситуацию.

В условиях модификационного сценария властная элита должна действовать в следующем порядке:

1) отстаивать и защищать общественные интересы, проводить институциональные реформы, создавать новые социальные институты, способствующие сокращению потребления аддиктивных благ;

2) отстаивать интересы отечественных компаний, бороться за сохранение модернизационного режима и место во властных структурах;

3) защищать интересы частные, формировать свой социальный статус.

Внешнеторговыми факторами модификационного сценария являются: расширение возможностей для экспорта алкогольной продукции; международное сотрудничество таможенных органов и учреждений юстиции по предупреждению и пресечению контрабанды табачных изделий и сырья для их производства, ежегодные потери федерального бюджета от которых оцениваются в 70–75 млн долл.⁴⁵¹; стимулирование использования отечественного сырья на табачных фабриках; формирование международного негативного отношения к распространению потребления энергетических напитков.

Чрезвычайные факторы также могут стать движущей силой модификационного сценария на рынках аддиктивных благ. Например, в Армии США существует практика выдачи военнослужащим энергетических напитков для стимуляции психической и физической активности, что может быть применено и в российских вооруженных силах.

Причинно-следственную связь факторов и условий перехода на модификационный сценарий развития рынков аддиктивных благ можно представить следующим образом: развитие социального капитала и

⁴⁵¹ Панов С. Л. Противодействие незаконному обороту табачной продукции // Современное право. 2010. № 3. С. 133–136.

гражданского общества → запрос на модификацию → политическая модернизация → финансово-экономическое и внешнеторговое развитие.

Можно представить два типа иерархии факторов сценария модификации:

- эволюционный (социальные – политические – экономические – внешнеторговые);
- революционный (социальные – чрезвычайные – политические – экономические – внешнеторговые).

Революционный тип иерархии факторов сценарного развития может привести к смене политического курса. Нестабильность может проявляться в таких формах как изменение политического режима, смена правительства, вооруженная борьба с правящим режимом, активизация оппозиционных сил.

Смена политического курса может произойти и эволюционным путем.

Вероятными точками бифуркации в развитии прогнозируемой системы являются выборы Президента России в 2018, 2024 и 2030 гг. Происходящие в межбифуркационные периоды смена правительства, активизация оппозиции, изменение соотношения сил внутри политической элиты, могут привести к смене политического лидера и режима, политических идей, структур и способов осуществления политики.

Сценарий государственной монополизации рынков аддиктивных благ вероятен, поскольку с 1997 г. по 2013 г. неоднократно депутатами Государственной Думы и членами Совета Федерации вносились предложения о введении в той или иной форме государственной монополии на алкогольную продукцию и табачные изделия (приложение 41).

Вероятность государственной монополизации выше после 2024 и 2030 гг., поскольку до этого времени политической элите удастся сохранять власть.

В России на современном этапе институты гражданского общества относительно слабо развиты, а общественное сознание отличается консервативностью, поэтому решающую роль в изменении национального

законодательства в сторону прогибационизма или антипрогибационизма в ближайшие десятилетия будут играть не социальные факторы, а, скорее, политические факторы.

Введению государственной монополии могут способствовать финансово-экономические факторы, например, необходимость пополнения бюджета. По мере увеличения неустойчивости или хронически кризисном состоянии бюджета будут нарастать монополистические тенденции со стороны государства. Ужесточение налоговых и административных мер на рынках аддиктивных благ, вплоть до введения государственной монополии, исторически является одной из самых первых мер, к которым прибегает власть в кризисных экономических ситуациях, поскольку они уже в краткосрочной перспективе обеспечат приток финансовых средств.

Внешнеторговые факторы оказывают противодействие развитию монопольного сценария. Однако, алкогольная монополия на розничную торговлю в ряде скандинавских стран противоречащая правовым нормам ВТО, находит оправдание инструментарием социальной политики. Ввоз в Россию алкоголя и табачных изделий из стран Таможенного союза, должен осуществляться при условии гармонизации ставок государств - членов Таможенного союза, а также требований в области охраны здоровья (в части борьбы с табакокурением и алкоголизацией населения).

Чрезвычайные ситуации для ликвидации их последствий или выхода из них требуют дополнительных финансовых средств. Тогда государство может монополизировать такие отрасли, как алкогольная, табачная, азартные игры. Например, военно-мобилизационный фактор приводил к государственной монополии в 1474 г. для отражения нашествия золотоордынского хана Ахмата.

Однако, для сохранения боевой способности в различные периоды отечественной истории применяли полный запрет производства и продажи алкогольной продукции, например, в 1914-1925 гг. – революции, гражданская

и мировая война. В периоды военных действий вводился полный запрет и на проведение азартных игр.

Основными действенными силами полного запрета аддиктивных благ являются политические, экономические и чрезвычайные. Властная элита вводит юридические ограничения потребительского поведения, когда потребление аддиктивных благ принимает угрожающие масштабы для человеческого капитала. Как правило, запрет не поддерживается подавляющим большинством общества России. И с точки зрения внешней торговли многие страны являются противниками радикального запрета аддиктивных благ. Исключением является производство и торговля наркотиками. «Сухой закон» вводился в 1919 г. в США и в 1985 г. в СССР.

На современном этапе в мире усиливаются экономические и административные меры, направленные на снижение курения табачных изделий. Положительной оценки заслуживает опыт в Нью-Йорке, включающий запрет курения в общественных местах, мощную пропагандистскую кампанию, увеличение розничных цен на сигареты за счет индексации акциза. С 2002 г. по 2012 г. число курильщиков в Нью-Йорке сократилось с 40 % до 17 %⁴⁵².

Пока нет окончательных результатов европейских и российских исследований о вреде энергетических напитков, возможно, это главная причина того, что энергетики не запрещены к свободной реализации. Однако, если принять во внимание уже известные особенности энергетических напитков (противопоказания потребления детям, беременным женщинам, людям, страдающим от сердечных заболеваний, гипо- или гипертонии, риск привыкания), становится очевидна необходимость принятия комплекса мер, аналогичных применяемых в отношении других аддиктивных благ.

⁴⁵² Кошик П. Иностраный опыт : Запрет на курение в Нью-Йорке. URL: <http://www.the-village.ru/village/situation/abroad/108791-zapret-na-kurenie-v-nyu-yorke> (дата обращения: 09.11.2013).

5.3. Альтернативные направления институционального проектирования

Выдвижение альтернативных сценариев осуществлено в ходе творческого процесса, в котором ведущая роль принадлежит анализу исторического опыта, неформальным знаниям, практике, научной интуиции.

Использование количественных математических и статистических методов сценарного прогнозирования развития рынков аддиктивных благ ограничено дефицитом статистической информации, долгосрочностью прогнозирования.

Возможности строго логических и формальных путей решения проблемы перевода качественных понятий в количественные значения параметров рассматриваемой системы ограничены. Поэтому последующая интерпретация альтернативных сценариев развития прогнозируемой системы будет проводиться на основе качественных методов, сосредоточенных на определении основных тенденций развития сценариев, оценки соответствия их оптимальной траектории и целевым направлениям изменения индикаторов, их словесном описании и объяснении свойств. Реализация этой итеративной процедуры связана с решением проблемы перевода качественных понятий в тенденции, направления изменения целевых индикаторов. Для решения этой задачи целесообразно использовать исторические аналогии, опыт, интуицию и представления о неформализуемых аспектах механизма функционирования рассматриваемой системы. Определяемые на каком-либо этапе этой процедуры индикаторы, или диапазоны их значений, или направления изменений управляющих параметров системы необходимы для последовательного сравнения выдвигаемых альтернативных сценариев, позволяющих государству и обществу сделать выбор в пользу того или иного сценария развития.

Классифицированные меры сокращения бремени проблем связанных с потреблением аддиктивных благ имеют различную эффективность.

Исследования указывают на ряд мер, которые с большей вероятностью приведут к желаемому результату.

Р. Рум выделяет десять эффективных стратегий⁴⁵³:

1. Меры государственной политики регулирования алкоголя: возрастное ограничение покупки алкоголя; государственная монополия на розничную торговлю; ограничение по часам или дням продажи; ограничение количества точек продажи; акцизы на алкоголь.

2. Меры против пьянства за рулем: посты проверки трезвости; снижение допустимого уровня алкоголя в крови водителей; временное изъятие прав; постепенное лицензирование начинающих водителей; краткие вмешательства в жизнь злоупотребляющих алкоголем.

Мерами, которые не имеют на характер потребления алкоголя и тяжесть проблем никакого или практически никакого эффекта являются: добровольные соглашения алкогольной отрасли (например, правила обслуживания в барах); введение курса изучения действия алкоголя в школах; предупреждающие надписи; антиалкогольная реклама; реклама альтернатив – безалкогольных мероприятий и развлечений; специализированные водительские услуги для нетрезвых водителей и услуги по доставке домой.

Д. Чисхолм, Дж. Рем, М. ван Оммерен, М. Монтейро⁴⁵⁴ провели сравнительный анализ эффективности мер алкогольной политики и выделили меры, рентабельность которых подтвердилась на практике: акцизы на алкоголь; запрет на рекламу; запрет на продажу в выходные дни; выборочные проверки дыхания для выявления пьяных за рулем; выявление с помощью тестирования и краткая медицинская консультация злоупотребляющих алкоголем.

⁴⁵³ Рум Р. Алкогольная политика: положение дел и проблемы в Европе и Северной Азии. URL: www.arhiv.tvereza.info/science/papers/rum08a.pdf (дата обращения: 11.01.2014).

⁴⁵⁴ Reducing the global burden of hazardous alcohol use: A comparative cost-effectiveness analysis / D. Chisholm [et al.] // Journal of Studies on Alcohol. 2004. № 65 (6). P. 782–793.

Г. Эдвардс⁴⁵⁵ с группой ученых выделяют эффективные меры, которые в краткосрочной и долгосрочной перспективе приведут к уменьшению уровня проблем, связанных с потреблением алкоголя:

1. Обеспечат эффект в краткосрочной перспективе: налогообложение; контроль физического доступа; меры против вождения в пьяном виде; первичная помощь и лечение.

2. Обеспечат эффект в отдаленной перспективе: просвещение общественности; ограничение рекламы; программы действий на местном уровне.

К.Д. Данишевский эффективными мерами по контролю табакокурения считает⁴⁵⁶: налогообложение; борьба с контрафактом / контрабандой; ограничение доступности по возрасту, месту, времени; ограничение возможностей употребления (в общественных местах); полный запрет рекламы, особенно косвенной; денормализация курения; озлобление лояльных клиентов против индустрии, рассекречивание и объяснение маркетинговых ходов и иных циничных действий; судебное преследование табачных компаний.

Меры, которые имеют ограниченную эффективность влияния на табакокурение, включают: объяснение вреда населению; лечение уже зависимых от никотина; частичные запреты рекламы; демонстрация поврежденных органов с целью устрашения.

Таким образом, эффективные меры государственной политики по сокращению бремени проблем связанных с потреблением алкогольной продукции и табачных изделий схожи. Так же как и недостатки государственного управления в России, препятствующие эффективному решению этих проблем. Данные меры заслуживают внимания и при проведении государственной политики на других рынках разрешенных аддиктивных благ.

⁴⁵⁵ Алкогольная политика и общественное благо.

⁴⁵⁶ Данишевский К. Д. Проблемы контроля табакокурения и злоупотребления алкоголем: меры и подходы // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной смертности в России. С. 352.

В таблице 17 представлен анализ основных факторов низкой эффективности мер государственного регулирования на разрешенных отечественных рынках аддиктивных благ.

Из таблицы следует, что ни одна из потенциально эффективных мер по сокращению проблем связанных с потреблением аддиктивных благ в полной мере не реализуется в России. Традиционно эффективные в международной практике меры по ограничению предложения и сокращению спроса в России не приносят результата, поскольку применяются в условиях существования значительного неформального и теневого предложения, коррупции в органах исполнительной власти, лоббирования, административных барьеров, низкого уровня административной и предпринимательской этики.

На рынках аддиктивных благ эффективность реализации любой потенциально успешной меры и системы мер по сокращению бремени проблем связанных с их потреблением не будет достигнута, либо будет значительно снижена, пока будет оставаться на столь высоком уровне теневая деятельность. Поэтому первоочередной задачей в рамках инерционного, модификационного, монопольного и прогибционистского сценариев является реализация комплекса общих и частных мер, направленных на сокращение теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов.

Таблица 17

Факторы низкой эффективности мер государственного регулирования на разрешенных рынках аддиктивных благ России

№ п/п	Меры государственной политики	Группа по воздействию	Факторы
1	Потенциально эффективные		
1.1	Сокращение теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов.	Предложение	Коррупция, лоббирование, бюрократия, низкий уровень жизни населения.
1.2	Снижение экономической доступности: – косвенные налоги; – минимальные цены.	Спрос	Экономическая доступность из других источников (продукция «освобожденная» от налогов, домашней выработки, суррогаты). Возможности снижения цен проведением акций. Конкуренция на рынке алкогольной продукции.
1.3	Физическая доступность: – количество торговых точек и плотность их расположения; – время продажи (часы, дни); – тип торговых точек (самообслуживание или через прилавок); – доступность отдельных напитков (в т.ч. крепких); – минимальный возрастной предел потребления.	Предложение	Нелегальные точки продажи. Факторы географической плотности точек и типа обслуживания покупателей не используются. Не применяются запреты продажи в выходные и праздничные дни. Ограничение доступности по составу отсутствует.
1.4	Ограничения рекламы, стимулирования продаж, спонсорства.	Спрос	Применяются скрытые методы стимулирования продаж (распространено по продукции, освобожденной от налогов).
1.5	Меры против потребления за рулем: – посты проверки трезвости; – снижение допустимости уровня алкоголя в крови водителей; – временное изъятие прав; – постепенное лицензирование начинающих водителей; – краткие вмешательства в жизнь злоупотребляющих аддиктивными товарами.	Спрос	Коррупция в органах власти. Постепенное лицензирование начинающих водителей и краткие вмешательства в жизнь злоупотребляющих не применяются.
1.6	Организация и финансирование профилактики, диагностики, лечения, реабилитации (в том числе выявление и консультации на ранних стадиях).	Спрос	Отсутствует системная работа. Коррупция в органах власти. Отсутствует массовое применение выявления и консультаций на ранних стадиях.
1.7	Программы действий на местном уровне.	Спрос, предложение	Фактически отсутствуют полномочия и источники финансирования.
1.8	Ограничение возможностей потребления в общественных местах, на рабочем месте, на спортивных объектах, на воде и т.д.	Спрос	Терпимость окружающих.

Окончание таблицы 17

№ п/п	Меры государственной политики	Группа по воздействию	Факторы
2	Обеспечивают эффект в долгосрочной перспективе		
2.1	Состав продукции: – крепость алкогольных изделий, содержание кофеина в энергетиках; – регулирование состава табачных изделий; – требования к этикетке, упаковке, укупорке, маркировке, содержанию и нанесению предупреждающей информации; – правила раскрытия информации о составе.	Спрос	Отсутствует информирование потребителей на потребительской упаковке о медицинской норме и фактическом содержании аддитивного вещества (спирт, кофеин и др.).
2.2	Регулирование обстоятельств потребления: – безопасная планировка помещений; – ответственность обслуживающих организаций; – ответственность персонала за обслуживание нетрезвых клиентов; – применение работодателями мер стимулирующего характера, направленных на прекращение потребления табака работниками.	Спрос	Отсутствует массовое применение.
2.3	Просвещение и убеждение.	Спрос	Отсутствует массовое применение. Отсутствует целевое расходование акцизных и лицензионных сборов.
2.4	Требования к местам продаж (розничным точкам).	Предложение, спрос	Действует при лицензировании.
2.5	Организация и осуществление государственного учета, отчетности, исследований.	Предложение	Теневая деятельность, домашняя выработка, суррогаты.
2.6	Привлечение негосударственных организаций и граждан к борьбе с распространением злоупотребления аддитивными благами и развитию учреждений медико-социальной реабилитации больных.	Спрос	Отсутствует система стимулирования. Отсутствует целевое расходование акцизных и лицензионных сборов.
2.7	Механизмы принятия решения о продаже аддитивных благ с учетом общественного мнения.	Спрос, предложение	Низкая активность общества.
2.8	Мероприятия по защите интересов третьих лиц, включение их в целевые программы.	Спрос	Отсутствует целевое расходование акцизных и лицензионных сборов.
2.9	Организационно-управленческие и технические меры.	Предложение	Коррупция, отсутствие административной этики, неэффективное формирование органов власти, низкая ответственность чиновников и т.д.

1. Сокращение теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов.

На практике запреты и ограничения не отменяют действия экономических законов, не закрывают рынок, а лишь меняют условия его существования. Запрещенные рынки наркотиков, азартных игр, и ограничиваемые рынки других аддиктивных благ являются тому примерами.

Наличие значительного теневого сектора на рынках аддиктивных благ является системной проблемой, влияющей на экономику, социальную, социально-демографическую, социально-политическую сферу страны.

Инерционный сценарий.

Предупреждение, выявление и пресечение незаконного оборота наркотиков и их прекурсоров является основным направлением государственной антинаркотической политики.

Основным содержанием системы мер по сокращению предложения наркотиков в незаконном обороте являются согласованные действия организационного, правоохранительного, нормативно-правового и международного характера, принимаемые органами государственной власти.

Законодательный запрет рынка наркотиков создает возможности для получения ренты должностными лицами, которые должны контролировать исполнение закона.

Отраслевые объединения наркобизнеса, в состав которых включаются должностные лица государства, обязанные контролировать исполнение закона, становятся монополистами, обретая вид картелей, синдикатов, многофункциональных мафиозных группировок.

Правоохранительные меры государства против наркобизнеса реализуются неэффективно потому, что усилия направлены в основном против потребителей, которые приобретают и хранят наркотики без цели сбыта.

На этом фоне в России из года в год увеличивается число больных наркоманией, наркотики становятся более доступными молодежи, на рынке в возрастающем объеме появляются новые наркотические вещества.

Самой большой в российской истории оказалась ловушка разгосударствления или денационализации в 1990-х гг. сферы разрешенных аддиктивных благ. Игнорирование таких ограничений, как необходимость регулирования спроса и предложения на рынках аддиктивных благ с одной стороны, и, оппортунизм заинтересованных в приватизации данной сферы владельцев первоначального капитала, рекрутировавшихся из «полулегального» и «черного» сектора экономики, с другой, – все это привело к тому, что, на рынке крепкой алкогольной продукции переход в начале 1990-х гг. от модели государственной монополии социального государства к системе государственного регулирования рыночного типа эксплуататорского государства сопровождался формированием теневого сектора, который достигнув своего максимума в 1996 г. и значительно снизившись к 2001 г., в последующие годы укрепился и до современного этапа с небольшими изменениями удерживает более трети рынка. Проводимые государством в отрасли многочисленные реформы до настоящего времени не привели к легализации рынка.

По данным различных исследований удельный вес теневого оборота табачных изделий составляет от 20 до 45 % объема продаж⁴⁵⁷. Особенностью теневого рынка табачной продукции является контрабандный ввоз в Россию ингредиентов и контрабандный вывоз из страны табачной продукции.

Рынок запрещенных вне специальных игорных зон азартных игр продолжает функционировать в значительных масштабах, маскируясь под разрешенные интернет-клубы, интернет-кафе, лотерейные клубы и в теневом секторе. После запрета с 1 июля 2009 г. любой игровой деятельности вне специализированных игорных зон, игровые автоматы превратились в лотерейные терминалы, деятельность которых не запрещена. Нелегальный

⁴⁵⁷ Панов С. Л. Противодействие незаконному обороту табачной продукции. С. 133.

игровой бизнес «мимикрировал» в законный лотерейный. Трагедии, связанные с людьми, проигравшимися в автоматы, продолжают происходить⁴⁵⁸.

Не регулируемый государством рынок энергетических напитков функционирует в легальном секторе.

Модификационный сценарий.

Меры по сокращению теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов по содержанию можно классифицировать на административные, экономические, просветительские и *политические*.

На запрещенных рынках наркотиков и азартных игр первоочередная роль отводится мерам административного принуждения и затем мерам просветительно-воспитательного характера. На разрешенных рынках меры применяются комплексно.

Общими мерами сокращения теневой экономической деятельности на рынках аддиктивных благ являются:

1. Сокращение теневого и неформального предложения.

В таблице 18 изложены факторы специализации экономической деятельности на легальном и теневом рынках алкогольной и спиртосодержащей продукции.

Институциональная специализация на рынках аддиктивных благ тесно связана с институциональной специализацией экономики в целом. Если в экономике становятся распространенными такие нормы поведения, как незаконное предпринимательство, уклонение от налогов, лоббизм, коррупция, организованная преступность, то на рынках аддиктивных благ данные институты развиваются с кумулятивным эффектом.

⁴⁵⁸ В Волгограде война с «однорукими бандитами» превратилась в борьбу с ветряными мельницами. URL: <http://v102.ru/news/42922.html> (дата обращения: 21.01.2014).

Факторы специализации экономической деятельности на рынке алкогольной
и спиртосодержащей продукции

Сектор деятельности	Факторы
Легальная	Уровень доходов населения, государственная политика (налоговая, ценовая, таможенная, антимонопольная, административная), уровень аномальной экономической деятельности, концентрация бизнеса, региональный протекционизм, инвестиционная привлекательность (в т.ч. для иностранных инвесторов), культура, традиции, религия, административная и предпринимательская этика.
Подпольная	Ценовая недоступность легальной продукции и нерешенность многочисленных социальных проблем, низкая профессиональная компетенция и коррупция в органах власти, административная этика, простота организации производства и низкая себестоимость, высокие издержки следования правовым нормам.
Скрытая	Коррупция в органах власти, необходимость компромиссов между властью и элитой, лоббистские усилия, бюрократия, административная и предпринимательская этика.
Домашнее хозяйство	Культура, традиции, ценовая недоступность легальной продукции, законодательные ограничения, простота организации производства и низкая себестоимость.
Суррогаты	Ценовая недоступность легальной продукции.

Специализация экономической деятельности является более широким понятием, чем институциональная специализация. Специализация экономической деятельности на рынках аддиктивных благ определяется комплексом природных, социальных, демографических, климатических, транспортных и других факторов, а институциональная специализация – условиями институциональной среды, которые зависят от совокупности формальных и неформальных ограничений в виде нормативно-правовых актов, обычаев, религиозных, морально-нравственных, кастовых, клановых представлений. В основе институциональной специализации на рынках аддиктивных благ лежат запреты и ограничения экономической деятельности.

Меры противодействия теневой деятельности на рынках аддиктивных благ должны приниматься с учетом данных факторов.

2. Противодействие и предупреждение коррупции.

В настоящем исследовании не будем разрабатывать меры по противодействию коррупции, которым посвящено большое количество научных работ и нормативно-правовых актов. Остановимся на двух направлениях борьбы с коррупцией:

- институционализации лоббирования;
- эффективности формирования органов власти, разделения властей и ответственности за результаты деятельности.

На сегодняшний день лоббистской деятельностью в пользу отраслей, производящих аддиктивные блага или отдельных экономических структур охвачены органы федеральной, региональной и местной законодательной и исполнительной власти.

Закон о лоббировании в сфере законотворчества позволит постепенно превратить лоббизм из политического явления с криминальным оттенком в конституционно-правовой и социально-политический институт. Законом будет установлена единая система регистрации, охватывающая лоббистов, работающих в интересах бизнеса, и лоббистов, работающих на некоммерческие организации⁴⁵⁹.

Институционализация лоббизма позволит создать конкуренцию среди заинтересованных групп давления, преследующих противоположные цели, усилить регулируемую, управленческую и иные функции институтов власти, технологически качественно учитывать интересы социальных слоев, общностей и общества в целом.

Развитие теории формирования органов власти и разделения властей является объектом политических и правовых наук. Однако, тесное взаимодействие и взаимообусловленность политических и экономических процессов на государственном, региональном и муниципальном уровнях подчеркивают важность и актуальность решения данных проблем на пути достижения цели сокращения бремени негативных последствий связанных с

⁴⁵⁹ Пятая власть: из тени в свет перелетая // Коммерсантъ Власть. 1995. 14 марта (№ 9 (120)). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/10884/print> (дата обращения: 08.12.2013).

потреблением аддиктивных благ и адекватного использования потенциала отраслей.

3. Эффективное формирование кадров государственной службы, разделение властей, распределение полномочий и ответственности за результаты деятельности.

Мировая практика базируется на ведущей роли в выработке политики в сфере аддиктивных благ органов государственной власти в сфере здравоохранения и социальной защиты населения. Например, практика скандинавских стран показала эффективность наделяния министерств здравоохранения полномочиями управления государственными монополиями на алкоголь. Значительная роль отводится и парламентским комитетам по вопросам здравоохранения, которые нацелены на объективную оценку ситуации, предотвращение негативных последствий, эффективное использование доходов от аддиктивных благ для решения социальных проблем. В России регулированием вопросов в сфере аддиктивных благ занимаются экономические, аграрные ведомства и комитеты, которые традиционно больше поражены лоббизмом. Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка и Федеральная служба по контролю за оборотом наркотиков сосредоточены на противодействии теневому производству и обороту алкоголя и наркотиков и вряд ли смогут взять на себя функции по защите здоровья россиян.

Следующая проблема связана с разделением полномочий между органами федеральной, региональной и местной власти. С основными проблемами сталкиваются местные власти. В тоже время полномочия органов местного самоуправления в сфере регулирования рынков аддиктивных благ максимально ограничены. Например, сокращены или фактически не реализуются полномочия по определению мест размещения и плотности объектов торговли аддиктивными благами.

В скандинавских странах за профилактику потребления аддиктивных товаров отвечают муниципалитеты. Многие службы организованы в

результате сотрудничества различных муниципалитетов. В России органы местного самоуправления могут осуществлять мероприятия в сфере охраны здоровья граждан и защиты от последствий потребления аддиктивных благ, но фактически не имеют необходимого финансирования на их реализацию. В результате на местном уровне фактически отсутствуют концепции, стратегии, программы, проекты, позволяющие воздействовать на локальные социальные, экономические и физические условия, приводящие к рискованному потреблению аддиктивных благ.

Набор различных программ действий на региональном и местном уровне может быть разнообразным – от финансирования региональных и муниципальных структур ответственных за координацию профилактики и взаимодействие с другими участниками, в том числе молодежью, родителями до изменения общественного мнения по вопросам аддиктивных благ.

На сегодня недостаточно отечественных теоретических исследований и экспериментальных данных, но опыт скандинавских стран позволяет судить о потенциале всесторонней деятельности на местном уровне по сокращению проблем в сфере аддиктивных благ. Одобрение со стороны местного населения и его активная поддержка, является предпосылкой для успешного применения политики общественного здравоохранения и должны быть неотъемлемой частью политики в сфере аддиктивных благ. Поэтому создание механизма и выделение необходимых ресурсов на реализацию мер профилактики потребления аддиктивных благ на уровне муниципальных образований является важной задачей.

Правительству страны следует нести ответственность за осуществление руководства политикой в сфере аддиктивных благ, в соответствии с планом действий, целями, стратегиями и задачами. Предлагается в соответствии с разработанной и утвержденной методикой ежегодно проводить оценку эффективности работы уполномоченных органов, на основании которой осуществлять мотивацию и ротацию в

органах исполнительной власти, ответственных за реализацию тех или иных полномочий в сфере регулирования и контроля рынков аддиктивных благ.

Управленческие и кадровые механизмы должны быть основаны на системе мониторинга злоупотребления аддиктивными благами. В мониторинг необходимо включить анализ формирования и исполнения законодательства, мониторинг пилотных территорий и проектов. Мониторинг обеспечит сравнительную комплексную оценку состояния и динамики ситуации, проблем по регионам и муниципальным образованиям, увяжет с федеральной, региональной и местной политикой, позволит оперативно оценивать эффективность принимаемых мер. Мониторинг позволит провести классификацию регионов, муниципалитетов и предложить дифференцированные меры. На основе мониторинга необходима подготовка периодических докладов по проблеме злоупотребления аддиктивными благами и ее решению, исполнению законодательства и государственных мер, что актуализирует потребность в научных исследованиях.

В модификационном сценарии общие меры по сокращению теневой экономической деятельности необходимо расширить частными мерами.

На рынке алкогольной и спиртосодержащей продукции наряду с уменьшением масштабов теневой экономической деятельности следует сокращать реализацию и потребление продукции домашней выработки и суррогатов.

В числе традиционных мер следует отметить⁴⁶⁰:

1. Ужесточение наказания за производство спиртосодержащих жидкостей без установленной законом денатурации.
2. Увеличение акцизов на этиловый спирт, используемый для производства спиртосодержащей, медицинской и парфюмерной продукции.
3. Ограничение содержания этанола в медицинских спиртосодержащих настойках уровнем 10-15%.

⁴⁶⁰ Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия. С. 47.

4. Запрет самогонварения, установление уголовного наказания за коммерческую продажу нелегально произведенного самогона.

Иновационными мерами являются:

1. Развитие государственно-частного партнерства как механизма взаимодействия государства и бизнеса в контрактной системе.

2. Развитие новых методов и технических средств оперативного контроля качества алкогольной и спиртосодержащей продукции и идентификации ее подлинности и органолептических свойств, включая контроль качества основных входящих компонентов.

3. Разработка и внедрение в практику частных методик расследования незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции⁴⁶¹.

4. Внесение изменений в законодательство в части расширения процессуальных действий, до возбуждения уголовных дел о преступлениях в сфере экономической деятельности.

5. Повышение профессионального уровня следователей и оперативных работников органов внутренних дел.

6. Стимулирование саморегулирования (продвижение коллективного бренда, сертификация и инспекционный контроль качества продукции участников, вовлечение бизнес-сообщества в нормотворчество, взаимодействие с потребительским обществом).

Государственно-частное партнерство в сфере аддиктивных благ может стать альтернативой государственной монополии.

Ключевой мерой в условиях модификационного сценария является создание государственной организаций, наделенной исключительным правом и полномочиями конкурсного распределения квот на производство и реализацию аддиктивных благ между частными организациями.

⁴⁶¹ Прошин В. М. Методика расследования незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции. С. 19–40.

В определенной степени данная система схожа с откупной системой, существовавшей в России при Алексее Михайловиче, Федоре Алексеевиче, Петре I, Екатерине II, Александре I и Николае I. Ее суть состояла в возможности откупить с торгов у государства право на производство, торговлю спиртными напитками.

Создание данной системы, по сути, также означает юридическое признание или легитимацию сложившейся на алкогольном и других рынках аддиктивных благ неформальной системы ограничений, основанной на коррупции, лоббировании, протекционизме и др. Институциональные агенты, преследуя личный интерес, одновременно выступают агентами официальных и теневых организаций. В результате на рынках аддиктивных благ сложилась и функционирует система формально-неформальных ограничений по входу на рынок. Неформальная коррупционная система ограничений доступа на рынок, его территориального или иного распределения между участниками подлежит институционализации.

Объектом контракта о государственно-частном партнерстве станет право на производство, оборот, распределение аддиктивных благ.

Основные государственные обязательства: регулировать объемы производства, оборота и распределения аддиктивных благ с учетом территориальных, географических, религиозных и других особенностей; предоставить государственные гарантии в соответствии с условиями соглашения; организовать и провести конкурс; контролировать исполнение обязательств частным партнером.

Основные обязательства бизнеса: производить и продавать аддиктивные блага в соответствии с территорией и объемами, определенными соглашением; своевременно исполнять финансовые обязательства в соответствии с соглашением; гарантировать исполнение обязательств соглашения.

Государственно-частная система позволит перевести бюрократические «серые» схемы ограничений вхождения на рынок в сугубо уголовные,

обнаруживать институциональные противоречия и ловушки в функционировании системы, обеспечивать ее модификацию и трансформацию.

Внедрение современных методов выявления нелегального производства алкогольной и спиртосодержащей продукции включает такие инновационные технологии, как мониторинг работы промышленных объектов из космоса⁴⁶², разработку мобильных устройств выявления нелегального производства с помощью лазера и теплового зондирования⁴⁶³.

Частные методики расследования незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции В.М. Прошин определяет, как «научно обоснованные рекомендации по организации и осуществлению раскрытия и расследования отдельных видов (криминалистически схожих групп) преступлений»⁴⁶⁴.

Из мер противодействия незаконному производству и обороту табачной продукции, обозначенных, например, С.Л. Пановым⁴⁶⁵, внимания заслуживают следующие:

1. Регулярное проведение комплексных целевых оперативно-профилактических операций по выявлению нарушений.
2. Сотрудничество между государственными и межправительственными учреждениями в борьбе с незаконным оборотом.
3. Вернуться к практике лицензирования табачного производства.
4. Усилить государственный контроль над ввозом на территорию России и перемещением по стране оборудования для производства.
5. Профилактика виктимологического поведения покупателей.

⁴⁶² За производителями алкоголя будут следить из космоса. URL: <http://www.alconews.ru/russia/2012/06/21618.php> (дата обращения: 22.02.2014).

⁴⁶³ Росалкогольрегулирование намерено выявлять нелегальное производство алкоголя с помощью лазера и теплового зондирования. URL: <http://www.alconews.ru/russia/2012/08/22259.php> (дата обращения: 22.02.2014).

⁴⁶⁴ Прошин В. М. Методика расследования незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции. С. 151.

⁴⁶⁵ Панов С. Л. Противодействие незаконному обороту табачной продукции. С. 133–136.

6. Создание технических возможностей для контролирующих структур проверки качества (оперативной «на месте», в специальных лабораториях).

Обобщив предложения, которые высказываются на совещаниях, конференциях, в научных работах, выделены следующие меры по сокращению теневой экономической деятельности на рынке наркотиков и их прекурсоров:

1. Ужесточение санкций против незаконного оборота наркотиков.
2. Неотвратимость наказания и его направленность против лиц, играющих ключевые роли в системе наркобизнеса.
3. Сокращение коррупции в правоохранительных органах, в том числе путем повышения материальной обеспеченности, социальных гарантий, престижа в обществе сотрудников государственных контролирующих органов, создания специальных подразделений по борьбе с наркокоррупцией.
4. Разработка и нормативно-правовое обеспечение методов повышения оперативности и эффективности законодательного запрета, появляющихся на рынке новых видов наркотических средств.

Для снижения уровня теневой деятельности на запрещенном вне специальных зон игорном бизнесе следует обратиться к опыту реализации мер на запрещенном рынке наркотиков.

Перечисленные меры по сокращению теневой деятельности на рынке наркотиков являются также актуальными для всех других рынков аддиктивных благ.

Монопольный сценарий.

Введение государственной монополии в той или иной форме на рынках аддиктивных благ рассматривается исследователями одной из мер борьбы с теневым рынком: Романенко Е.В. предлагает ввести государственную монополию на импорт алкогольной продукции⁴⁶⁶, Сабуров Н.Ю.⁴⁶⁷ и

⁴⁶⁶ Романенко Е. В. Государственное регулирование рынка импортных подакцизных товаров в Российской Федерации и пути его совершенствования (на примере алкогольной продукции) : дис. ... канд. экон наук : 08.00.05. М., 2000. 171 с.

⁴⁶⁷ Сабуров Н. Ю. Формирование и развитие рынка алкогольной продукции в условиях укрепления государственной монополии : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Пермь, 2000. 139 с.

Хомерики Г.В.⁴⁶⁸ на закупку и поставки этилового спирта, Вингерт В.В.⁴⁶⁹, Халтурина Д.А.⁴⁷⁰ на производство этилового спирта с выплатой акцизов на водку перед передачей сырья, Рем Н, Рум Р. и Эдвардс Г.⁴⁷¹ на розничную продажу алкогольной продукции, Панов С.Л.⁴⁷² на оборот табачной продукции, Тимофеев Л.М.⁴⁷³ на производство и продажу наркотических средств.

В советский период государственной монополии на производство, оборот и розничную продажу алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий был минимальный уровень теневой экономической деятельности.

Государственная монополия только на импорт аддиктивных товаров не оправдана, поскольку удельный вес контрабандного импорта алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, на современном этапе в России не является значительным. Нелегальное производство осуществляется главным образом на территории страны.

Приобретение в государственную собственность контрольных пакетов акций предприятий по выпуску аддиктивных товаров, торгово-посреднических фирм потребует значительных финансовых средств.

Государственная монополия на производство, закупку, поставку аддиктивных товаров, без монополизации розничного канала также не приведет к легализации рынка. Например, в начале 2000-х гг. на долю предприятий контролируемых ФГУП «Росспиртпром» приходилось до 70 % отечественного производства спирта. При этом теневой рынок крепкой

⁴⁶⁸ Хомерики Г. В. Вопросы совершенствования организации государственного контроля за производством и реализацией алкогольной продукции в России : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05. М., 2001. 250 с.

⁴⁶⁹ Вингерт В. В. Регулирование рынка алкогольной продукции в условиях конкурентной среды : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Новосибирск, 2010. 163 с.

⁴⁷⁰ Халтурина Д. А. Алкогольная политика: мировой опыт и российские реалии. URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/16206699/> (дата обращения: 23.02.2014).

⁴⁷¹ Rehm N., Room R., Edwards G. Алкоголь в Европейском регионе ВОЗ – потребление, вред и политика. // Копенгаген: Европейское региональное бюро ВОЗ. 2001. URL: <http://www.euro.who.int/docement/e76240r.pdf> (дата обращения: 23.02.2014).

⁴⁷² Панов С. Л. Противодействие незаконному обороту табачной продукции. С. 133–136.

⁴⁷³ Кесельман Л. Е., Мацкевич М. Г. Социальное пространство наркотизма. Тимофеев Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. С. 253.

алкогольной продукции занимал 35-45 % от регистрируемой розничной продажи.

В современных условиях поэтапную организацию государственной сети специализированных розничных магазинов продажи группы аддиктивных товаров возможно осуществить на условиях коммерческой аренды торговых площадей у действующих розничных организаций, что потребует меньших финансовых вложений по сравнению, например, с покупкой производственных активов в государственную собственность. В среднесрочной перспективе монополизация розничной торговли приведет к увеличению контроля над производством, дистрибуцией, импортом и экспортом аддиктивных благ.

Государственная монополия на розничную продажу аддиктивных товаров обеспечит сокращение числа участников во всех звеньях товародвижения – розничном канале, оптовом рынке, производстве, что облегчит контроль. В этих условиях скрытая деятельность станет значительно более рискованной, «серый» бизнес станет «черным».

Для нелегальной продукции будет закрыт доступ в государственную розничную торговую сеть. Безусловно, возможности для экономических злоупотреблений останутся и в условиях государственной монополии, однако учет и контроль в рамках одной государственной организации станет более эффективным.

Монополизация государством лотерей приведет к ликвидации негосударственных лотерейных терминалов и сокращению теневого предложения.

Введение государственной монополии на организацию и проведение азартных игр, запрещенных вне специальных игорных зон, означает их легализацию, создание конкуренции нелегальным казино. Эффект легализации будет достигнут при расширении количества и дислокации государственной сети вне игорных зон.

В России действует государственная монополия на основные виды деятельности, связанные с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, а также на культивирование наркосодержащих растений

Поскольку государство не в состоянии подавить наркорынок юридическими мерами, в ряде западных стран предлагается способ установить экономический контроль – легализовать наркотики. Легализация наркотиков предполагает либерализацию, разрешение конкурентного рынка некоторых видов наркотиков. Легализация запрещенных рынков аддиктивных благ, например, путем введения государственной монополии создаст конкуренцию теневым структурам, приведет к снижению привлекательности данных рынков для криминальных субъектов и при определенных условиях к сокращению теневого рынка. Однако, социальная эффективность и последствия легализации наркотиков, для здоровья населения еще не получили надежных экспериментальных и научных оценок, поэтому на практике пока используются все возможности противостояния нелегальному наркобизнесу силовыми методами.

Прогиббиционистский сценарий.

К числу аддиктивных благ, запрещаемых на уровне отдельных национальных государств, относятся алкогольная продукция, табачные изделия, энергетические напитки, азартные игры. К числу товаров, запрещаемых на уровне мирового сообщества, относятся наркотики.

«Сухой закон», запрещающий производство, оборот и торговлю алкогольной продукцией в разные периоды вводился в США, Финляндии, Канаде, Норвегии, Индии, СССР. На современном этапе «сухой закон» сохраняется во многих странах, где доминирует ислам – в Объединенных Арабских Эмиратах, в Саудовской Аравии, Иране и др.

Запрет на игорные дома в Великобритании, введенный еще в XVI в., отменили только в 1960-е гг. В США до 1980-х гг. азартные игры были разрешены лишь в двух штатах США, а в остальных 48 запрещены законом.

В СССР индустрию азартных игр почти полностью ликвидировали в 1928 г. Административный запрет в условиях командной экономики не потребовал специальной юридической нормы, запрещающей игорный бизнес. Только в 1988 г. появилась специальная статья, предусматривающая уголовный запрет на организацию азартных игр, но эта норма фактически не действовала, и с 1989 г. официально открываются игорные дома⁴⁷⁴.

Исторический опыт введения запретов алкогольной продукции свидетельствует о росте теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов. По данным Госкомстата СССР в 1987г. рост потребления сахара составил 1400 тыс. т, что позволяло изготовить 122-182 млн дкл самогона. Примерно такими же были оценки Министерства финансов СССР - 150-171 млн дкл самогона⁴⁷⁵.

Следует предположить, что при прогибиционистском сценарии, сложившийся на современном этапе высокий уровень теневой деятельности на рынке алкогольной продукции и табачных изделий не будет снижен, а может увеличиться, поскольку 36-38 % взрослого населения является их потребителями. Поэтому введение запрета на алкогольную и табачную продукцию может привести к дальнейшему росту теневого сектора и связанным с ним негативным последствиям.

Однако данные уроки нельзя переносить на политику в отношении наркотиков и азартных игр. Потребление алкогольной продукции, табачных изделий очень прочно укоренилось в обществе и приобрело масштаб, который не удастся в краткосрочной перспективе сократить тотальным запретом. Регулярными потребителями наркотиков являются около 3 % взрослого населения, их потребление не укладывается в социальные нормы, поэтому распространение наркотиков среди населения следует сдерживать тотальным запретом. Привычка к азартным играм также не достаточно сильно укоренилась в России, поэтому, несмотря на появление нелегальных

⁴⁷⁴ Латов Ю. В. Запретить нельзя разрешить: экономический анализ институтов прогибиционизма и антипрогибиционизма // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2009. Т. 7, № 4. С. 10.

⁴⁷⁵ Вопросы экономики. 1988. № 12. С. 112.

игорных заведений в условиях прогибиционистского сценария, тотальный запрет азартных игр должен способствовать сдерживанию и постепенному снижению уровня теневой деятельности.

Тотальный запрет аддиктивных товаров является эффективной мерой борьбы с их домашним изготовлением, поскольку в подавляющем большинстве случаев их потребления будут связаны с потреблением изделий домашней выработки.

2. Экономическая доступность.

Обязательное условие для эффективности налоговой и ценовой политики – ограниченная доступность аддиктивных товаров из других источников по более низкой цене, чем минимальная с учетом уплаты всех, установленных государством налогов.

Меры по ограничению экономической доступности применимы для всех аддиктивных благ.

2.1. Налогообложение.

Инерционный сценарий.

С уровнем альтернативной теневой и неформальной деятельности, которые имеются в настоящее время, данная мера не эффективна.

Модификационный сценарий.

Мировой опыт показывает, что при снижении ценовой доступности легальных алкогольных напитков, как правило, происходит некоторый рост нелегального производства и импорта алкоголя. Однако рост потребления нелегального алкоголя всегда существенно ниже падения потребления легальных алкогольных напитков. Например, в Польше после введения высоких акцизов на водку действительно несколько выросли самогонварение, подделка и контрабанда водки. В тоже время это не компенсировало падения потребления легальной водки и в результате здоровье нации заметно улучшилось⁴⁷⁶.

⁴⁷⁶ Халтурина Д. А., Коротаев А. В. Алкогольная политика: мировой опыт и российские реалии // Информационный бюллетень Центра демографии и экологии человека Института народнохозяйственного

В рамках модификационного сценария безалкогольные энергетические напитки предлагается внести в число подакцизных товаров и установить налоговые ставки по акцизам аналогичные к акцизам на пиво. Указанное приравнивание является целесообразным, поскольку энергетики по целевой аудитории и философии употребления более приближены к пиву, чем винам или водке.

Налоговая политика является инструментом стимулирования переориентации потребления в сторону слабых алкогольных напитков: столовых и фруктовых вин, пива, сидра, пуаре, медовухи. Для этого акцизная политика должна обеспечивать наибольший рост акцизного бремени на крепкий алкоголь, на ликерные вина, винные напитки, портвейны, при изготовлении которых добавляется этиловый спирт и его снижение на слабый алкоголь.

Россия имеет «северный» тип потребления алкоголя, который отличает высокая доля крепкой алкогольной продукции в структуре потребления. В 2012 г. сложилась следующая пропорция потребления чистого алкоголя: 54 (крепкие алкогольные напитки) : 14 (вина и шампанское) : 31 (пиво) : 1 (слабоалкогольные напитки). По данным института экономической политики Е.Т. Гайдара в качестве «идеальной структуры потребления», оказывающей наименьшее негативное влияние на здоровье нации, можно взять следующую пропорцию: 15 (крепкий алкоголь) : 35 (вино) : 50 (пиво)⁴⁷⁷. «Северный» тип потребления характерен для жителей стран с суровым климатом: Швеции, Норвегии, Финляндии, Дании, Шотландии.

При сокращении теневого и неформального предложения, предупреждении коррупции, формировании социально целесообразной модели рынков аддиктивных благ, социальный и экономический эффекты от

прогнозирования РАН «Население и общество». 2006. № 103. Окт. URL: www.demoscope.ru/acrobat/ps103.pdf (дата обращения: 21.01.2014).

⁴⁷⁷ Соколов И. А. Акцизная политика заставляет россиян выбирать водку. URL: http://www.iep.ru/index.php?searchword=Edwards&option=com_search&Itemid=78 (дата обращения: 28.12.2013).

повышения цен в модификационном сценарии с высокой вероятностью будут получены.

Монопольный сценарий.

Преимущество государственной монополии на розничную продажу аддиктивных товаров в том, что она позволяет минимизировать частный интерес, который в данной сфере противоречит интересам общества.

В скандинавских странах с высокими ценами в государственных монопольных магазинах отмечается пониженное потребление крепких напитков и совокупные поступления от продажи спиртных напитков, как правило, выше, чем в странах того же уровня экономического развития без монополии⁴⁷⁸.

Государственная монополия на розничную продажу аддиктивных благ позволит контролировать предложение отечественной и импортной продукции во всех легальных точках и повысить эффективность воздействия на потребителей налоговой политики, по сравнению с инерционным сценарием. Централизованные поставки должны исключить попадание в легальную розничную сеть изделий по демпинговым потребительским ценам, полученным в результате подпольного производства или уклонения от уплаты налогов.

Однако, при этом может увеличиться реализация суррогатов, изделий домашней выработки. Поэтому повышение цен, например, на водку должно сопровождаться усилением борьбы правоохранительных органов с производством и продажей водочных суррогатов, самогона.

Романенко Е.В.⁴⁷⁹, Сабуров Н.Ю.⁴⁸⁰ в качестве меры борьбы с теневым предложением предлагают снизить цены на легальные товары, организовав официальное производство алкогольной продукции без акциза или по сниженной ставке.

⁴⁷⁸ Rehm N. Алкоголь в Европейском регионе ВОЗ – потребление, вред и политика.

⁴⁷⁹ Романенко Е. В. Государственное регулирование рынка импортных подакцизных товаров в Российской Федерации и пути его совершенствования (на примере алкогольной продукции).

⁴⁸⁰ Сабуров Н. Ю. Формирование и развитие рынка алкогольной продукции в условиях укрепления государственной монополии.

Высокая степень поляризации общества по уровню доходов создает проблему ценовой доступности аддиктивных благ для некоторых слоев населения. Данная мера позволит сделать продукцию экономически доступной для населения с низким уровнем доходов. По мнению, Д.А. Халтурина и А.В. Коротаева идея, так называемой «народной водки» «полностью противоречит результатам всех авторитетных исследований в области алкогольной политики»⁴⁸¹. Однако, при этом авторами не приводится опыт реализации подобных проектов в странах мира, в том числе с таким высоким уровнем дифференциации доходов, как в России.

В условиях государственной монополии на розничную продажу алкогольной продукции возможно экспериментальное апробирование на отдельной территории «ценового сегментирования» крепкой алкогольной продукции, как меры по сокращению спроса на дешевую нелегальную спиртосодержащую продукцию.

По мере снижения теневой деятельности ставку акциза можно будет постепенно индексировать, уменьшая долю льготной алкогольной продукции

Прогиббиционистский сценарий.

В случае полного запрета производства и реализации аддиктивных товаров, кроме медицинских целей, необходимость акцизного регулирования отсутствует.

2.2. Ценовое регулирование.

Инерционный сценарий.

В условиях существования теневого сектора с демпинговыми ценами регулирование государством минимальной цены рассматривается, как мера защиты легальных участников рынка, поскольку позволяет поставить в равные условия легальных и нелегальных производителей на полке в розничной сети. Однако, например, на алкогольном рынке производители и оптовики вместо открытой ценовой конкуренции на полке стали применять

⁴⁸¹ Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России. С. 45.

скрытые методы стимулирования продаж розничных лицензиатов, например, нелегальные бонусы руководителям и продавцам розничных организаций за закупку и продажу определенной продукции, акции на крепкую алкогольную продукцию за счет слабоградусной продукции, на которую не установлена минимальная цена и др.

Высокая розничная цена приводит к снижению спроса в легальной рознице и росту продаж в подпольных точках, что в целом снижает эффективность ценового регулирования.

Модификационный сценарий.

Необходимо расширить ценовое регулирование и на другие аддиктивные товары. Когда уровень теневой деятельности и потребление аддиктивных благ сократятся до приемлемого уровня ценовое регулирование можно отменить, ограничившись налоговой политикой.

Монопольный сценарий.

В условиях монополии на розничную продажу аддиктивных товаров регулирование цены для ограничения спроса будет осуществляться акцизным налогообложением и от ценового регулирования целесообразно отказаться.

Прогиббиционистский сценарий.

При полном запрете аддиктивных благ ценовое регулирование утрачивает смысл.

3. Физическая доступность.

3.1. Количество торговых точек, плотность их расположения, доступность в розничной торговле отдельных аддиктивных товаров, тип торговых точек.

Инерционный сценарий.

Главную роль в обеспечении способности государства регулировать доступность аддиктивных благ играет система лицензирования, которая получила наибольшее распространение в продаже алкогольных напитков.

В скандинавских странах после либерализации алкогольной сферы относительная численность магазинов, торгующих хоть сколько-нибудь

крепкими алкогольными напитками, на порядок меньше, чем в России. В Исландии один магазин, торгующий напитками крепче 4,75 %, приходится на 15,9 тыс. человек, в Финляндии – на 6,3 тыс., в Швеции и Норвегии – на 4,5 тыс.⁴⁸² Для сравнения в Волгоградской области после запрета торговли пивом и слабоалкогольными напитками в киосках и павильонах действует одна точка на 530 человек (по сост. на 21.01.2014 г.)⁴⁸³. В среднем по России одна торговая точка приходится на 518 человек⁴⁸⁴. При этом лицензиаты отсутствуют во многих сельских населенных пунктах, расположенных в отдаленных или труднодоступных местностях по причине высокой стоимости лицензии и обеспечения лицензионных требований.

В настоящее время физическая доступность алкогольных напитков различной крепости одинаковая. В Плане деятельности Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка доля торговых точек розничной продажи крепкой алкогольной продукции (свыше 28 % крепости) к общему количеству торговых точек розничной продажи алкогольной продукции должна сократиться со 100 % в 2014 г. до 50 % к 2018 г.⁴⁸⁵ То есть в Волгоградской области этот показатель достигнет – одна точка на 1060 человек.

После запрета торговли пивом и слабоалкогольными напитками в киосках и павильонах торговля алкогольной продукцией осуществляется, как в магазинах самообслуживания, так и через прилавки продавцом. В законодательстве специальные требования к методам торгового обслуживания покупателей алкогольной продукции отсутствуют.

⁴⁸² Uotila J. Area Presentation: Nordic Countries // Paper presented at the International Seminar on Alcohol Retail Monopolies. Stockholm, 27–29 August, 2007.

⁴⁸³ По данным следующих электронных ресурсов: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области. URL: <http://volgastat.gks.ru> ; Министерство промышленности и торговли Волгоградской области. URL: <http://www.volganet.ru/> (дата обращения: 21.01.2014).

⁴⁸⁴ Государственное регулирование в субъектах РФ // Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. URL: <http://www.fsrar.ru/activities/gosudarstvennoe-regulirovanie-v-subektah-rossiisko> (дата обращения: 06.02.2014).

⁴⁸⁵ План деятельности Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка на 2013–2018 гг. URL: <http://www.fsrar.ru/about/plan-deyatelnosti-> (дата обращения: 21.01.2014).

С 2014 г. вступил в силу запрет на продажу табачных изделий в киосках, но при этом можно продавать в павильонах, имеющих торговый зал и рассчитанных на одно или несколько рабочих мест. Требования к площади зала не установлены, поэтому обычный табачный киоск с торговлей через окошко можно превратить в павильон, пристроив к нему небольшой тамбур.

С запретом торговли в киосках пива и слабоалкогольных напитков можно прогнозировать увеличение продаж энергетических напитков, особенно среди молодежи.

Количество игровых автоматов, превратившихся в лотерейные терминалы, неуклонно растет. Их дислокация также не регулируется.

Таким образом, физическая доступность аддиктивных благ в инерционном сценарии является «шаговой», даже с учетом принятых в последние годы мер по сокращению числа торговых точек.

Модификационный сценарий.

Способом регуляции количества и дислокации торговых точек остается лицензирование розничной продажи аддиктивных благ. Модификационный сценарий предполагает радикальное сокращение количества и рационализирование расположения точек торговли аддиктивными товарами.

Ориентиром сокращения числа точек торговли алкогольной продукцией является опыт скандинавских стран – не более одной на 5 тыс. человек⁴⁸⁶.

Доступность, расположение и требования к точкам продажи табачных изделий и энергетических напитков должны быть аналогичными, как к местам торговли алкогольной продукцией. Рационализирование расположения магазинов следует осуществлять с учетом продажи аддиктивных товаров в одних точках.

Концентрация торговли аддиктивными товарами приведет к увеличению товарооборота в специализированных точках, что позволит

⁴⁸⁶ Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия. С. 10.

увеличить экономическую привлекательность для предпринимателей открытия магазинов в сельских населенных пунктах, расположенных в отдаленных или труднодоступных местностях.

Важным направлением модификационного сценария является запрет в сети Интернет продажи аддиктивных товаров и проведения азартных игр, наиболее сложным представляется контроль его соблюдения.

Ограничения по доступности алкогольных напитков в зависимости от их крепости вводились в Финляндии и Швеции некоторых странах. Обнаружено, что создание условий для замещения потребления крепкого алкоголя пивом может привести к росту общего потребления алкоголя и среди молодежи⁴⁸⁷. Поэтому ограничительные нормативы физической доступности слабоалкогольной продукции, включая количество и дислокацию торговых точек, целесообразно устанавливать аналогичные мерам для крепких алкогольных изделий.

Одной из форм регулирования доступности аддиктивных благ являются применяемые методы торгового обслуживания покупателей. В магазинах самообслуживания покупатели покупают больше, чем при торговле через продавца. Клиентура магазинов самообслуживания чаще совершает незапланированные или «импульсивные покупки». Поэтому одним из требований при лицензировании розничной торговли аддиктивными товарами можно рассматривать применение при обслуживании покупателей метода торговли через прилавок продавцом.

Монопольный сценарий.

Государственная монополия на розничную продажу аддиктивных благ рассматривается одним из основных способов регуляции количества торговых точек, поскольку по своей сути исключает конкуренцию на рынке. При монополии розничной торговли, когда целью является сокращение потребления аддиктивных благ, спрос не может стимулировать появления дополнительных легальных точек продаж, как это было бы при конкуренции.

⁴⁸⁷ Алкогольная политика и общественное благо.

Государственная монополия на розничную продажу аддитивных товаров позволит открыть и контролировать необходимое количество торговых точек с рациональной географической плотностью. При существующей многочисленной сети магазинов возможна аренда или приобретение в государственную или муниципальную собственность помещений в соответствии с нормативной картой размещения.

В государственных специализированных розничных магазинах торговлю аддитивными товарами можно организовать, как через прилавки продавцами, так и в отделах самообслуживания⁴⁸⁸.

В России возможно поэтапное введение государственной монополии на розничную продажу аддитивных товаров, начиная с сельской местности.

Запрет негосударственных лотерей приведет к сокращению лотерейных терминалов.

Прогибационистский сценарий.

Тотальный запрет аддитивных благ не устраняет всех негативных причин их потребления, но он устраняет главную - доступность аддитивных благ, что поможет выйти в дальнейшем на утверждение абсолютной нетерпимости к их потреблению.

Однако, полный запрет аддитивных товаров в легальном секторе может способствовать возникновению незаконных рынков. Поэтому необходимо будет направить правоохранные меры на сокращение нелегальных торговых точек.

3.2. Ограничение времени и дней продажи аддитивных благ.

Инерционный сценарий.

В настоящее время на федеральном уровне алкоголь в России запрещено продавать с 23 часов до 8 часов. Помимо этого органы государственной власти субъектов вправе устанавливать дополнительные ограничения времени, в том числе полный запрет на розничную продажу алкогольной продукции.

⁴⁸⁸ Алкогольная политика и общественное благо.

Однако, следует отметить, что экономическая мотивация бизнеса и продавцов приводит к нередким нарушениям, установленных законодательством запретов времени торговли алкогольными и спиртосодержащими изделиями. Распространена торговля в праздничные и выходные дни.

В ночное время получила развитие курьерская доставка алкогольной продукции по заказу. При этом продается разрешенный товар, например, зажигалка, а, алкоголь идет в подарок.

Ограничения времени торговли табачными изделиями и энергетическими напитками отсутствуют. Деятельность по организации и проведению азартных игр разрешена в специальных игорных зонах, что не предполагает дополнительных ограничений по времени и дням ее осуществления.

Модификационный сценарий.

Предусматривает дальнейшее сокращение времени торговли аддиктивными товарами – дней и часов продажи, в соответствии с опытом скандинавских стран.

В большинстве скандинавских стран алкогольные напитки не продаются по субботам во второй половине дня, а также по воскресеньям. Эффективной мерой также является полный запрет на продажу алкогольных напитков в утреннее время (например, до 11 часов). Продажа спиртного в Норвегии в сети специализированных государственных магазинов АС «Винмонополет» может осуществляться только с 9 часов до 18 часов⁴⁸⁹. По субботам и в предпраздничные дни продажа должна прекращаться в 15 часов. По воскресеньям, в праздничные дни, в дни выборов, проведения референдумов и т.п. продажа спиртного запрещена.

⁴⁸⁹ Информация о мерах ограничения оборота алкогольной продукции в Норвегии. URL: <http://www.ved.gov.ru/> (дата обращения: 08.02.2014).

Учитывая комплементарность потребления аддиктивных товаров, временные ограничения торговли алкогольной продукцией целесообразно распространить на табачные изделия и энергетические напитки.

Монопольный сценарий.

Преимуществом реализации мер по ограничению времени и дней торговли аддиктивными благами в условиях государственной монополии на розничную продажу в том, что она позволяет минимизировать частный интерес, который приводит к нарушениям установленных запретов.

В условиях монополии на розничную торговлю алкогольной продукцией магазины открыты в течение более короткого времени, чем магазины частных продавцов.

Прогибационистский сценарий.

Предполагает полный запрет торговли аддиктивными благами – в любые дни и время суток.

3.3. Минимальный возрастной предел для приобретения или потребления аддиктивных благ.

Инерционный сценарий.

Не допускается розничная продажа алкогольной продукции, табачных изделий несовершеннолетним, вовлечение детей в процесс их потребления. Посетителями игорного заведения также не могут являться лица, не достигшие возраста 18 лет. Возрастные ограничения на продажу энергетических напитков отсутствуют.

Действующая процедура выявления продажи алкоголя и табачных изделий несовершеннолетним сложна для исполнения, поэтому неэффективна. В последние годы отмечается тенденция увеличения штрафов за продажу алкоголя, сигарет несовершеннолетним гражданам. Однако, их величина различна по видам аддиктивных благ.

Модификационный сценарий.

В соответствии с международным опытом необходимо увеличить минимальный возраст, при котором разрешается продажа аддиктивных благ.

В США алкогольные напитки продаются только лицам, достигшим 21 года, в Норвегии, Финляндии, Швеции, Исландии – 20-летнего возраста.

Целесообразно законодательно установить единую ответственность за реализацию несовершеннолетним гражданам табачной продукции, алкогольных изделий, энергетических напитков.

В отношении продавцов необходимо построить эффективную систему контроля правоприменения.

Монопольный сценарий.

При монополии снизится экономическая заинтересованность бизнеса и продавцов увеличивать товарооборот, в том числе путем нарушения возрастного ценза.

Прогиббиционистский сценарий.

Предполагает запрет на приобретение и потребление аддиктивных благ для всех возрастных групп. Однако, в данном сценарии усилия теневого бизнеса могут быть направлены на молодежь, как наиболее уязвимую группу потребителей. Как это происходит на запрещенном рынке наркотиков.

4. Ограничения рекламы, спонсорства, стимулирования продаж.

Инерционный сценарий.

Маркетинг аддиктивных благ, особенно его воздействие на детей и молодежь должен быть помещен в законодательные рамки и серьезно контролироваться.

В настоящее время отраслевые процессы, связанные со стандартами рекламы, спонсорства, стимулирования продаж алкогольной продукции и табачных изделий, заключены в строгие правовые рамки. Фактически действуют запреты на рекламу, спонсорство и представителям индустрии остаются небольшие маневры для использования изоощренных способов.

На алкогольном рынке огромные маркетинговые бюджеты, в т.ч. теньевые, сосредоточены на стимулирование продаж путем мотивации розничных лицензиатов, продавцов. Конкурентная борьба осуществляется за

присутствие и место на полке магазинов. Активно финансируется скрытая мотивация продавцов и персонала ответственного за закупки.

Ограничения рекламы, спонсорства, стимулирования продаж энергетических напитков отсутствуют.

Модификационный сценарий.

В условиях данного сценария возможности скрытого от государственных органов стимулирования продаж будут ограничены при минимизации неформальной и теневой деятельности.

В целях рекламы алкогольной продукции следует исключить использование информации о наличии биологически активных веществ, в том числе витаминов, об обладании алкогольной продукции лечебными и иными оздоравливающими свойствами.

Целесообразно ограничить проведение нацеленных на рост потребления мероприятий, в том числе винных, пивных фестивалей.

На рынке энергетических напитков предлагается установить ограничения рекламы, спонсорства, стимулирования продаж аналогичные, действующим в алкогольной и табачной сферах.

Монопольный сценарий.

Государственная монополия на розничную продажу аддиктивных благ приведет к отсутствию конкуренции в розничном канале и по мере сокращения числа участников дальнейшему ее снижению в оптовом секторе и производстве. Минимизация частного интереса позволит сократить маркетинговую активность участников, направленную на потребителей.

Прогибационистский сценарий.

Юридический запрет приведет к вытеснению аддиктивных благ в сферу нелегального оборота. Вместе с товаром в нелегальный сектор переместятся и все активности, в том числе маркетинговые. Осуществляя деятельность в теневом секторе, предприниматель избавляется от издержек подчинения закону и вынужден нести издержки внелегальности.

Однако, создаются предпосылки для агрессивного маркетинга, по аналогии с рынком наркотиков. Наиболее уязвимыми и незащищенными оказываются дети и молодежь.

5. Меры воздействия на изменение поведения потребителя в особых условиях, связанных с повышенным риском.

Включает меры против потребления аддиктивных товаров при вождении транспортных средств, ограничение возможностей потребления в общественных местах, на рабочем месте, на спортивных объектах, на воде.

Инерционный сценарий.

Меры по борьбе с управлением транспортных средств под воздействием психоактивных веществ снижают риск для водителей, пассажиров и пешеходов. Они включают: установление правового ограничения уровня содержания психоактивного вещества в крови, контроль исполнения ограничений, наказание, профилактику и др.

Весь комплекс перечисленных мер реализуется в отношении алкогольной продукции и наркотических веществ. Запреты на курение за рулем отсутствуют. Обсуждается введение штрафа в том случае, если курение в транспортном средстве осуществлялось в присутствии детей. Потребление энергетических напитков водителями не запрещено.

На законодательном уровне установлены ограничения потребления алкогольной продукции и курение в общественных местах.

Модификационный сценарий.

Меры по сокращению числа жертв в результате управления транспортными средствами в состоянии опьянения психоактивными веществами является наиболее изученной стратегией сокращения проблем, связанных с алкоголем.

В США, Австралии и Нидерландах продемонстрировали эффективность меры, направленные на изменение поведения потребителей аддиктивных товаров в конкретных условиях: обучение персонала питейных

заведений обслуживанию нетрезвых водителей; введение санкций за продажу алкоголя клиенту, находящемуся в состоянии опьянения.

Водителям, которые подверглись наказанию за вождение в состоянии опьянения аддитивными продуктами более чем один раз, предлагается по решению суда назначать принудительное лечение.

В качестве превентивной технической меры в транспорте используют индикаторы аддитивных продуктов, блокирующие зажигание.

Постепенное лицензирование начинающих водителей, краткие вмешательства в жизнь злоупотребляющих аддитивными благами, показали свою эффективность.

Важной задачей повышения эффективности противодействия потреблению аддитивных товаров при вождении транспортных средств, а также в общественных местах является формирование нетерпимости общества к аддитивному потреблению.

Монопольный.

В рамках монопольного сценария меры против потребления аддитивных товаров при вождении транспортных средств и в общественных местах могут применяться аналогичные модификационному сценарию.

Прогиббиционистский сценарий.

Полный запрет потребления аддитивных товаров является наиболее оптимальным сценарием, в условиях которого можно минимизировать их потребление при вождении транспортных средств и в общественных местах.

б. Профилактика, диагностика, лечение, реабилитация.

Инерционный сценарий.

Программы профилактики потребления аддитивных благ, диагностики, лечения, реабилитации потребителей аддитивных благ находятся в числе резервов, которые государственная власть пока еще не достаточно использует, воздействуя главным образом на предложение запретительными ограничениями. В базовых законах по регулированию рынков алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий,

наркотиков предусмотрено осуществление государственных мер профилактики, диагностики, лечения и реабилитации. Запретив азартные игры, государство устранилось от данных мер, ограничившись только регулированием экономической деятельности по их организации и проведению.

Модификационный сценарий.

В современных условиях на рынках аддиктивных благ приоритетность целей в социально-экономической политике должна быть пересмотрена. Следует преодолеть ориентацию государства на фискальную цель акцизного налогообложения. Акцизное налогообложение на рынках аддиктивных товаров должно выполнять компенсаторно-регулирующую функцию.

Использование акцизных доходов должно быть целевым, что предполагает финансирование социально ориентированных макроэкономических и региональных программ по сокращению потребления аддиктивных товаров и переориентированию населения на ведение трезвого и здорового образа жизни.

Основное содержание антинаркотической деятельности в России заключается в реализации мер по сокращению предложения наркотиков. Между тем сокращение наркорынка возможно только путем снижения спроса на наркотики. Для этого требуется комплекс социально-экономических мер по реабилитации и ресоциализации наркопотребителей.

В широком спектре мер наиболее актуальными являются: развитие сети государственных и негосударственных лечебных и реабилитационных учреждений для злоупотребляющих аддиктивными благами, расширение возможностей выявления расстройств и вмешательства на ранних стадиях, научные исследования по поиску лекарственных средств и других методов лечения зависимых, содействие участию общественных форм в организации социальной реабилитации, научные исследования в области регулирования отношений в сфере аддиктивных благ.

В условиях масштабной коррупции в органах власти эффективность финансирования мер профилактики, диагностики, лечения и реабилитации будет снижаться.

Монопольный сценарий.

В условиях монопольного сценария прогнозируется, что на данные меры потребуется меньше средств, чем в условиях более либерального модификационного сценария. А придание министерству здравоохранения полномочий управления госмонополией позволит эффективно осуществлять программу профилактики, диагностики, лечения, реабилитации.

Прогибационистский сценарий.

Предполагает запрет легального рынка и соответственно отсутствие акцизных доходов. Однако при значительном теневом секторе необходимость в мерах профилактики, диагностики, лечения и реабилитации останется, поэтому потребуется их финансирование из других бюджетных источников.

В таблице 19 представлен рейтинг мер с точки зрения эффективности их реализации при инерционном, модификационном, монопольном и прогибационистском сценариях.

Критерием ранжирования является – снижение эффективности реализации мер по сокращению бремени негативных последствий связанных с потреблением аддиктивных благ и адекватному использованию потенциала отраслей.

Рейтинг эффективности мер институционального проекта на основных
разрешенных рынках аддитивных благ

№ п/п	Меры институционального проектирования	Инерционный	Модификационный	Монопольный	Прогрессионистский
1	Сокращение теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов.	4	2	1	3
2	Экономическая доступность.				
2.1.	Налогообложение.	3	2	1	-
2.2.	Ценовое регулирование.	3	2	1	-
3	Физическая доступность.				
3.1.	Количество торговых точек, плотность их расположения, доступность в розничной торговле отдельных аддитивных товаров, тип торговых точек.	4	3	1	2
3.2.	Ограничение времени и дней продажи аддитивных благ.	4	3	1	2
3.3.	Минимальный возрастной предел для приобретения или потребления аддитивных благ.	3	2	1	4
4	Ограничения рекламы, спонсорства, стимулирования продаж.	4	3	2	1
5	Меры воздействия на изменение поведения потребителя в особых условиях, связанных с повышенным риском.	3	2	2	1
6	Профилактика, диагностика, лечение, реабилитация.	3	2	1	2

Анализ показал, что в рамках рассмотренных сценариев наибольшая эффективность конкретных мер по достижению выдвинутой цели будет достигнута в условиях монополизации розничной торговли аддитивными благами.

Заключение

Проводя экономические исследования проблематики таких рынков товаров и услуг, как алкогольная и спиртосодержащая продукция, табачные изделия, энергетические напитки, наркотики, азартные игры, неизбежно сталкиваешься с дихотомией категорий: «позитивные желания–негативные желания», «позитивный объект желания–негативный объект желания», «благо в экономике–благо в этике и философии», «общественное благо–отрицательное общественное благо», «позитивная экономика–нормативная экономика», «рынок–запрет», «эффективное–этичное», «рациональное потребительское поведение–аддиктивное потребительское поведение».

Социальные и экономические проблемы на подобных рынках, невозможность их решения только административными, уголовно-правовыми и иными репрессивными мерами, специфика действия механизма спроса и предложения с отклонениями от базовых экономических закономерностей, актуализируют необходимость выделения и объединения товаров и услуг, вызывающих паталогическое привыкание, в группу аддиктивных благ с целью дальнейшего экономического анализа.

1. Потребности людей являются движущей силой хозяйственного механизма и основой экономики. С эволюцией жизни развиваются и потребности, которые благодаря хозяйственному механизму кристаллизуются в экономические блага. В социально-психологических науках уделяется значительное внимание потребностям. Экономические же науки, как правило, ограничиваются обзорным признанием потребностей наряду и в сочетании с ресурсами в качестве основополагающей категории. В экономической теории признается ключевая роль потребностей, их первичность в экономических механизмах, их многообразие, безграничность, но следует признать, что критическому анализу потребностей с точки зрения формирования качественной структуры рынков товаров и услуг, включая полезные и вредные блага, а также исследованию усиливающегося в ходе

социально-экономического прогресса обратного влияния производства и созданных внешних условий на качественную структуру потребностей человека и общества, включая мотивацию и провокацию «вредных» потребностей, которые должны корректироваться и направляться в социально желаемое русло государственными и общественными институтами, уделяется недостаточное внимание. Для развития экономики, вредные потребности имеют как позитивные, так и негативные эффекты, которые подлежат изучению.

В диссертационном исследовании показано, что каждому уровню условной иерархической структуры конструктивных потребностей человека соответствуют деструктивные потребности, в том числе в аддиктивных благах – потребительских товарах и услугах, характеризующихся патологическим привыканием.

Исследовательской проблемой, способной объединить усилия экономистов, психологов, социологов, аддиктологов служит развитие теоретических представлений и моделей аддиктивного и других форм потребительского поведения, отклоняющегося от базовой теории рационального потребительского поведения.

2. Базовая идея теории привыкания состоит в том, что потребитель приобретает привычку к благу совершенно рационально, что укладывается в рамки традиционной теории рационального максимизатора. В тоже время, потребление товаров, вызывающих патологическое привыкание на определенной стадии становится чрезмерно выраженным, не нормальным, извращенным. Потребление приобретает характер отклоняющегося от традиционных закономерностей потребительского поведения и спроса. Геометрическая и логическая интерпретация связей позволила установить пересечение аддиктивного поведения с иррациональным и его включение в девиантное потребление и деструктивную деятельность, что подтвердило нормативную природу термина и факторные, причинно-следственные связи с указанными явлениями. Аддикция трактуется как ощущаемая человеком

навязчивая потребность в определенной деятельности и связанных с ней ресурсах и продуктах. В институциональном аспекте аддиктивное потребление представляет собой приобретение и использование ресурсов (товаров и услуг) для осуществления обусловленных вредными привычками видов деятельности потребителя (аддиктивных институций). Аддиктивное потребительское поведение – рутинизированная субъектом модель действий, направленных на осуществление аддиктивного потребления. Аддиктивные блага – это товары и услуги, удовлетворяющие естественно не обусловленные, социально порицаемые или табуируемые (вплоть до делегитимизации) потребности, и под воздействием содержащихся в них психоактивных веществ и/или поведенческих паттернов становящиеся предметом патологической зависимости потребителя.

3. Концепция аддиктивного потребительского поведения и механизм спроса и предложения на рынках аддиктивных благ имеют характеристики, отличные от базовых закономерностей классической теории: оценки полезности потребителя аддиктивных благ должны быть расширены учетом будущих негативных последствий для себя и окружающих; прирост потребления аддиктивных товаров в течение определенного периода сохраняет удовлетворение и предполагает по мере увеличения потребления и роста привыкания рост предельной полезности; аддиктивные блага стимулируют возникновение других иррациональных потребностей, регулярное потребление любого аддиктивного блага увеличивает вероятность начала потребления других; для аддиктивных товаров характерно значительное колебание спроса, детерминируемое эффектом привыкания; привыкание к аддиктивным благам определяется прошлым потреблением и учетом будущих последствий, социальной и биологической наследственностью, социально-экономическими и социокультурными факторами; значительной детерминантой величины предложения аддиктивных благ является государственная политика; цена аддиктивного блага выступает непосредственным индикатором экономической

заинтересованности и предпринимателя, и государства, которому в цене принадлежит значительная составляющая в виде косвенных налогов; юридические запреты не ликвидируют рынок аддитивных благ, а меняют его конфигурацию в сторону теневого; развитие новых технологий производства позволяет выводить на рынок новые аддитивные товары, которые государство не успевает вносить в список запрещенных; на рынках аддитивных благ, акцизное бремя, не рассматривается хозяйствующими субъектами в качестве издержек производства и перекладывается на потребителей; высокая цикличность изменений правил игры не позволяет бизнесу строить долгосрочные планы социально-экономического развития, а, заставляет актуализировать антикризисный план, план перехода в теневой сектор, применять методы агрессивного продвижения аддитивных товаров; выработанный неоклассической теорией подход формирования цены товара в соответствии с принципами предельной полезности и издержками производства для аддитивных товаров необходимо расширить принципом компенсации и регулирования внешних издержек; вопросы предпочтений индивидуумов и объемов производства, выявленные рынком, являются «искаженными», поэтому должны решаться легитимным и институционально оформленным «экспертом по этике».

4. На основе теории матриц и комбинаторики представлена комплексная характеристика содержания системы зависимостей и взаимосвязей субъектов, объектов, индикаторов рынков аддитивных благ: обозначены интересы субъектов и показатели их иллюстрирующие; построена и описана схема движения аддитивных благ, доходов, налогов, социальных трансфертов, дотаций между субъектами рынков; разработаны и классифицированы первичные и вторичные, общие и отраслевые индикаторы характеристики субъектов и объектов рынков аддитивных благ; рассмотрено воздействие, потребляемых аддитивных благ на потребителей и третьих лиц, а также влияние потребностей населения в аддитивных благах на деятельность хозяйствующих субъектов и государственных

институтов; изучены взаимосвязи между аддиктивными благами; систематизированы исследования корреляции индикаторов.

5. В соответствии с теорией множеств, представлений о динамических и приближенных множествах построена теоретико-множественная интерпретация связи между аддиктивными и опекаемыми благами, в соответствии с которой на современном этапе к классу опекаемых благ относятся алкогольная и спиртосодержащая продукция, наркотики, табачные изделия, лекарственные средства, азартные игры. Отказывание рынка при устранении экстерналий потребления аддиктивных товаров, информационная асимметрия, необходимость ограничения спроса на них со стороны частных лиц до нормативных установок общества, важность для государственных финансов, использование в качестве политического инструмента, являются мотивами государственной опеки.

Институциональная опека отдельных категорий благ представляет собой социально значимую институциональную функцию государства, связанную с повышенным регулирующим воздействием на их производство, обращение и потребление посредством специальных функций санкционирования, нормирования, стандартизации, сертификации, лицензирования, учета, контроля, анализа, оценки, наблюдения, с целью снижения объемов трансакций до нормативных установок общества.

В сформированном дереве целей и ограничений общественной опеки аддиктивных благ цели классифицированы на экономические, политические, военно-мобилизационные, психологические, социальные и медицинские. Генеральная долгосрочная отвечающая интересам общества цель государственной политики на рынках аддиктивных благ – сокращение бремени негативных последствий связанных с потреблением аддиктивных благ и адекватное использование экономического, медицинского, психологического, социального потенциалов рынков аддиктивных благ.

Ограничением первого уровня всех позитивных эффектов являются нормы потребления, установленные медициной, религиозными и социальными традициями.

Для разработки прогнозных сценариев достижения цели установлены субъекты ее реализации, определены принципы государственной опеки, разработаны абсолютные и относительные экономические и социальные показатели мониторинга достижения цели, систематизированы методы и средства, инструменты и формы государственного регулирования.

Специфичные проблемы опеки аддиктивных благ: – превалирование рестриктивных методов регулирования над мотивационными; – создание негативных экстерналий опекающим государством; – отставание динамики изменений институциональной базы от темпов создания новых видов аддиктивных товаров и услуг. Необходимость сформировать единую политику регулирования рынков аддиктивных благ предполагает разработку Концепции государственной политики сокращения масштабов потребления аддиктивной продукции и профилактики аддикций среди населения России.

Важным направлением дальнейшего анализа становится изучение рынков аддиктивных благ с точки зрения отрицательного общественного блага, т.к. практически каждый член общества, в том числе и против своего желания, вынужден нести бремя ряда отрицательных внешних эффектов, а также «расходов, возникающих вследствие настоящего стремления к аддиктивным благам» (DSB-расходы).

6. Препятствием для позитивного теоретического подхода к изучению рынков аддиктивных благ и смежных социальных и правовых проблем является дефицит достоверной институциональной и статистической информации вследствие отсутствия официального статистического измерения, затруднений объективной регистрации информации в условиях юридического запрета, искажения и сокрытия информации заинтересованными поставщиками официальных сведений. Однако, несмотря на ограниченность возможностей, научная работа по развитию

знаний является необходимой. Пока отсутствуют широкие достоверные данные по табачным изделиям, энергетическим напиткам, игорному бизнесу, наркотикам, следует опираться на выводы, полученные при изучении алкогольных напитков, поскольку аддиктивные блага имеют близкие экономические характеристики.

В ходе исследования изучены и систематизированы данные на базе алкогольного рынка о действии закона спроса, его эластичности, влиянии основных неценовых детерминантов, работе механизма предложения, факторах изменения предложения, распределении акцизной нагрузки, ее влиянии на формирование структуры спроса и предложения.

В исследовании сформированы рекомендации статистическим и таможенным органам по расширению и развитию наблюдений и учету информационных данных по юридически разрешенным алкогольным и безалкогольным энергетическим напиткам, табачным изделиям, азартным играм. Важно вести регулярный учет государственных расходов на регулирование рынков аддиктивных благ и расходов, поступающих на реализацию мер по снижению их потребления и ослаблению последствий, оценку общественных потерь от употребления аддиктивных благ.

В исследовании пришлось обратиться к явлениям, на которые наложено табу общепринятых нравственных и правовых норм, действующей политической системы, обратиться за информацией о поведении зависимых потребителей к аддиктологии, социально-психологическим и другим смежным наукам, но все это необходимо для расширения традиционной экономической теории и разработки практических рекомендаций государственным институтам и обществу в целом.

7. Отечественный алкогольный рынок, как, пожалуй, никакой другой, с высокой периодичностью переживает реформирование, связанное с кардинальными изменениями государством правил игры. Легальный бизнес постоянно находится под давлением, которое сопровождается финансовыми потерями, эмоциональным напряжением и стрессами работников отрасли. На

основе имеющихся данных построена периодизация использования государством различных методов регулирования рынка, исследовано, какие меры предпринимались, как колебалось предложение и потребление крепкой алкогольной продукции, как изменялась смертность и другие показатели состояния здоровья населения, экономические индикаторы.

Установлено, что циклические реформы преимущественно сопровождалась переделом рынка в интересах тех или иных групп влиятельной элиты в ущерб долгосрочным стратегическим интересам общества. Только в периоды, когда государство наиболее остро нуждалось в финансовых средствах, доход от промышленности перераспределялся в бюджет, а за всю историю алкогольной промышленности единственная реформа, безусловной целью которой было сохранение здоровья нации в ущерб интересам бюджетной сферы государства и национальных производителей, проводилась в годы перестройки. Отмена в девяностых годах государственной монополии, либерализация ценообразования, приватизация, введение обложения алкогольной продукции и другие институциональные преобразования привели к ослаблению государственного контроля, усилению сращивания алкогольного лобби с представителями органов власти, распространению коррупции, созданию предпосылок для получения нелегальными участниками рынка сверхприбыли при уходе от налогообложения и негативным социальным последствиям для общества.

8. Для рынков аддиктивных благ очень выраженной является проблема соблюдения баланса интересов государства, хозяйствующих субъектов, потребителей и их окружения. Поэтому теорию и практику социально-экономической эффективности состояния, развития и функционирования рынков аддиктивных благ необходимо рассматривать в триединстве ассоциированных интересов субъектов регулирования (государства и общества), предложения (производителей и продавцов) и потребления (покупателей). Институциональный паритет – равенство статусов субъектов экономических отношений на определенном рынке или в рамках конкретной

транзакции. Институциональный диспаритет определяется, как асимметрия прав, возможностей и ресурсов между декларируемо равными по институциональному статусу сторонами взаимоотношений. Институциональный паритет прав на реализацию экономических интересов может устанавливаться, как между однородными, так и между разнородными институциональными субъектами при наделении их правами, уравнивающими статусы. В триединстве интересов субъектов сферы аддитивных благ для оценки паритетности состояния институциональной среды следует определить норму эффективности институциональных субъектов, как равноправных участников институционального процесса. Институциональная норма эффективности функционирования рынков аддитивных благ – это эволюционно сложившееся, социально признанное, нормативно утвержденное соотношение между результатами и источниками функционирования институциональных субъектов в соответствии с их институциональными статусами, представляемая в виде референсного диапазона значений показателей.

В дальнейших исследованиях и практической деятельности важно разработать значения и механизм соблюдения показателей институциональной нормы эффективности однородных и разнородных субъектов, а также провести анализ и обосновать программу функционирования кластера компаний взаимодействующих в сфере индифферентных, аддитивных и комплементарных благ, которые заинтересованы в создании и поддержании институционального паритета.

9. На рынках аддитивных благ особенно отчетливо проявляются, функционируют, институционализируются и продолжают возникать, многочисленные формы «провалов» рыночной системы, воспроизводство которых осуществляется в теневом секторе. Проблема теневой и неформальной деятельности имеет непосредственную взаимосвязь с запретами в этих сферах, приводящих к дефициту или полному отсутствию

аддиктивных благ в легальном обороте, что определяет необходимость разработки технологий их мониторинга и способов ликвидации.

Развитие институциональной теории теневой экономики требует преодоления конвенционального метафоризма ее категориального аппарата; повышения системности оценки, наблюдения и регулирования аномальных форм экономических отношений. Аномальными являются экономические отношения, которые ведутся с отклонением от установленных законодательством норм вне поля зрения легитимных учетных, регулирующих и контролирующих органов. Критериями аномальности, на которых основана типологизация аномальной экономической деятельности, являются: запрещенная законом деятельность или/и без соответствующего права; отсутствие или искажение учета; несоблюдение правил регистрации; несоответствие установленной форме организации экономической деятельности; удовлетворение деструктивных потребностей; уклонение от налогов, взносов, сборов; неправомерные выгоды и льготы (перераспределение); уголовное преследование.

Перспективными направлениями дальнейшего анализа теневого и неформального сектора экономики, выходящего за рамки проведенного исследования, становится изучение: последствий резких институциональных и структурных изменений; трудностей адаптации инструментария экономического регулирования к природно-климатическим, религиозным, общественно-политическим реалиям; симбиоза официальной и скрытой деятельности в официально зарегистрированных хозяйствующих субъектах; отношений собственности в условиях нелегального рынка аддиктивных благ; транзакционных издержек и институциональной организации в теневом секторе; участия незаконно полученных доходов в законодательных и исполнительных органах, в управлении регионами, экономическими отраслями и т.д.

10. Социально-экономические институты связаны и находятся в иерархии с привычками. Однако, институциональной теорией не

раскрывается и не уточняется связь и подчиненность институтов и вредных привычек. Разнокачественные привычки, т.е. полезные и вредные можно определить, как склонность к следованию способу поведения, осуществление которого приобретает для индивида (или группы, общества) характер естественной жизненной или не естественно-обусловленной потребности.

Институциональное развитие рынков аддиктивных благ основывается на экспансии вредных привычек и формировании комплементарных институтов. Общая логика аддиктивного институтогенеза имеет следующий вид: неоднократное осуществление аддиктивных действий → закрепление аддиктивной потребности → развитие на ее базе аддиктивных предпочтений → возникновение вредной привычки → рутинизация девиантной модели поведения → локальное или массовое распространение аддиктивных институций (видов аддиктивного потребления) → расширение связанных групп субъектов рынков аддиктивных благ → развитие аддиктивных институтов (норм, ценностей, убеждений, стереотипов и др.) → формирование и изменения институтов системы государственного регулирования (правил, стандартов, процедур и др.).

В отличие от полезных, вредные привычки формируются в нарушение неформальных норм и/или формальных правил, поддерживаемых большинством данного общества, поэтому одобряются в рамках узких социальных групп.

Полезные и вредные привычки являются основой и, вместе с тем, продуктом эволюции формальных и неформальных институтов. Полезные привычки, разделяемые обществом, принимают форму социально-экономических институтов. Для разрешения противоречия индивидуальных (групповых) вредных привычек с общественными интересами создаются формальные институты, регламентирующие взаимодействие и обеспечивающие возможности достижения целей всеми участниками институционального процесса. Индивидуальные вредные привычки, разделяемые группой, принимают форму неформальных институтов. По мере

их укрепления в обществе возникают формальные институты с функциями развития или подавления вредных привычек. Поэтому между вредными привычками и институтами существует прямая и обратная связь, когда привычки влияют на возникновение институтов и затем сами становятся объектом воздействия институтов. Однако, в отличие от полезных привычек, продолжением которых являются институты и, например, рост культуры, вредные привычки в большинстве ситуаций оказывают разрушающее влияние на устоявшиеся институты и приводят к снижению культуры. Если аддиктивное потребительское поведение становится доминирующим параметром образа жизни, то труд, учеба, быт, общественно-политическая и культурная деятельность становятся вторичными, что в итоге окажет негативное влияние на экономический рост.

11. Для регулирования рынков аддиктивных благ практикуется создание специализированных органов, персональная ответственность за реализацию государственной политики которыми фактически отсутствует. За органами исполнительной власти следует закрепить ответственность в соответствии с планом действий, целями, стратегиями и задачами. Предлагается исходя из разработанной методики, учитывающей экономические и социальные результаты, позитивные и отрицательные экстерналии государственного регулирования, хозяйствования и потребления с широким диапазоном эффективности, включая неэффективность и отрицательную эффективность, ежегодно проводить комплексную оценку результативности работы уполномоченных органов, на основании которой осуществлять мотивацию и ротацию ответственных лиц за реализацию тех или иных полномочий в сфере регулирования и контроля рынков аддиктивных благ.

12. На реальных рынках аддиктивных благ запрет и легализация или прогибиционизм и антипрогибиционизм в чистом виде такая же абстракция, как в реальной экономике совершенная конкуренция и чистая монополия. В основе институционального регулирования рынков аддиктивных благ

заложены антагонизм и синтез в различных комбинациях прогибиционизма и антипрогибиционизма, монополии и конкуренции.

В исследованиях встречаются попытки обоснования, опровержения, модификации, разработки иных путей регулирования аддиктивных рынков товаров и услуг, которые зачастую сформированы под воздействием лоббистских усилий, популизма, лозунгов, предвыборной риторики.

Для сокращения предложения и достижения стратегических социальных целей на рынках аддиктивных благ уровень конкуренции целесообразно снижать. Наиболее предпочтительная для общества модель организации данных рынков – монополия, обеспечивающая сокращение объема выпуска до уровня социальной эффективности. На рынках азартных игр и наркотиков целесообразно сохранять сочетание политики прогибиционизма и монопольно-олигополистического предложения, на олигополистических рынках табачных изделий и энергетических напитков – углублять монополию, а на рынке алкогольной и спиртосодержащей продукции рекомендуется дифференцированный подход к его сегментам с учетом их специфичности.

13. Опираясь на накопленные знания, сформулирован инерционный, модификационный, монопольный и прогибиционистский сценарии развития рынков аддиктивных благ, в рамках которых рассмотрена реализация традиционно эффективных в международной практике, а также инновационных мер государственной политики по сокращению бремени проблем связанных с потреблением аддиктивных благ и адекватному использованию потенциала отраслей.

В соответствии с гипотезой о функционировании и развитии прогнозируемой системы выявлены политические, экономические, социальные, внешнеторговые и чрезвычайные факторы, определяющие возможность перехода из одного состояния в другие в принятой классификации и построена матрица «состояния-факторы».

Вероятными точками бифуркации в развитии прогнозируемой системы обозначены 2018, 2024 и 2030 гг. выбора главы государства. Происходящие в межбифуркационные периоды смена правительства, активизация оппозиции, изменение соотношения сил внутри политической элиты, могут привести к смене политического лидера, режима, политических идей, структур и способов осуществления политики.

Инерционный сценарий направлен на сохранение, поддержание и укрепление имеющихся институтов. Изменение количественных и качественных параметров достижения цели основано на проецировании текущих тенденций. Предполагает сохранение существующей неустойчивой конструкции рынков аддиктивных благ, с действующим механизмом государственного регулирования и его принципиальными дисфункциями.

Модификационный сценарий предполагает создание контрактной системы государственно-частного партнерства в сфере производства, оборота, распределения аддиктивных благ. Означает формальную институционализацию сложившейся неформальной коррупционной системы ограничений доступа на рынок, его территориального или иного распределения между участниками. В стратегическом плане приведет к формированию олигопольного рынка разрешенных аддиктивных благ и последующему проведению политики сообразной национальным интересам.

Монопольный сценарий заключается в поэтапной организации государственной сети специализированных розничных магазинов продажи группы аддиктивных товаров. В среднесрочной перспективе монополизация розничной торговли исключит попадание в розничную сеть продукции, незаконно освобожденной от налогов, приведет к полному контролю над производством, дистрибуцией, импортом и экспортом аддиктивных благ.

Прогибиционистский сценарий означает полный запрет производства, оборота, торговли и потребления аддиктивных благ. Следует предположить, что, сложившийся на современном этапе высокий уровень теневой деятельности на рынке алкогольной продукции и табачных изделий не будет

снижен, а может увеличиться, поскольку 36-38 % взрослого населения является их потребителями. Их потребление прочно укоренилось в обществе и приобрело масштаб, который не удастся в краткосрочной перспективе сократить тотальным запретом. Регулярными потребителями наркотиков являются около 3 % взрослого населения, их потребление не укладывается в социальные нормы, поэтому распространение наркотиков среди населения следует сдерживать тотальным запретом. Привычка к азартным играм также не достаточно укоренилась, поэтому, несмотря на появление нелегальных игорных заведений прогибиционистский сценарий должен способствовать сдерживанию и постепенному снижению уровня теневой деятельности.

Эффективность мер сокращения теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов, регуляции экономической и физической доступности, профилактики, диагностики, лечения, реабилитации, выше при монопольной сценарии. Меры по ограничению рекламы, спонсорства, стимулирования продаж, воздействия на изменение поведения потребителя в особых условиях, связанных с повышенным риском результативнее в условиях прогибиционистского сценария. В рамках всех рассмотренных сценариев наибольшая эффективность конкретных мер по достижению генеральной цели может быть достигнута в условиях монополизации розничной торговли аддиктивными благами.

Список литературы

1. Авагян, Э. Ю. Инструменты и методы государственного регулирования товарного рынка алкогольной продукции : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Э. Ю. Авагян. – Краснодар, 2006. – 23 с.
2. Азгальдов, Г. Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии) / Г. Г. Азгальдов. – М. : Экономика, 1982. – 256 с.
3. Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России / отв. ред. Д. А. Халтурина, А. В. Коротаев. – М. : ЛЕНАНД, 2008. – 376 с.
4. Алкогольная политика и общественное благо / G. Edwards [и др.]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: www.optimalist.narod.ru/alkpol.doc (дата обращения: 09.01.2014). – Загл. с экрана
5. Аллен, Р. Г. Д. Пересмотр теории ценности / Р. Г. Д. Аллен, Дж. Р. Хикс // Вехи экономической мысли. – Вып. 1 : Теория потребительского поведения и спроса / под ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экон. шк., 1993. – С. 117–141.
6. Альтшулер, В. Б. Клиника алкоголизма / В. Б. Альтшулер // Руководство по наркологии : в 2 т. / под ред. Н. Н. Иванца. – М. : Медпрактика-М, 2002. – Т. 1. – С. 203–232.
7. Андреев, Е. М. Статистика смертности в России от причин алкогольной этиологии / Е. М. Андреев, И. А. Збарская // Вопросы статистики. – 2009. – № 8. – С. 44–50.
8. Андриенко, Ю. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь / Ю. В. Андриенко, А. В. Немцов // EERC. – М., 2005. – 5 окт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://trezvenie.org/files/books/ocenka.pdf> (дата обращения: 30.08.2012). – Загл. с экрана.
9. Андриенко, Ю. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь : препринт № 89 / Ю. В. Андриенко, А. В. Немцов // Центр экономических и финансовых исследований и разработок в Российской экономической школе.

– 2006. – Янв. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.cefir.ru/> (дата обращения: 28.08.2012). – Загл. с экрана.

10. Аникин, С. С. Трезвость – национальная черта русского народа / С. С. Аникин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.sobersiberia.ru/node/163> (дата обращения: 26.05.2012). – Загл. с экрана.

11. Анкета // Вега-Интернет : [форум]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://forum.vega-int.ru/index.php?/topic/96446-%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B0/> (дата обращения: 19.08.2012). – Загл. с экрана.

12. Артамонов, А. Д. Технические университеты в информационном обществе / А. Д. Артамонов, Г. И. Ловецкий ; Моск. гос. техн. ун-т им. Н. Э. Баумана. – М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2004. – 288 с.

13. Байльдинов, Е. Потребности индивида и развитие общества / Е. Байльдинов // Общество и экономика. – 2010. – № 2. – С. 64–72.

14. Бассет, Ч. Этика и коррупция / Ч. Бассет. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.formulaprava.ru> (дата обращения: 15.12.2012). – Загл. с экрана.

15. Батенёва, Т. Дали прикурить / Т. Батенёва. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/03/05/tabak.html> (дата обращения: 09.11.2013). – Загл. с экрана.

16. Белл, Д. Преступление как американский образ жизни / Д. Белл // Социология преступности. – М. : Прогресс, 1966. – С. 265–281.

17. Биологический энциклопедический словарь / под ред. М. С. Гилярова. – 2-е изд., испр. – М. : Сов. энцикл., 1989. – 864 с.

18. Бовал, В. Проект ЦРУ «МК-Ультра» – эксперименты над сознанием / В. Бовал // Военное обозрение. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://topwar.ru/20913-proekt-cru-mk-ultra-eksperimenty-nad-soznaniem.html> (дата обращения: 11.05.2013). – Загл. с экрана.

19. Большая экономическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – 816 с. – С. 451.
20. Большой бухгалтерский словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Ин-т новой экономики, 1999. – 574 с.
21. Большой психологический словарь / под ред. Б. Г. Мещерякова, акад. В. П. Зинченко. – Электрон. текстовые дан. – М. : Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 672 с. – Режим доступа: http://psychology.academic.ru/6303/аддиктивное_поведение (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.
22. Большой толковый словарь русского языка. – Электрон. текстовые дан. – СПб. : Норинт : С. А. Кузнецов, 1998. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/kuznetsov/45755%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9> (дата обращения: 05.08.2013). – Загл. с экрана.
23. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М. : Ин-т новой экономики, 2008. – 1472 с.
24. Брамбилла, А. Почему азиатская валютная война коснулась и сигарет / А. Брамбилла. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/world/20130212/205765761.html> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.
25. Быкова, А. Г. Алкогольный вопрос в Российской империи во второй половине XIX – начале XX века : автореф. дис. ... д-ра ист. наук : 07.00.02 / Быкова Анастасия Геннадьевна. – Омск, 2012. – 52 с. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: omgru.ru/disser/download/autore... (дата обращения: 05.08.2013). – Загл. с экрана.
26. Быстрицкая, Н. О. О сущности и оценке экономической эффективности общественного производства / Н. О. Быстрицкая // Экономические науки. – 1971. – № 6. – С. 12–20.
27. Бюджетные вливания в Волгоградский ЛВЗ в ближайшие годы не окупятся // Информационное агентство «Высота 102.0». – Электрон.

текстовые дан. – Режим доступа: <http://v102.ru/econom/25276.html> (дата обращения 17.03.2012). – Загл. с экрана.

28. В Волгограде война с «однорукими бандитами» превратилась в борьбу с ветряными мельницами. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://v102.ru/news/42922.html> (дата обращения: 21.01.2014). – Загл. с экрана.

29. В Казахстане энергетические напитки приравняют к алкогольным. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.rosbalt.ru/exussr/2013/07/03/1148008.html> (дата обращения: 21.10.2013). – Загл. с экрана.

30. В Латвии собрались запретить продажу энергетических напитков школьникам. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2012/06/07/ban/> (дата обращения: 20.10.2013). – Загл. с экрана.

31. Введение в институциональный анализ / под ред. В. Л. Тамбовцева. – М. : Экон. фак. МГУ : ТЕИС, 1996. – 171 с.

32. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.

33. Википедия: свободная энциклопедия. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 22.06.2013). – Загл. с экрана.

34. Вингерт, В. В. Регулирование рынка алкогольной продукции в условиях конкурентной среды : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Вингерт Валентина Валентиновна. – Новосибирск, 2010. – 163 с.

35. Внедрение сбалансированной системы показателей : пер. с нем. / Horvath&Partners. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 478 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).

36. Во Франции начались продажи спрея, вызывающего эффект опьянения // Alconews.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://www.alconews.ru/kreatiff/2012/06/kreatiff21743.php> (дата обращения 24.06.2012). – Загл. с экрана.

37. Войтов, А. Г. Эффективность труда и хозяйственной деятельности. Методология измерения и оценки / А. Г. Войтов. – М. : Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 232 с.

38. Вопросы экономики. – 1988. – № 12.

39. Воронцов, К. Минеральная водка. Новые технологии алкогольной рекламы / К. Воронцов // Коммерсантъ. – 2003. – 4 дек. (№ 222).

40. Второй доклад «Комитет экспертов ВОЗ по проблемам, связанным с потреблением алкоголя», Женева, 10–13 октября 2006 г.

41. Выводы Счетной палаты // Русская водка. – 2003. – № 6 (24).

42. Гавлин, М. Л. Вопрос о винных откупах в истории законодательства Российской империи. XVIII–XIX вв. / М. Л. Гавлин // Экономическая история : Обозрение. – Вып. 13 / под ред. Л. И. Бородкина. – Электрон. текстовые дан. – М. : Изд-во МГУ, 2007. – 240 с. – Режим доступа: <http://www.hist.msu.ru/Labs/Ecohist/OB13/gavlin.pdf>. – Загл. с экрана.

43. Гаврилец, Ю. Н. Социально-экономическое планирование: системы и модели / Ю. Н. Гаврилец. – М. : Экономика, 1974. – 174 с.

44. Гатаулина, Г. Энергетические напитки. Польза и вред энергетических напитков. Состав и влияние энергетических напитков на организм / Г. Гатаулина. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.inflora.ru/diet/diet186.html> (дата обращения: 03.02.2013). – Загл. с экрана.

45. Герасименко, Н. Ф. Разработка эффективной алкогольной политики – магистральное направление решения социально-демографического кризиса России / Н. Ф. Герасименко // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России / отв. ред.: Д. А. Халтурина, А. В. Коротаяев. – М. : ЛЕНАНД, 2008. – 376 с.

46. Гибкое развитие предприятия: эффективность и бюджетирование / В. Н. Самочкин [и др.]. – М. : Дело, 2002. – 376 с.

47. Гишинский, Я. И. Социология девиантного поведения как специальная социологическая теория / Я. И. Гишинский, О. С. Осипова // СоцИс. – 1991. – № 4. – С. 72–78.

48. Гоголева, А. В. Аддиктивное поведение и его профилактика : учеб.-метод. пособие / А. В. Гоголева. – 2-е изд., стер. – М. : Моск. психол.-соц. ин-т. – Воронеж : Изд-во НПО «МОДЭК», 2003. – 240 с.

49. Горегляд, В. П. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка эффективности использования федеральной собственности, переданной Федеральному государственному унитарному предприятию “Росспиртпром”, за 2005–2006 годы» / В. П. Горегляд // Архив Бюллетеня Счетной палаты. – 2008. – № 4 (124). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/247/> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

50. Горшков, М. К. Социальные факторы модернизации российского общества с позиций социологической науки / М. К. Горшков // Социологические исследования. – 2010. – № 12. – С. 28–41.

51. Госдеп. США глубоко обеспокоены в связи с принятием Госдумой законопроекта о штрафах за пропаганду гомосексуализма // ИТАР-ТАСС. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.itar-tass.com/c11/631763.html> (дата обращения: 09.02.2013). – Загл. с экрана.

52. Госдума приняла закон о реестре запрещенных сайтов // ООО «Лента.Ру». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2012/07/11/secondstep/> (дата обращения: 09.02.2013). – Загл. с экрана.

53. Государственное регулирование в субъектах РФ / Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.fsrar.ru/activities/gosudarstvennoe-regulirovanie-v-subektah-rossiisko> (дата обращения: 06.02.2014). – Загл. с экрана.

54. Государственно-частное партнерство : Краткое руководство. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.tpprf.ru/common/upload/invest/II_GCHP_Kratkoe_rukovodstvo.pdf (дата обращения: 22.02.2014). – Загл. с экрана.
55. Гугняк, В. Я. Институциональная парадигма в политической экономии: на примере Франции / В. Я. Гугняк. – М. : Наука, 1999. – 174 с.
56. Гульбасов, А. В. Концепция экономического пространства и ее потенциал в исследовании экономических процессов и явлений : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / А. В. Гульбасов. – Иваново, 2007. – 24 с.
57. Данилова, Д. Табак о себе заботится / Д. Данилова // Группа «Эксперт». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://expert.ru/russian_reporter/2013/05/tabak-o-sebe-zabotitsya/ (дата обращения: 21.07.2013). – Загл. с экрана.
58. Данилова, Н. Энергетические консервы / Н. Данилова // Здоровье. – 2012. – Сентябрь. – С. 92–93.
59. Данилов-Данильян, В. И. Система оптимального перспективного планирования народного хозяйства / В. И. Данилов-Данильян, М. Г. Завельский. – М. : Наука, 1975. – 320 с.
60. Данишевский, К. Д. Проблемы контроля табакокурения и злоупотребления алкоголем: меры и подходы / К. Д. Данишевский // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России / отв. ред. Д. А. Халтурина, А. В. Коротаев. – М. : ЛЕНАНД, 2008. – 376 с.
61. Данишевский, К. Демографический кризис в России: оптимальные пути преодоления / К. Данишевский // Отечественные записки. – 2006. – № 29 (2). – С. 50–62.
62. Даренский, И. Д. Аддиктология как научная дисциплина и область практической деятельности / И. Д. Даренский. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kastrubin.ru/index1.php?id=130&pid=36> (дата обращения: 01.01.2013). – Загл. с экрана.

63. Девиантное поведение // Медицина : on-line : справочник. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://hippocrate.narod.ru/d/deviantnoe.htm> (дата обращения: 16.02.2013). – Загл. с экрана.
64. Девиантное поведение. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/890103> (дата обращения: 16.02.2013). – Загл. с экрана.
65. Девиантное поведение. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/deviantnoe-povedenie.html> (дата обращения: 16.02.2013). – Загл. с экрана.
66. Девиация, девиантное поведение. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.finteoria.ru/deviant.html> (дата обращения: 16.02.2013). – Загл. с экрана.
67. Детям запретят покупать энергетические напитки. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://news.mail.ru/inworld/latvia/society/10367422/> (дата обращения: 21.10.2013). – Загл. с экрана.
68. Джевонс, У. С. Краткое сообщение об общей математической теории политической экономии / У. С. Джевонс // Вехи экономической мысли. – Вып. 1 : Теория потребительского поведения и спроса / под ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экон. шк., 1993. – С. 70–77.
69. Джонсон, К. Деловая этика. Руководство по управлению ответственным предприятием в развивающейся рыночной экономике / К. Джонсон, И. Абрамов. – Вашингтон : Упр. междунар. торговли М-ва торговли США, 2005. – 374 р.
70. Дмитриев, В. К. Критические исследования о потреблении алкоголя в России / В. К. Дмитриев // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков : в 5 т. / сопред. редкол. Г. Г. Фетисов, А. Г. Худоркомов. – Т. III : Эпоха социальных переломов / отв. ред. А. Г. Худоркомов. – М. : Мысль, 2005. – 896 с.

71. Дмитриев, В. К. Критическое исследование о потреблении алкоголя в России / В. К. Дмитриев. – М. : Изд-во В.П. Рябушинского, 1911. – 304 с.
72. Дмитриев, В. Нижнему больше не наливать / В. Дмитриев, Н. Дицман. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.yarmarka.net/news/news.asp?id=35233> (дата обращения: 21.04.2012). – Загл. с экрана.
73. Доброхотов, А. Л. Цель / А. Л. Доброхотов // Новая философская энциклопедия. – М., 2000. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://iph.ras.ru/elib/3339.html> (дата обращения: 13.04.2014). – Загл. с экрана.
74. Доклад Общественной палаты Российской Федерации от 13 мая 2009 г. «Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.oprf.ru/files/dokladalko.pdf> (дата обращения: 28.10.2012). – Загл. с экрана.
75. Доли ведущих производителей пива по объему продаж в России в 2009–2011 гг. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://barley-malt.ru/?p=1990> (дата обращения: 05.10.2013). – Загл. с экрана.
76. Дробиз, В. И. Как побороть нелегальный алкогольный рынок России? / В. И. Дробиз // Ликероводочное производство и виноделие. – 2006. – № 5. – С. 2–4.
77. Дюркгейм, Э. Самоубийство : Социологический этюд / Э. Дюркгейм ; подгот. Вал. А. Луковым. – СПб. : Союз, 1998. – 496 с.
78. Егоров, А. Современные особенности алкоголизма у женщин: возрастной аспект / А. Егоров, Л. Шайдукова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.narcom.ru/publ/info/235> (дата обращения: 20.02.2014). – Загл. с экрана.
79. Емельянова, С. В Чечне принят закон о запрете «энергетиков» / С. Емельянова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://www.rg.ru/2013/04/15/reg-skfo/energ.html> (дата обращения: 20.10.2013). – Загл. с экрана.

80. Ерзнкян, Б. А. Институциональные «ловушки» теневой экономики / Б. А. Ерзнкян, Д. П. Фролов // Свет и цвет в экономике и обществе : [монография] / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. – 736 с.

81. Жигунов, В. Н. Расследование уголовных дел, возбуждаемых по материалам оперативной разработки по преступлениям в сфере производства и оборота алкогольной продукции : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.09 / В. Н. Жигунов. – Нальчик, 2004. – 206 с.

82. Житлова, Л. Платформа для взлета / Л. Житлова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.liveretail.ru/articles.php?id=3206> (дата обращения: 05.10.2013). – Загл. с экрана.

83. Жук, А. А. Российский рынок алкогольной продукции: институциональный анализ, выводы, предложения / А. А. Жук, Е. А. Кизилова // JOURNAL OF ECONOMIC REGULATION (Вопросы регулирования экономики). – 2013. – т. 4. – № 3. – С. 47-57.

84. За производителями алкоголя будут следить из космоса. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.alconews.ru/russia/2012/06/21618.php> (дата обращения: 22.02.2014). – Загл. с экрана.

85. Загрязнение окружающей природной среды и здоровье населения. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ecololife.ru/study-599-3.html> (дата обращения: 21.07.2012). – Загл. с экрана.

86. Закон о болельщиках одобрен // Interfax. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/sport/txt.asp?id=274154> (дата обращения: 04.02.2013). – Загл. с экрана.

87. Закон о фанатах изгонит болельщиков с арен // РосБизнесКонсалтинг. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://sport.rbc.ru/football/newsline/21/09/2012/362274.shtml> (дата обращения: 09.02.2013). – Загл. с экрана.

88. Закон Российской Федерации от 21.07.1993 № 5485-1 «О государственной тайне» (ред. от 08.11.2011). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=121414> (дата обращения: 01.12.2013). – Загл. с экрана.

89. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (ред. от 26.07.2006) // КонсультантПлюс. – М., 2012.

90. Зиммель, Г. Избранное : в 2 т. / Г. Зиммель. – Т. 2 : Созерцание жизни. – М. : Юрист, 1996. – 607 с.

91. Зиммель, Г. Психология моды / Г. Зиммель // Научное обозрение. – 1901. – № 5. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.consumers.narod.ru/lections/fashion.html> (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.

92. Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально-экономические последствия и меры противодействия : докл. Обществ. палаты Рос. Федерации : утв. Советом Обществ. палаты Рос. Федерации 13 мая 2009 г. – М. : Асконлайн, 2009. – 83 с.

93. Золотарев, В. В. Под знаком орла и лебедя / В. В. Золотарев. – М. : Кругозор-наука, 2003. – 304 с.

94. Золотая книга элитарных вин и водок России / под ред.: Ю. И. Бобрышева, М. А. Гагарина. – М. : Кругозор-наука, 2000. – 606 с.

95. Золотогоров, В. Г. Экономика : энцикл. слов. / В. Г. Золотогоров. – Минск : Интерпресссервис : Кн. Дом, 2003. – 720 с.

96. Зомбарт, В. Буржуа : Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/20.php (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.

97. Зорин, А. Vodka. Национальный продукт № 1 : синопсис фильма / А. Зорин, А. Ханютин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2004/10/05/vodka/> (дата обращения: 11.05.2013). – Загл. с экрана.

98. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент : Теория и практика : учеб. пособие для вузов / А. Т. Зуб. – Электрон. текстовые дан. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 415 с. – Режим доступа: http://vmg.pp.ua/books/Бизнес/books/Управление_Менеджмент/Менеджмент/Зуб%20А.Т.%20-%20Стратегический%20менеджмент%20Теория%20и%20практика%202002/Стратегический%20менеджмент%20-%20Теория%20и%20практика.pdf (дата обращения: 10.11.2012). – Загл. с экрана.

99. Иванов, Д. Эксперты реабилитировали энергетические напитки / Д. Иванов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.utro.ru/articles/2012/12/20/1090869.shtml> (дата обращения: 09.02.2013). – Загл. с экрана.

100. Игнатов, В. М. Отчет о результатах проверки своевременности и правильности учета, эффективного использования интеллектуальной собственности в форме торговых марок (брендов) в ликероводочной промышленности Российской Федерации в Министерстве имущественных отношений Российской Федерации, Министерстве сельского хозяйства Российской Федерации, закрытом акционерном обществе «Союзплодимпорт» и федеральном казенном предприятии «Союзплодоимпорт» / В. М. Игнатов // Архив Бюллетеня Счетной палаты. – 2004. – № 1 (73). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/131/> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

101. Игнатов, В. М. Отчет о результатах проверки эффективности и целесообразности управления ФГУП «Росспиртпром», в том числе обеспечения поступлений части прибыли, остающейся после уплаты налогов

и иных обязательных платежей, в федеральный бюджет, а также эффективности и целесообразности учреждения и управления дочерними предприятиями / В. М. Игнатов // Архив Бюллетеня Счетной палаты. – 2003. – № 5 (65). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/bulletin/123/> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

102. Игнатова, Е. «Росспиртпром» будет акционирован по особой схеме / Е. Игнатова // Коммерсантъ. – 2008. – 25 марта (№ 48 (3865)). – С. 2.

103. Игнатова, Е. Заспиртованная монополия / Е. Игнатова // Business Guide (Ликероводочная промышленность) : прил. – 2007. – 17 апр. (№ 64 (3640)). – С. 2. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/757717> (дата обращения: 13.12.2012). – Загл. с экрана.

104. Из всего люкса россияне выбирают алкоголь // РамблерИнтернетХолдинг. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://news.rambler.ru/13187883> (дата обращения: 25.03.2012). – Загл. с экрана.

105. Ильин, В. И. Иррациональное потребительское поведение / В. И. Ильин // Library.fm. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.library.fm/index.php?option=com_content&task=view&id=1346&Itemid=29 (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.

106. Интернет-версия издания «Новая философская энциклопедия» : в 4 т. / Ин-т философии РАН, Нац. обществ.-науч. фонд ; пред. науч.-ред. совета В. С. Степин. – М. : Мысль, 2000–2001 ; 2-е изд., испр. и доп. – М. : Мысль, 2010. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://iph.ras.ru/enc.htm> (дата обращения: 23.08.2013). – Загл. с экрана.

107. Информация о мерах ограничения оборота алкогольной продукции в Норвегии. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru/> (дата обращения: 08.02.2014). – Загл. с экрана.

108. Информация о спайс и энтеогены, курительные миксы, курительные смеси. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://voodooipl.ru/istoriya-narko-veshhestv/kuritelnye-smesi/informaciya-o-spajs-i-enteogeny-kuritelnye-miksi-kuritelnye-smesi/> (дата обращения: 16.09.2012). – Загл. с экрана.

109. Иншаков, О. В. Краткий англо-русский словарь наиболее распространенных свето-цветовых терминов современного обществознания / О. В. Иншаков, Т. В. Максимова, Д. П. Фролов // Свет и цвет в экономике и обществе : [монография] / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. – 736 с.

110. Иншаков, О. В. Нанотрансформация товаров : препринт / О. В. Иншаков, А. Р. Яковлев ; Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2009. – 32 с.

111. Иншаков, О. В. Ресурсная и факторная нацеленность совокупного хозяйственного потенциала региона: методология определения и измерения / О. В. Иншаков // Трансформация хозяйственного механизма в условиях социально-экономических реформ: региональный аспект : материалы II Всерос. науч.-практ. конф., г. Волгоград, 23–25 нояб. 2004 г. : в 2 ч. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2004. – Ч. 1. – С. 3–21.

112. Иншаков, О. В. Хозяйственный и институциональный механизмы: соотношение и взаимодействие в условиях социально-рыночной трансформации российской экономики / О. В. Иншаков, Н. Н. Лебедева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. – Вып. 5. – 2000. – С. 5–13.

113. История «сухого закона» в СССР (1985 год). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://mailpresident.ru/node/10505> (дата обращения: 21.04.2012). – Загл. с экрана.

114. История алкоголя. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://istoria-alcogola.narod.ru/> (дата обращения: 20.05.2012). – Загл. с экрана.

115. История винокурения, продажи питей, акцизной политики Руси и России в археологических находках и документах XI–XIX вв. / Ю. И.

Бобрышев, В. В. Золотарев, Г. И. Ватковский [и др.]. – М. : Кругозор-наука, 2004. – 160 с.

116. История курения в России. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://zdorovyi-chelovek.ru/kurenie-i-zdorove/36-istoriya-kureniya-v-rossii.html> (дата обращения: 13.09.2014). – Загл. с экрана.

117. История питья // Твереза Украина. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://tvereza.info/sobriety/history/drinkinghistory_ru.html (дата обращения: 20.05.2012). – Загл. с экрана.

118. История табака в России. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.mitgaard.ru/library/articles/tobacco-in-russia/> (дата обращения: 30.03.2013). – Загл. с экрана.

119. Итоги 2001 г. // ФГУП «Росспиртпром». – [Б. м.] : [б. и.], 2001. – С. 14.

120. Казиханов, А. М. Повышение экономической эффективности функционирования виноградно-винодельческого подкомплекса АПК : автореф. дис. ... д-ра экон. наук / А. М. Казиханов ; Даг. гос. ун-т. – Махачкала, 1997. – 39 с.

121. Какой алкогольный рынок регулирует сегодня Федеральная служба? : Парадоксы экспертной статистики // Alconews.ru. ЦИФРРА. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.alconews.ru/cifra/document8396.php> (дата обращения: 09.12.2012). – Загл. с экрана.

122. Каллаш, В. В. Три века России от Смуты до нашего времени : в 6 т. / В. В. Каллаш – М. : Тов-во И. Д. Сытина, 1914. – Т. 4. – 289 с.

123. Кейлер, В. А. Экономика предприятия : Курс лекций / В. А. Кейлер. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : НГАЭиУ. Сиб. соглашение, 2000. – 132 с.

124. Кенжаева, Т. В. Социальные аспекты модернизации в современной России : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Кенжаева Татьяна Владимировна. – Краснодар, 2007. – 180 с.

125. Кесельман, Л. Е. Социальное пространство наркотизма / Л. Е. Кесельман, М. Г. Мацкевич. Тимофеев, Л. М. Наркобизнес. Начальная теория экономической отрасли. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Медицинская пресса, 2001. – 272 с.

126. Кировские предприятия алкопрома получают субсидии // ИА REGNUM. –2011. – 17 февр. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.agro.ru.com/news/712715.htm> (дата обращения: 19.05.2012). – Загл. с экрана.

127. Классификация потребностей // BestReferat.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-116154.html> (дата обращения: 21.07.2012). – Загл. с экрана.

128. Классификация потребностей. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/klassifikatsiya-potrebnostei> (дата обращения: 21.07.2012). – Загл. с экрана.

129. Клишова, Е. В. Институциональная среда: в контексте теории экономической рациональности / Е. В. Клишова // Научные труды Донецкого национального университета. Серия экономическая. – 2006. – Вып. 103–2. – С. 35–43. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://donntu.edu.ua/«Библиотека»/«Информационные ресурсы»> (дата обращения: 21.07.2012). – Загл. с экрана.

130. Клямкин, И. Теневая Россия / И. Клямкин, Л. Тимофеев. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.smb.ru/analitics.html?id=shadow_russia&part=p1#a1 (дата обращения: 24.02.2013). – Загл. с экрана.

131. Козлов, В. В. Стратегия и тактика помощи личности с игровой зависимостью / В. В. Козлов // Человеческий фактор. – 2009. – № 1 (17). – С. 10–21. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.zi-kozlov.ru/collections/scp-1-09.pdf> (дата обращения: 23.01.2013). – Загл. с экрана.

132. Козловски, П. Принципы этической экономики : пер. с нем. / П. Козловски ; ред. В. С. Автономов. – СПб. : Экон. шк., 1999.
133. Колесов, Д. В. Предупреждение вредных привычек у школьников / Д. В. Колесов. – М. : Изд-во УРАО, 2001. – 144 с.
134. Колмановский, М. Заспиртованный акциз / М. Колмановский // Профиль. – 2001. – 22 окт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.profile.ru/items_6204 (дата обращения: 19.05.2012). – Загл. с экрана.
135. Колодко, Гж. В. Этика в бизнесе, экономике и политике / Гж. В. Колодко // Вопросы экономики. – 2007. – № 11. – С. 44–54.
136. Концепция реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 г. : распоряжение Правительства Рос. Федерации от 30 дек. 2009 г. № 2128-р // Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. – 2009. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://fsrar.ru/policy_of_sobriety/koncepcia (дата обращения: 18.03.2012). – Загл. с экрана.
137. Короленко, Ц. П. Семь путей к катастрофе / Ц. П. Короленко, Т. А. Донских. – Новосибирск : Наука, 1990. – 224 с.
138. Коротаев, А. Русский водочный крест / А. Коротаев, Д. Халтурина. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://alcomarket.info/CRNAP/print.asp?NewsId=48474> (дата обращения: 24.11.2013). – Загл. с экрана.
139. Корчагина, Т. В. Мериторные блага в условиях формирования экономической системы нового типа : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Корчагина Татьяна Владимировна. – М., 2011. – 29 с. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://iop.rea.ru/CommonFiles/Autoref/автореферат%20Корчагиной%20ТВ.doc> (дата обращения: 14.05.2012). – Загл. с экрана.

140. Кострома предоставит субсидии производителям алкоголя // Alconews.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.alconews.ru/russia/2012/01/20132.php> (дата обращения: 17.03.2012). – Загл. с экрана.

141. Кофи Аннан предложил легализовать наркотики во всем мире. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.gosnews.ru/vmire/news/590> (дата обращения: 16.11.2013). – Загл. с экрана.

142. Кочубеева, М. Т. Экономика, организация и планирование спиртового и ликерно-водочного производства / М. Т. Кочубеева. – М. : Пищевая пром-сть, 1977. – 344 с.

143. Кошик, П. Иностраннный опыт : Запрет на курение в Нью-Йорке / П. Кошик. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.the-village.ru/village/situation/abroad/108791-zapret-na-kurenie-v-nyu-yorke> (дата обращения: 09.11.2013). – Загл. с экрана.

144. Крупнейшие заводы-производители водки в январе – сентябре 2013 г. // Коммерсантъ. – 2012. – 1 нояб. (№ 206 (4991)). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2057875?isSearch=True> (дата обращения: 05.10.2013). – Загл. с экрана.

145. Крупнейшие производители алкоголя в РФ // Коммерсантъ. – 2012. – 26 янв. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/1858803?isSearch=True> (дата обращения: 05.10.2013). – Загл. с экрана.

146. Кручина, Е. Н. Водка : путеводитель / Е. Н. Кручина. – М. : Изд-во Жигульского (ООО Бизнес ту Бизнес Продакшн Групп «Би-Би-Пи-Джи»), 2003. – 336 с.

147. Крылов, Э. И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия : учеб. пособие / Э. И. Крылов, В. М. Власова, И. В. Журавкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 608 с.

148. Кунявский, М. С. Показатели производственно-экономической эффективности / М. С. Кунявский // Эффективность общественного производства / М. С. Кунявский ; под ред. О. Н. Поликевича. – Минск : Наука и техника, 1979. – С. 142–160.

149. Курение в Турции. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.helloturkey.ru/kultura-i-religija/obychai-i-nravy/tabak-i-kurenje-v-turcii> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

150. Ланкастер, К. Перемены и новаторство в технологии потребления / К. Ланкастер // Вехи экономической мысли / под ред. В. М. Гальперина. – Вып. 1 : Теория потребительского поведения и спроса. – СПб. : Экон. шк., 1993. – С. 326–336.

151. Ларин, Ю. Частный капитал в СССР / Ю. Ларин // Антология экономической классики : в 2 т. – М. : ЭКОНОВ, 1993. – Т. 2. – 486 с.

152. Латов, Ю. В. Запретить нельзя разрешить: экономический анализ институтов прогибиционизма и антипрогибицинизма / Ю. В. Латов // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2009. – Т. 7, № 4. – С. 9–30.

153. Латов, Ю. В. Социальные функции теневой экономики в институциональном развитии постсоветской России : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.03 / Латов Юрий Валерьевич. – Тюмень, 2008. – 52 с.

154. Латов, Ю. В. Экономика вне закона : (Очерки по теории и истории теневой экономики) / Ю. В. Латов. – М. : Моск. обществ. науч. фонд, 2001. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ie.boom.ru/Latov/Monograph/Contents.htm>, свободный. – Загл. с экрана.

155. Лебедева, Н. Н. Институциональный механизм экономики: сущность, структура, развитие / Н. Н. Лебедева. – Волгоград : Волгогр. гос. ун-т, 2002. – 326 с.

156. Лебедева, Н. Н. Новая институциональная экономическая теория: Лекции, тесты, задания : учеб. пособие / Н. Н. Лебедева. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2005. – 200 с.

157. Лебедевич, А. Давай договоримся / А. Лебедевич. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.dela.ru/articles/antimonopol-vs-sgovor/> (дата обращения: 18.10.2013). – Загл. с экрана.

158. Левин, М. И. Экономические модели аддиктивного поведения / М. И. Левин, А. Б. Фенько. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: [finbiz.spb.ru>download/4_2008_levin.pdf](http://finbiz.spb.ru/download/4_2008_levin.pdf) (дата обращения: 19.08.2012). – Загл. с экрана.

159. Левич, А. П. Моделирование «динамических множеств» / А. П. Левич. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/levich_dinamich.html (дата обращения: 03.02.2013). – Загл. с экрана.

160. Левич, А. П. Теория множеств, язык теории категорий и их применение в теоретической биологии : учеб. пособие / А. П. Левич. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 190 с.

161. Левич, А. П. Язык категорий и функторов как архетип количественного и динамического описания Мира / А. П. Левич. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.chronos.msu.ru/RREPORTS/levich_yazuk.pdf (дата обращения: 03.02.2013). – Загл. с экрана.

162. Лейбенштейн, Х. Эффект присоединения к большинству, эффект сноба и эффект Веблена в теории покупательского спроса / Х. Лейбенштейн. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://book2001.narod.ru/Leibenstein.pdf> (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.

163. Ленин, В. И. Полн. собр. соч. : в 55 т. / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М. : Изд-во полит. лит., 1973. – Т. 29. – 783 с.

164. Леонова, Ю. Г. Оценка экономической эффективности оптового торгового предприятия на основе удовлетворенности потребителей / Ю. Г. Леонова // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – № 1. – С. 69–76.

165. Литвинцева, Г. П. Институциональная экономическая теория : учебник / Г. П. Литвинцева. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2003. – 336 с. –

Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://intervuz.tuit.uz/Elib_baza/Ebooks/ek_teori.htm (дата обращения: 02.08.2013). – Загл. с экрана.

166. Лукьянов, Ф. Чехи увидели наконец «небо в алмазах» / Ф. Лукьянов // Эхо планеты. – 2010. – Дек. (№ 47/48) – С. 21–23.

167. Лысак, И. В. Человек-разрушитель: деструктивная деятельность человека как социокультурный феномен / И. В. Лысак. – 1999. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://sbiblio.com/biblio/archive/lisak_chelovek/ (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.

168. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с англ. : в 2 т. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – Таллин : Римол, 1993. – Т. 1. – 399 с.

169. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с англ. : в 2 т. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – Таллин : Римол, 1993. – Т. 2. – 400 с.

170. Максимец, С. Энергетический геноцид / С. Максимец. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://2000.net.ua/2000/derzhava/ekspertiza/76307> (дата обращения: 21.10.2013). – Загл. с экрана.

171. Маркс, К. Соч. : в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М. : Гос. изд-во полит. лит., 1955. – Т. 3. – 629 с

172. Маркс, К. Соч. : в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – М. : Гос. изд-во полит. лит., 1955. – Т. 4. – 616 с.

173. Мартынов, В. А. Социально-экономическая эффективность производства: диалектика теории и практики реализации : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Мартынов Владимир Алексеевич. – Тамбов, 2000. – 19 с.

174. Мартынова, Ю. Табак производит антитела против рака / Ю. Мартынова // Наука и жизнь. – 2010. – № 2. – С. 13.

175. Медведев, В. А. Социалистическое производство : Политико-экономическое исследование / В. А. Медведев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономика, 1981. – 328 с.
176. «Медвежья» рулетка в Госдуме. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://avtomata.net/publ/53-1-0-162> (дата обращения: 26.07.2013). – Загл. с экрана.
177. Мейер, М. В. Оценка эффективности бизнеса / М. В. Мейер ; пер. с англ. А. О. Корсунского. – М. : Вершина, 2004. – 272 с.
178. Микульский, К. И. Социальная политика КПСС / К. И. Микульский, В. З. Роговин, С. С. Шаталин. – М. : Политиздат, 1987. – 352 с.
179. Миллиардеры меряются своими яхтами // Эхо планеты. – 2011. – № 19. – С. 21.
180. Милль, Дж. О свободе / пер. с англ. А. Фридмана // Наука и жизнь. – 1993. – № 11. – С. 10–15 ; № 12. – С. 21–26. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000853/index.shtml> (дата обращения: 26.10.2012). – Загл. с экрана.
181. Минаев, С. Роскошь по-советски / С. Минаев // Коммерсант ВЛАСТЬ. – 2010. – 25 окт. – С. 34.
182. Министерство промышленности и торговли Волгоградской области : [сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.volganet.ru/> (дата обращения: 21.01.2014).
183. Минфин предложит вывести часть спирта из ЕГАИС. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://bre.ru/risk/29019.html> (дата обращения: 24.05.2013). – Загл. с экрана.
184. Мировая экономическая мысль : Сквозь призму веков : в 5 т. / сопред. науч.-ред. совета Г. Г. Фетисов, А. Г. Худоркомов. – Т. III : Эпоха социальных переломов / отв. ред. А. Г. Худоркомов. – М. : Мысль, 2005. – 896 с.

185. Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков : в 5 т. / сопред. науч.-ред. совета Г. Г. Фетисов, А. Г. Худоркомов. – Т. V : Всемирное признание : Лекции нобелевских лауреатов : в 2 кн. / отв. ред. Г. Г. Фетисов. – М. : Мысль, 2005. – Кн. 2. – 813 с.

186. Миронов, А. История запретов и легализации азартных игр в России и Европе / А. Миронов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://playfaraon.com/gambling-history/> (дата обращения: 04.11.2013). – Загл. с экрана.

187. Михайлов, А. М. Институциональные отношения, интересы и правовые нормы / А. М. Михайлов // Вопросы экономики и права. – 2010. – № 5. – С. 12–16.

188. Молчанов, И. Н. Экономика общественного сектора. Тема 2. Причины существования и функции общественного сектора. Занятие № 4 / И. Н. Молчанов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://gendocs.ru/docs/12/11091/conv_1/file1.pdf (дата обращения: 06.09.2013). – Загл. с экрана.

189. Налоги : учеб. для вузов / под ред. проф. Д. Г. Черника. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 444 с.

190. Немцы стали курить меньше сигарет. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.rusverlag.de/2011/05/31/11974/немцы-стали-курить-меньше-сигарет.html> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

191. «Ненаблюдаемая экономика». Попытки количественных изменений / под ред. А. Е. Суринова. – М. : Финстатинформ, 2003. – 256 с.

192. Неформальная экономика. Россия и мир / под ред. Т. Шанина. – М. : Логос, 1999. – 576 с.

193. Никитин, С. Косвенные налоги: опыт развитых стран / С. Никитин, Е. Глазова, М. Степанова // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – № 2. – С. 15–23.

194. Никифоров, А. С. Гангстеризм в США: сущность и эволюция / А. С. Никифоров // Актуальные проблемы уголовного права. – М. : Ин-т государства и права АН СССР, 1988. – С. 140–149.

195. Никишин, А. В. Водка и Горбачев / А. В. Никишин. – М. : Изд. дом «Вся Россия», 2007. – 432 с.

196. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М. : Фонд экон. кн. «Начала», 1997. – 190 с.

197. Ноткин, А. И. Критерий и основные показатели экономической эффективности общественного производства при социализме / А. И. Ноткин // Теоретические и методологические проблемы повышения эффективности социалистического общественного производства. – М. : [б. и.], 1974. – С. 16–41.

198. О контрафактном алкоголе Росалкоголь поспорил с Росстатом // Алкоголь.Су – информационный алкогольный портал. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://alcogol.su/page.php?al=o_kontrafaktnom_alkogole (дата обращения: 04.06.2012). – Загл. с экрана.

199. О мерах по государственному регулированию рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции в Российской Федерации // Аналитический вестник Совета Федерации Федер. Собрания Рос. Федерации. – 2012. – № 13 (456). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2012/VSF_NEW201205041224/VSF_NEW201205041224_001.htm (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

200. О состоянии борьбы с незаконным оборотом алкогольной и спиртосодержащей продукции в г. Москва за 2003–2005 гг. : отчет СУ при ГУВД г. Москва. – М., 2005.

201. О состоянии борьбы с незаконным оборотом спирта и спиртосодержащей продукции в г. Челябинск за 1999–2002 гг. : отчет УВД. – Челябинск, 2003.

202. О состоянии правопорядка и мерах по борьбе с преступностью в Орловской области : отчет ГУВД. – Орел, 2004.

203. Олейник, А. Институциональная экономика. Гл. 2.7. Внелегальная экономика и методы ее анализа : учебник / под ред. А. Олейника. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 704 с.

204. Олейник, А. Н. Институциональная экономика / А. Н. Олейник. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 416 с.

205. Олех, Г. Л. Искушение Зеленым Змием: поведение сибирских регионов на рынке алкогольной продукции / Г. Л. Олех // ЭКО. – 2003. – № 10 (352). – С. 77–91.

206. Онлайн-переводчик PROMT. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.translate.ru/> (дата обращения: 10.11.2012). – Загл. с экрана.

207. Онлайн-переводчик с английского на русский // Казахский языковой модуль. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.zakon.kz/perevodchik_s_angliiskogo_na_russkii.html (дата обращения: 31.12.2012). – Загл. с экрана.

208. Основы экономической теории человеческого капитала: методологические и институциональные аспекты : монография / под ред. чл.-кор. АН Татарстана Ф. Г. Хамидуллина ; в составе авт. коллектива: Н. В. Ведин, А. Ш. Хасанова, И. Ф. Гоцуляк [и др.]. – Казань : Изд.-во «ФЭН» АН РТ, 2007. – 258 с.

209. Остерберг, Э. Какие механизмы борьбы с алкоголем являются наиболее эффективными и экономически целесообразными? // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной сверхсмертности в России / отв. ред. Д. А. Халтурина, А. В. Коротаев. – М. : ЛЕНАНД, 2008. – С. 263–282.

210. Оценка // Энциклопедии & Словари. Коллекция энциклопедий и словарей. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://enc-dic.com/new_philosophy/Ocenka-881.html (дата обращения: 12.04.2014). – Загл. с экрана.

211. Панов, С. Л. Противодействие незаконному обороту табачной продукции / С. Л. Панов // Современное право. – 2010. – № 3. – С. 133–136.

212. Пансков, В. Г. Аналитическая записка о проблемах налогового, таможенного и бюджетного законодательства Российской Федерации и предложениях по его совершенствованию / В. Г. Пансков. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.ach.gov.ru/userfiles/bulletins/12-buletен_doc_files-fl-1068.pdf (дата обращения: 11.12.2012). – Загл. с экрана.

213. Пансков, В. Г. Проблемы развития налоговой базы по сбору акцизов на спирт и ликероводочную продукцию и пути совершенствования государственного регулирования производства и оборота алкогольной продукции / В. Г. Пансков // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. – 2001. – № 1 (37). – 13 с.

214. Парнюк, М. А. Проблема деятельности и формирование нового человека : (Из обзора: «НТР и формирование нового человека») / М. А. Парнюк // Вопросы философии. – 1975. – № 7. – С. 23–30.

215. Паспорт проекта Федерального закона № 560303-5 «О внесении изменений в статьи 181 и 193 Налогового кодекса Российской Федерации и статью 50 Бюджетного кодекса Российской Федерации в части установления акцизов на безалкогольные энергетические напитки» : внесен депутатом Гос. Думы Федер. Собрания Рос. Федерации В. С. Селезневым // КонсультантПлюс : Некоммер. интернет-версия. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=86957> (дата обращения: 04.11.2013). – Загл. с экрана.

216. Переводчик : автоматический онлайн-перевод текста и документов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ua.all.biz/translate> (дата обращения: 31.12.2012).

217. Переводчик Google. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://translate.google.com/#en/ru/> (дата обращения: 31.12.2012).
218. Переводчик с английского на русский. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://perevod5.ru/russko-angliiskii-perevodchik> (дата обращения: 31.12.2012).
219. Переводчики и словари. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.webtran.ru> (дата обращения: 31.12.2012).
220. Петрунин, Ю. Ю. Этика бизнеса : учеб. пособие / Ю. Ю. Петрунин. – 2-е изд. – М. : Дело, 2001. – 280 с.
221. Пигу, А. Экономическая теория благосостояния : в 2 т. / А. Пигу. – М. : Прогресс, 1985. – Т. I. – 512 с.
222. План деятельности Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка на 2013–2018 гг. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.fsrar.ru/about/plan-deyatelnosti-> (дата обращения: 21.01.2014). – Загл. с экрана.
223. Планетарная психология // НДК «Планета». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ndkplaneta.ru/elektronnaja-kniga/kniga-1/chast-2-chastnaja-psihologija/piramida-potrebnostej-kvazipotrebности> (дата обращения: 22.07.2012). – Загл. с экрана.
224. Плехов, А. М. Словарь военных терминов / А. М. Плехов, С. Г. Шапкин. – М. : Воениздат, 1988. – 335 с.
225. Плышевский, Б. П. Показатели народнохозяйственной эффективности производства / Б. П. Плышевский // Эффективность общественного производства / Б. П. Плышевский. – М. : Экономика, 1967. – С. 12–26.
226. Подлазов, А. В. Модернизации смертности в России. Алкоголь и реформы / А. В. Подлазов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://demoscope.ru/weekly/2006/0265/analit02.php> (дата обращения: 24.11.2013). – Загл. с экрана.

227. Позднякова, М. Е. К вопросу эффективности современной государственной политики / М. Е. Позднякова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.isras.ru/files/File/publ/Pozdnyakova_IV_Kongress.pdf (дата обращения: 02.04.2013). – Загл. с экрана.

228. Позднякова, М. К проблеме легализации наркотиков / М. Позднякова. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.narcom.ru/ideas/socio/72.html> (дата обращения: 16.11.2013). – Загл. с экрана.

229. Полезная информация об Италии. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.leonardo-travel.ru/tours/country-7/text-31/> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

230. Полтерович, В. М. Предисловие редактора / В. М. Полтерович // Попов Е. В. Институциональные ловушки Полтеровича и транзакционные издержки / Е. В. Попов, В. В. Лесных ; под ред. В. М. Полтеровича. – Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2006. – 458 с.

231. Полькен, К. Кто не молчит, тот должен умереть : Факты против мафии / К. Полькен, Х. Сцепоник ; пер. с нем. А. М. Сулова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Мысль, 1988. – 380 с.

232. Пономарева, М. С. Алкоголизм среди молодежи: экономические оценки : магистерская диссертация / М. С. Пономарева. – М., 2009. – 116 с. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.hse.ru/data/2009/11/19/1226959516/диссертация_Пономарева.pdf (дата обращения: 17.08.2012). – Загл. с экрана.

233. Пономарева, М. С. Обоснование необходимости государственного вмешательства в решение проблемы чрезмерного потребления алкоголя с точки зрения микроэкономической теории / М. С. Пономарева // Проблемы современной экономики 2002–2011. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4148> (дата обращения: 19.08.2012). – Загл. с экрана.

234. Пономарева, М. С. Оценка микроэкономических факторов потребления алкоголя молодыми людьми : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Пономарева Марина Сергеевна. – М., 2013. – 29 с.

235. Попов, Ю. Н. Теневая экономика в системе рыночного хозяйства : учебник / Ю. Н. Попов, М. Е. Тарасов. – М. : Дело : Экономика, 2005. – 240 с.

236. Постановление Администрации Волгоградской области от 10.12.1997 № 690 «Об образовании Межведомственной комиссии по рассмотрению вопросов государственного регулирования производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

237. Постановление Администрации Волгоградской области от 30.12.1998 № 707 «Об образовании Межведомственной комиссии по проведению единой государственной политики по предупреждению и пресечению незаконного производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции на территории Волгоградской области» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

238. Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 19.01.2005 № 2 «Об усилении надзора за напитками, содержащими тонизирующие компоненты». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=340938> (дата обращения: 16.10.2013).

239. Постановление Главы Администрации Волгоградской области от 19.02.1999 № 104 «О мерах по обеспечению контроля за законностью оборота алкогольной продукции на территории Волгоградской области» (ред. от 02.05.2006) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

240. Постановление Главы Администрации Волгоградской области от 23.10.2001 № 916 «Об образовании Комиссии по регулированию алкогольного рынка при Администрации Волгоградской области» (ред. от 29.07.2005) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

241. Постановление Государственного комитета Российской Федерации по статистике от 25 октября 2001 г. № 76 «Об утверждении Методологических положений по измерению занятости в неформальном секторе экономики». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901807158> (дата обращения: 01.12.2012). – Загл. с экрана.

242. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.10.2002 № 723 «Об утверждении общих требований к порядку и условиям выдачи разрешений на учреждение акцизных складов и порядку выдачи региональных специальных марок» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

243. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.06.2006 № 349 «Об осуществлении государственного контроля за процессом денатурации (введения денатурирующих веществ) этилового спирта и спиртосодержащей непищевой продукции и содержанием в них денатурирующих веществ» (ред. от 04.03.2010) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

244. Постановление Правительства Российской Федерации от 03.11.2012 № 1142 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 21 августа 2012 г. № 1199 “Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации” (вместе с “Правилами предоставления субъектам Российской Федерации грантов в форме межбюджетных трансфертов в целях содействия достижению и (или) поощрения достижения наилучших значений показателей по итогам оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации”, “Методикой оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации”))» (ред. от 25.10.2013) // КонсультантПлюс. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=153705> (дата обращения: 05.04.2014). – Загл. с экрана.

245. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.05.1992 № 282 «О мерах по упорядочению производства винно-водочных изделий и пива и торговли этой продукцией» (ред. от 15.04.1996) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

246. Постановление Правительства Российской Федерации от 04.07.2002 № 494 «О товарных знаках на алкогольную и спиртосодержащую продукцию» (ред. от 04.03.2011) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

247. Постановление Правительства Российской Федерации от 06.05.2000 № 390 «Об учреждении Федерального государственного унитарного предприятия “Росспиртпром”» (ред. от 02.09.2010) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

248. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.08.1997 № 1018 «О введении отчетности об использовании специальных марок организациями-производителями алкогольной продукции» (ред. от 05.07.2000) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

249. Постановление Правительства Российской Федерации от 19.08.1996 № 987 «О мерах по ужесточению порядка торговли алкогольной продукцией» (вместе с «Правилами продажи алкогольной продукции») (ред. от 02.11.2000) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

250. Постановление Правительства Российской Федерации от 23.12.1999 № 1428 «О маркировке алкогольной продукции, производимой на территории Российской Федерации» (ред. от 30.01.2001) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

251. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.02.2009 № 154 «О Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка» (вместе с «Положением о Федеральной службе по регулированию

алкогольного рынка») (ред. от 31.01.2012) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

252. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.10.1998 № 1248 «О Межведомственной комиссии по проведению единой государственной политики по предупреждению и пресечению незаконного производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции» (ред. от 12.06.1999) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

253. Постановление Правительства Российской Федерации от 25.07.2000 № 559 «Об образовании Правительственной комиссии Российской Федерации по регулированию алкогольного рынка» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2000. – № 31. – Ст. 3298.

254. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.09.1997 № 1255 «Об утверждении Положения о Межведомственной комиссии по рассмотрению вопросов государственной монополии на производство и оборот этилового спирта и алкогольной продукции» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

255. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.12.2001 № 930 «О реструктуризации задолженности Федерального государственного унитарного предприятия “Росспиртпром” по налогам и сборам, а также задолженности по начисленным пеням и штрафам перед федеральным бюджетом» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

256. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.12.2007 № 1014 «Об особенностях приватизации Федерального государственного унитарного предприятия “Росспиртпром” (Федерального казенного предприятия)» (ред. от 26.05.2011) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

257. Постановление Правительства РСФСР от 19.12.1991 № 55 «О мерах по либерализации цен» (ред. от 26.06.1995, с изм. от 14.06.2001) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

258. Постановление Правительства РСФСР от 26.12.1991 № 74 «О ставках акцизов на отдельные виды товаров» (ред. от 30.03.1993, с изм. от 22.09.1993) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

259. Постановление Совмина СССР от 07.05.1985 № 410 «О мерах по преодолению пьянства и алкоголизма, искоренению самогонварения» // BestPravo.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.bestpravo.ru/sssr/gn-normy/mlk.htm> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

260. Потребление алкоголя и его связь со смертностью от сердечно-сосудистых заболеваний мужчин 40–59 лет : Данные перспективного наблюдения за 21,5 года / А. Л. Александри [и др.] // Терапевтический архив. – 2003. – № 75 (12). – С. 8–12. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.arhiv.tvereza.info/science/papers/halt08a.pdf>. – Загл. с экрана.

261. Поттосина, С. А. Экономико-математические модели и методы : учеб. пособие для студ. экон. спец. БГУИР для всех форм обуч. / С. А. Поттосина, В. А. Журавлев. – Минск : БГУИР, 2003. – 94 с.

262. Похлебкин, В. В. История водки / В. В. Похлебкин. – М. : Центрполиграф, 2008. – 269 с.

263. Пояснительная записка к проекту Федерального закона № 560303-5 «О внесении изменений в статьи 181 и 193 Налогового кодекса Российской Федерации и статью 50 Бюджетного кодекса Российской Федерации в части установления акцизов на безалкогольные энергетические напитки» // КонсультантПлюс : Некоммер. интернет-версия. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=86957> (дата обращения: 21.01.2014). – Загл. с экрана.

264. Предприниматели теряют страх... / Центр исслед. федер. и регион. рынков алкоголя // Alconews.ru. ЦИФРРА. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.alconews.ru/cifra/document18315.php> (дата обращения: 11.03.2012). – Загл. с экрана.

265. Председателю Правительства Путину Владимиру Владимировичу. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ru-ru.facebook.com/The.New.Times/posts/371293362916680> (дата обращения: 28.05.2012). – Загл. с экрана.

266. Приказ Росалкогольрегулирования от 02.06.2010 № 39н «Об установлении и введении с 1 июля 2010 г. минимальных цен на водку (за исключением минимальной цены на водку для розничной продажи)» : зарегистр. в Минюсте Рос. Федерации 29.06.2010 № 17637 // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

267. Приказ Росалкогольрегулирования от 17.06.2010 № 40н «Об установлении и введении с 1 августа 2010 г. минимальной цены на этиловый спирт из пищевого сырья, производимый на территории Российской Федерации» : зарегистр. в Минюсте Рос. Федерации 13.07.2010 № 17787 // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

268. Приказ Росалкогольрегулирования от 20.04.2010 № 29н «Об установлении и введении с 1 июня 2010 г. минимальной цены на ликероводочную и другую алкогольную продукцию крепостью свыше 28 процентов (за исключением водки и коньяка) для розничной продажи» (ред. от 28.10.2010) : зарегистр. в Минюсте Рос. Федерации 13.05.2010 № 17193 // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

269. Приказ Росалкогольрегулирования от 28.10.2010 № 61н «Об установлении и введении с 1 января 2011 г. минимальных цен на коньяк и внесении изменений в Приказ Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка от 20 апреля 2010 г. № 29н» : зарегистрировано в Минюсте Рос. Федерации 08.12.2010 № 19132) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

270. Приказ Росалкогольрегулирования от 30.11.2009 № 17н «Об установлении и введении с 1 января 2010 г. минимальной цены на водку для розничной продажи» : зарегистр. в Минюсте Рос. Федерации 14.12.2009 № 15563 // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

271. Причастие. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Причастие> (дата обращения: 20.05.2013). – Загл. с экрана.

272. Продавцы табака в Венгрии получают не менее 10 % прибыли. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.hungary.ru.com/?mode=news&id=4797> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

273. Прошин, В. М. Методика расследования незаконного предпринимательства, сопряженного с производством, приобретением, хранением, перевозкой или сбытом немаркированной алкогольной и спиртосодержащей продукции / В. М. Прошин ; под науч. ред. акад. РАЕН, засл. юриста Рос. Федерации, д-ра юрид. наук, проф. А. М. Кустова. – М. : Юрлитинформ, 2008. – 184 с.

274. Прыжов, И. Г. История кабаков в России в связи с историей русского народа / И. Г. Прыжов // Либрусек. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/304160/read#t23> (дата обращения: 26.05.2012). – Загл. с экрана.

275. Психология зависимости : хрестоматия / сост. К. В. Сельченко. – Минск : Харвест, 2007. – 592 с.

276. Путин, В. В. России не нужна легализация легких наркотиков / В. В. Путин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/1190363/> (дата обращения: 09.11.2013). – Загл. с экрана.

277. Пыпин, А. Н. Россия и Европа. Метаморфозы Европы / А. Н. Пыпин // История питья на Руси. – М. : Наука, 1993. – С. 74–126. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.rspp.su/articles/07.2011/drink_histoty.html. – Загл. с экрана.

278. Пятая власть: из тени в свет перелетая // Коммерсантъ Власть. – 1995. – 14 марта (№ 9 (120)). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/10884/print> (дата обращения: 08.12.2013). – Загл. с экрана.

279. Радаев, В. Теневая экономика в России: изменение контуров / В. Радаев // Pro et contra. – 1999. – Т. 4, № 1. – С. 5–24.

280. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 512 с.

281. Рамочная конвенция ВОЗ по борьбе против табака. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://tobacco.who.int> (дата обращения: 04.01.2014). – Загл. с экрана.

282. Распоряжение Правительства РФ от 29.12.2001 № 1741-р «Об учреждении Федерального казенного предприятия “Союзплодоимпорт”» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

283. Распоряжение Правительства РФ от 30.12.2009 № 2128-р «О Концепции реализации государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

284. Ратцингер, Й. Рыночная экономика и этика / Й. Ратцингер. – 2008. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.benediktixvi.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1850&Itemid=50 (дата обращения: 11.02.2012). – Загл. с экрана.

285. Реестр лицензий на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах с изменениями и дополнениями, согласно принятым решениям по состоянию на 26.09.2013. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.nalog.ru/files/reestr/reestr_azart_270913.xls (дата обращения: 05.10.2013). – Загл. с экрана.

286. Резник, Н. Л. Напиток специального назначения / Н. Л. Резник // Химия и жизнь – XXI век. – 2013. – № 2. – С. 31–35.

287. Романенко, Е. В. Государственное регулирование рынка импортных подакцизных товаров в Российской Федерации и пути его

совершенствования (на примере алкогольной продукции) : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Романенко Елена Владимировна. – М., 2000. – 171 с.

288. Росалкогольрегулирование намерено выявлять нелегальное производство алкоголя с помощью лазера и теплового зондирования. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.alconews.ru/russia/2012/08/22259.php> (дата обращения: 22.02.2014). – Загл. с экрана.

289. Россия. Производители слабоалкогольных коктейлей ждут худшего. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://beeire.3dn.ru/news/rossija_proizvoditeli_slaboalkogolnykh_koktejle/2013-02-05-123 (дата обращения: 19.01.2014). – Загл. с экрана.

290. Росспиртпром: сотрудничество с Челябинской областью // ВЕДК. – 2011. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.eedc.ru/news/55/> (дата обращения: 17.03.2012). – Загл. с экрана.

291. Рубинштейн, А. Я. К теории опекаемых благ. Неэффективные и эффективные равновесия / А. Я. Рубинштейн. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.regconf.hse.ru/uploads/...doc> (дата обращения: 02.02.2013). – Загл. с экрана.

292. Рубинштейн, А. Я. К теории рынков «опекаемых благ» : науч. докл. / А. Я. Рубинштейн. – М. : Ин-т экономики РАН, 2008. – 63 с.

293. Рубинштейн, А. Я. К теории рынков опекаемых благ. Статья 1. Опекаемые блага и их место в экономической теории / А. Я. Рубинштейн // Общественные науки и современность. – 2009. – № 1. – С. 139–153.

294. Руководство по аддиктологии / под ред. проф. В. Д. Менделевича. – СПб. : Речь, 2007. – 768 с. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.klex2.ru/b15> (дата обращения: 01.01.2013). – Загл. с экрана.

295. Рум, Р. Алкогольная политика: положение дел и проблемы в Европе и Северной Азии / Р. Рум. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.arhiv.tvereza.info/science/papers/rum08a.pdf> (дата обращения: 05.11.2014). – Загл. с экрана.

296. Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2010. – VI, 826 с.
297. Рыбина, Ю. Ливень выступил сапером / Ю. Рыбина // Коммерсантъ. – 2013. – 6 авг. (№ 138 (5169)). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2248905> (дата обращения: 09.08.2013). – Загл. с экрана.
298. Рыжкова, М. В. Анализ методологических подходов в теории потребительского поведения / М. В. Рыжкова // Известия Томского политехнического университета. – 2006. – № 4. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-metodologicheskikh-podhdov-v-teorii-potrebitelskogo-povedeniya> (дата обращения: 10.02.2013). – Загл. с экрана.
299. Рыжкова, М. В. Социально-экономические факторы потребительского поведения: методология исследования : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Рыжкова Марина Вячеславовна. – Томск, 2013. – 25 с.
300. Рыжкова, М. В. Теория рационального привыкания: современное состояние и перспективы развития / М. В. Рыжкова // Известия Томского политехнического университета. – Томск : Изд-во Том. политехн. ун-та, 2007. – № 6. – С. 105–110.
301. Рынок сигарет в России. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.stoptabak.org/index.php/2010-04-12-10-56-10/274-2012-12-21-09-26-20.html> (дата обращения: 05.10.2013). – Загл. с экрана.
302. Рябушкин, Б. Т. Методы оценки теневого и неформального секторов экономики / Б. Т. Рябушкин, Э. Ю. Чурилова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 144 с.
303. С 2012 года водка будет дорожать дважды в год // Alconews.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.alconews.ru/russia/2011/12/19930.php> (дата обращения: 21.12.2011). – Загл. с экрана.

304. Сабуров, Н. Ю. Формирование и развитие рынка алкогольной продукции в условиях укрепления государственной монополии : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Сабуров Николай Юрьевич. – Пермь, 2000. – 139 с.
305. Сагайдак, Э. Методологические основы паритетности экономических отношений в АПК / Э. Сагайдак // АПК: экономика, управление. – 2010. – № 11. – С. 64–66.
306. Самоха, С. «Молодежный антинаркотический спецназ» вышел на тропу войны / С. Самоха. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=925708> (дата обращения: 30.03.2013). – Загл. с экрана.
307. Самуэльсон, П. А. Экономика : пер. с англ. / П. А. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус. – 15-е изд. – М. : Бином : КноРус, 1997. – 799 с.
308. Свенцицкий, А. Л. Краткий психологический словарь / А. Л. Свенцицкий. – М. : Проспект, 2011. – С. 11. – 512 с.
309. Сегодня в библиотеках области. Вып. 22 : «Будущее без наркотиков»: опыт работы муниципальных библиотек Ростовской области по антинаркотической пропаганде. – 2009. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.mir.donpac.ru/rab%20metod.files/29%20dgpb.pdf> (дата обращения: 07.08.2013). – Загл. с экрана.
310. Седюкова, Е. А. Неэкономические факторы и их влияние на успешность модернизации экономики / Е. А. Седюкова, Е. А. Безгласная // Научный электронный архив. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/6442> (дата обращения: 16.11.2013). – Загл. с экрана.
311. Серпер, Е. А. Эволюция товарных рынков и спрос на инновации / Е. А. Серпер, Л. А. Сосунова // Российское предпринимательство. – 2011. – № 4 (1). – С. 40–44.
312. Сигареты на вес золота. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.russianparis.com/news/tabac.shtml> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

313. «Синергия» закрыла сделку по покупке «Мягкова» // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2007. – № 4. – С. 4–5.
314. Слободкин, Д. Я. Исторические заметки об азартных играх в России / Д. Я. Слободкин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://rarib.ru/news/id/1377> (дата обращения: 30.03.2013). – Загл. с экрана.
315. Словари и энциклопедии на Академике. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/brokgauz_efron/2037/Аддикция (дата обращения: 23.01.2013). – Загл. с экрана.
316. Словари и энциклопедии на Академике. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru> (дата обращения: 22.06.2013). – Загл. с экрана.
317. Словоупотребление : Ваша версия // LiveJournal. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://motimatik.livejournal.com/28382.html> (дата обращения: 19.08.2012). – Загл. с экрана.
318. Смелзер, Н. Социология / Н. Смелзер. – М. : Феникс, 1994.
319. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. – М. : Сов. энцикл., 1980. – 1600 с.
320. Советский энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. – М. : Сов. энцикл., 1989. – 1632 с.
321. Соколов, И. А. Акцизная политика заставляет россиян выбирать водку / И. А. Соколов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.iep.ru/index.php?searchword=Edwards&option=com_search&Itemid=78 (дата обращения: 28.12.2013). – Загл. с экрана.
322. Сосновский, Д. Р. Психотерапия при алкоголизме / Д. Р. Сосновский. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://drsosnov.ru/alcogolizm_i_alkoglik.html (дата обращения: 31.08.2012). – Загл. с экрана.
323. Сото, Э. де. Иной путь : Невидимая революция в третьем мире : Исследование нелегальной экономики в Перу / пер. с англ. Б. Пинскер ; авт. введения М. В. Льоса. – М. : Catallaxu, 1995. – Электрон. текстовые дан. –

Режим доступа: <http://www.libertarium.ru/way> (дата обращения: 22.01.2012). – Загл. с экрана.

324. Станет ли пиво алкоголем // РИА Новости. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ria.ru/analytics/20100423/225917095.html#13743607180593&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration> (дата обращения: 21.07.2013). – Загл. с экрана.

325. Статус. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Статус> (дата обращения: 31.08.2013). – Загл. с экрана.

326. Степановских, А. С. Экология / А. С. Степановских. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 703 с.

327. Странный итог: государство не получило от «Союзплодимпорта» ни копейки // Русская водка. – 2002. – № 6 (24). – С. 38–50.

328. Страны, в которых легализованы наркотики : справка. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ria.ru/spravka/20110603/383694171.html#13789210029523&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration> (дата обращения: 11.09.2013). – Загл. с экрана.

329. Стратегии бизнеса : аналит. справ. / С. А. Айвазян [и др.] ; под ред. Г. Б. Клейнера // AUP.Ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m71/1_6.htm (дата обращения: 17.03.2012). – Загл. с экрана.

330. Стратегический паритет. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Стратегический_паритет (дата обращения: 27.07.2013). – Загл. с экрана.

331. Стратулат, В. Г. Институционализм и регулирование теневой экономики / В. Г. Стратулат // Российское предпринимательство. – 2010. – № 5 (2). – С. 14–18.

332. Стручалина, А. П. Этика бизнеса. Исторические и социально-культурные предпосылки формирования этики бизнеса : учеб. пособие / А. П. Стручалина ; ВолгГТУ. – Волгоград : РПК «Политехник», 2005. – 84 с.

333. Суд заочно арестовал вице-президента фонда Ройзмана // ВВС. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/11/121113_roizman_arrest.shtml (дата обращения: 11.08.2013). – Загл. с экрана.

334. Сулакшин, С. С. Цели и ценности в государственном управлении / С. С. Сулакшин // Вестник РГТЭУ. – 2008. – № 2 (29). – С. 6–21.

335. Сунцова, Я. С. Ценности в смысловой сфере личности / Я. С. Сунцова // SuperInf.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.superinf.ru/view_helpstud.php?id=1336 (дата обращения: 17.03.2012). – Загл. с экрана.

336. Сухарев, О. Виды эффективности в экономике: современная трактовка / О. Сухарев // Инвестиции в России. – 2009. – № 1. – С. 17–23.

337. Сухарев, О. С. Экономика «теневой» деятельности (проблема «легальности» и «внелегальности») / О. С. Сухарев // Свет и цвет в экономике и обществе : [монография] / под ред. д-ра экон. наук О. В. Иншакова. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2008. – 736 с.

338. Сухарев, О. С. Эффективность экономической политики: методы оценки / О. С. Сухарев // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 11 (140). – С. 2–13.

339. Счетная палата подвела итоги проверки государственного регулирования производства этилового спирта и алкогольной продукции / Пресс-служба Счетной палаты Рос. Федерации. – 2006. – 22 дек. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/news/archive/2104/> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

340. Счетная палата проверила ФГУП «Росспиртпром» / Департамент информации Счетной палаты Рос. Федерации. – 2009. – 30 марта. – Электрон.

текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/ru/news/archive/20090330-1/> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

341. Сычев, П. «Агенты» в Омске выявили 4 точки незаконно продававших алкоголь / П. Сычев. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://mger2020.ru/nextday/2013/01/23/43688> (дата обращения: 30.03.2013). – Загл. с экрана.

342. Таллок, Г. Общественные блага, перераспределение и поиск ренты / пер. с англ. Л. Гончаровой. – М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2011. – 224 с. – С. 8, 32.

343. Тема 6: «Девиантное поведение». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://db.gongled.ru> (дата обращения: 16.02.2013). – Загл. с экрана.

344. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Волгоградской области : [сайт]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://volgastat.gks.ru/> (дата обращения: 21.01.2014).

345. Тикин, В. С. Эффективность – не коэффициент / В. С. Тикин // Экономические науки. – 2009. – № 7 (56). – С. 94–97.

346. Толковый словарь Ефремовой / Т. Ф. Ефремова. – 2000. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/142309/%D0%91%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения: 05.08.2013).

347. Торговля табаком может стать государственной монополией. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.hungary.com/?mode=news&id=3314> (дата обращения: 19.10.2013). – Загл. с экрана.

348. Третья алкогольная реформа. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://alcohole.clan.su/news/tretja_alkogolnaja_reforma_21_veka/2011-08-02-776 (дата обращения: 08.12.2013). – Загл. с экрана.

349. Трутнев, О. «Росспиртпром» расчищает оптовое звено / О. Трутнев. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://www.kommersant.ru/doc/1410352> (дата обращения: 11.03.2012). – Загл. с экрана.

350. Трутнев, О. Василий Анисимов предсказал по «Кристаллу» / О. Трутнев, К. Бусько. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/1650972> (дата обращения: 24.05.2013). – Загл. с экрана.

351. Тугаринов, В. П. Избранные философские труды / В. П. Тугаринов. – Л. : Изд-во Ленингр. гос. ун-та, 1988. – 344 с.

352. Указ Президента Рос. Федерации от 06.10.1998 № 1199 «Об усилении государственного регулирования в сфере производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

353. Указ Президента Рос. Федерации от 09.06.2010 № 690 «Об утверждении Стратегии государственной антинаркотической политики Российской Федерации до 2020 года». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 10.01.2014). – Загл. с экрана.

354. Указ Президента Рос. Федерации от 11.06.1993. № 918 «О восстановлении государственной монополии на производство, хранение, оптовую и розничную продажу алкогольной продукции» // КонсультантПлюс. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=2063> (дата обращения: 24.03.2012). – Загл. с экрана.

355. Указ Президента Рос. Федерации от 13.02.1996 № 192 «О признании утратившим силу Указа Президента Российской Федерации от 11 июня 1993 г. № 918 «О восстановлении государственной монополии на производство, хранение, оптовую и розничную продажу алкогольной продукции» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

356. Указ Президента Рос. Федерации от 18.07.1998 № 852 «Об учреждении федерального государственного унитарного предприятия «Росспиртпром» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

357. Указ Президента Рос. Федерации от 18.08.1996 № 1213 «Об усилении государственного контроля за оборотом алкогольной продукции» (ред. от 08.04.2003) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

358. Указ Президента Рос. Федерации от 21.08.2012 № 1199 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» (ред. от 28.12.2012) // КонсультантПлюс. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=140053;dst=0;ts=2E7DFBE23D1853B651ED378AB5EE91BE;rnd=0.49502005410477445> (дата обращения: 05.04.2014). – Загл. с экрана.

359. Указ Президента Рос. Федерации от 31.12.2008 № 1883 «Об образовании Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка» // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

360. Ульрих, П. Критика экономизма / П. Ульрих. – М. : Вуз. кн., 2008. – 120 с.

361. Урумбаева, Р. Ю. Развитие системы регулирования ликероводочной промышленности России : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Р. Ю. Урумбаева. – Саратов, 2009. – 22 с.

362. Уэбстер, С. Исследование: стартовый наркотик – это алкоголь, а не марихуана / С. Уэбстер // ИноСМИ.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.inosmi.ru/world/20120707/194601516.html> (дата обращения: 16.09.2012).

363. Фахрутдинова, Е. В. Потребности и качество жизни человека: аспекты взаимодействия / Е. В. Фахрутдинова, А. К. Васильев // Экономическая теория. – 2009. – № 10 (59). – С. 90–93.

364. Федеральный закон Российской Федерации от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (ред. от 04.03.2013) //

КонсультантПлюс : Некоммер. интернет-версия. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=142935> (дата обращения: 13.04.2013). – Загл. с экрана.

365. Федеральный закон Российской Федерации от 06.12.1991 № 1993-1 «Об акцизах» (ред. от 02.01.2000) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2012.

366. Федеральный закон Российской Федерации от 08.01.1998 № 3-ФЗ «О наркотических средствах и психотропных веществах» (ред. от 01.03.2012) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.23. – М., 2013.

367. Федеральный закон Российской Федерации от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп.) (ред. от 18.07.2011) : вступ. в силу с 15.08.2011 // КонсультантПлюс. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116655;page=esse> (дата обращения: 25.03.2012). – Загл. с экрана.

368. Федеральный закон Российской Федерации от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (ред. от 23.07.2013) // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.06. – М., 2013.

369. Федеральный закон Российской Федерации от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» // Некоммерческая интернет версия КонсультантПлюс. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=142515;div=LAW;mb=LAW;opt=1;ts=56F642BDD73E484BFA9FAA9291692B60;rnd=0.727324154582683> (дата обращения: 28.04.2013). – Загл. с экрана.

370. Федеральный закон Российской Федерации от 24.04.2008 № 51-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=76462> (дата обращения: 04.01.2014). – Загл. с экрана.

371. Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2006 № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (с изм. и доп.) (ред. от 16.10.2012) : вступ. в силу с 01.01.2013 // КонсультантПлюс. – Версия 4012.00.23. – М., 2013.

372. Федоренко, Н. П. Гуманистическая экономика / Н. П. Федоренко. – М. : ЗАО «Экономика», 2006. – 186 с.

373. Федоров, А. А. Основы предпринимательства : Курс лекций : электрон. версия / А. А. Федоров. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://alfedo2011.narod.ru/razdeli_biblioteki/Predprinimatelstvo/Predprinimat_les.htm (дата обращения: 11.02.2012). – Загл. с экрана.

374. Фенько, А. Теории аддиктивного поведения / А. Фенько, М. И. Левин // Журнал «Финансы и бизнес». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://finbiz.spb.ru/download/3_2008_fenko.pdf (дата обращения: 01.01.2013). – Загл. с экрана.

375. Филиппов, Д. Ю. Алкоголь и Библия / Д. Ю. Филиппов // Церковь ЕХБ «Преображение». – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ehbkirov.ru/page255> (дата обращения: 10.02.2012). – Загл. с экрана.

376. Филиппов, К. В. Моделирование аддиктивного поведения / К. В. Филиппов. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: www.econorus.org/consp/files/nljx.doc (дата обращения: 19.08.2012). – Загл. с экрана.

377. Филиппова, Л. Кого же убивает чашечка кофе? / Л. Филиппова // Вопросы социального обеспечения. – 2011. – № 23, декабрь. – С. 29–30.

378. Философия : энцикл. слов. / под ред. А. А. Ивина. – М. : Гардарики, 2004. – 1072 с. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа:

http://www.fidel-kastro.ru/filosofy/ihitik_ivin_slovar.htm (дата обращения: 23.08.2013). – Загл. с экрана.

379. Философия и культура. От Древнего Востока до 21 века // Все для студентов. – 2012. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.freestylepark.ru/filosofiya-i-kultura-ot-drevnego-vostoka-do-21-veka/229/> (дата обращения: 17.03.2012). – Загл. с экрана.

380. Фокина, О. А. Потребности как фактор потребительского поведения / О. А. Фокина // Альманах современной науки и образования. – 2010. – № 2 (33), ч. 1. – С. 67–69.

381. Фридмен, М. Анализ полезности при выборе среди альтернатив, предполагающих риск / М. Фридмен, Л. Дж. Сэвидж // Вехи экономической мысли. – Вып. 1 : Теория потребительского поведения и спроса / под ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экон. шк., 1993. – С. 208–249.

382. Фримен, Р. Э. Интерпретация теории заинтересованных сторон: некоторые направления будущего развития / Р. Э. Фримен // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». – СПб., 2012. – Вып. 1. – С. 117–135.

383. Фролов, Д. Анализ теневой экономики: институциональный подход / Д. Фролов // Экономист. – 2008. – № 9. – С. 65–71.

384. Фромм, Э. Анатомия человеческой деструктивности / Э. Фромм. – М. : Республика, 1994. – 447 с.

385. Халтурина, Д. А. Алкогольная политика: мировой опыт и российские реалии // Д. А. Халтурина, А. В. Коротаев // Информационный бюллетень Центра демографии и экологии человека Института народохозяйственного прогнозирования РАН «Население и общество». – 2006. – № 103, окт. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.demoscope.ru/acrobat/ps103.pdf> (дата обращения: 21.01.2014). – Загл. с экрана.

386. Ханухов, Э. Р. Рынок алкогольной продукции России: векторы и концепция развития / Э.Р. Ханухов. – М. : Россельхозакадемия, 2004. – 204 с.

387. Хачатуров, Т. С. О критерии и показателях эффективности общественного производства / Т. С. Хачатуров // Коммунист. – 1975. – № 7. – С. 83–94.

388. Хлебников, Д. В. Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации / Д. В. Хлебников. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm053.html> (дата обращения: 22.07.2012). – Загл. с экрана.

389. Ходжсон, Дж. Привычки, правила и экономическое поведение / Дж. Ходжсон // Вопросы экономики. – 2000. – № 1. – С. 39–56.

390. Ходжсон, Дж. Экономическая теория и институты / Дж. Ходжсон. – М. : Дело, 2003. – 464 с.

391. Хоманн, К. Экономическая этика и этика предпринимательства = [Wirtschafts- und Unternehmensethik] / К. Хоманн, Ф. Блуме-Дрез ; пер. С. Курбатовой, К. Костюка. – Zurich : Vandenhoeck & Ruprecht in Gottingen und Zurich, 1992. – 182 с.

392. Хомерики, Г. В. Вопросы совершенствования организации государственного контроля за производством и реализацией алкогольной продукции в России : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Хомерики Гиви Вениамонович. – М., 2001. – 250 с.

393. Цитренбаум, Ч. Гипнотерапия вредных привычек / Ч. Цитренбаум, М. Кинг, У. Коэн. – М. : Изд-во «Класс», 2001. – 189 с.

394. Чернявский, А. Д. Субъективная и объективная полезность : Бем-Баверк vs Маркс / А. Д. Чернявский // Современные исследования социальных проблем : электрон. науч. журн. – 2012. – № 3 (11). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: www.sisp.nkras.ru (дата обращения: 03.09.2012). – Загл. с экрана.

395. Шафронов, А. Новый подход к эффективности производства / А. Шафронов // Экономист. – 2003. – № 4. – С. 82–87.

396. Шиповская, Л. П. Человек и его потребности : учеб. пособие / Л. П. Шиповская. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. – 432 с.

397. Шорохова, Т. В. Проблема определения категории «интерес» в современной отечественной психологии и педагогике / Т. В. Шорохова // Интернет-журнал «Эйдос». – 2004. – 5 дек. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.eidos.ru/journal/2004/0205.htm> (дата обращения: 10.11.2012). – Загл. с экрана.
398. Экономика : учебник / под ред. д-ра экон. наук проф. А. С. Булатова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Экономистъ, 2003. – 896 с.
399. Экономика предприятий и отраслей АПК : учебник / под ред. П. В. Лециловского, Л. Ф. Догиля, В. С. Тонковича. – Минск : БГЭУ, 2001. – 575 с.
400. Экономика сельскохозяйственного предприятия / И. А. Минаков [и др.] ; под ред. И. А. Минакова. – М. : КолосС, 2003. – 528 с.
401. Экономический механизм эффективного использования ресурсов / Э. М. Агабабян [и др.]. – М. : Наука, 1988. – 224 с.
402. Экономический словарь. – 2007. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/> (дата обращения: 03.09.2012). – Загл. с экрана.
403. Экономический словарь. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://otvety.miniopt.ru/dam-otvet-124.htm> (дата обращения: 27.07.2013). – Загл. с экрана.
404. Эндерсон, Э. Организованная преступность, мафия и правительство / Э. Эндерсон // Экономика и организация промышленного производства. – 1994. – № 3. – С. 160–173.
405. Энергетические напитки: вред. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://eko-jizn.ru/?p=2708> (дата обращения: 21.10.2013). – Загл. с экрана.
406. Яковлев, А. А. Экономика «черного нала» в России: специфика и масштабы явления, оценка общественных потерь / А. А. Яковлев // Вопросы статистики. – 2001. – № 8. – С. 3–15.

407. Яндекс-перевод. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://translate.yandex.ru/> (дата обращения: 31.12.2012). – Загл. с экрана.
408. Яндекс-словари. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/целесообразность/БСЭ/Целесообразность/> (дата обращения: 13.04.2014). – Загл. с экрана.
409. Alcohol policy and the public good / G. Edwards [et al.] (Eds.). – Oxford : Oxford University Press, 1994. – 226 p.
410. Baltagi, B. H. On the Use of Panel Data Methods to Estimate Rational Addiction Models / B. H. Baltagi // *Scottish Journal of Political Economy*. – 2007. – Vol. 54, № 1 (Febr.). – P. 1–18.
411. Barthold, T. A. Addiction as extreme-seeking / T. A. Barthold, H. M. Hochman // *Economic Inquiry*. – 1988. – XXVI. – P. 89–106.
412. Bates, M. E. Cognitive functioning in young «social drinkers»: Is there impairment to detect? / M. E. Bates, J. I. Tracy // *Journal of Abnormal Psychology*. – 1990. – Vol. 99. – P. 242–249.
413. Baumol W. J., Bowen W. G. Performing Arts : The Economic Dilemma / W. J. Baumol, W. G. Bowen. – N. Y. : The Twentieth Century Fund, 1966. – 360 p.
414. Becker, G. Rational Addiction and the Effect of Price on Consumption / G. Becker, M. Grossman, K. M. Murphy // *The American Economic Review*. – 1991. – № 81, May. – P. 237–241.
415. Becker, G. S. A theory of rational addiction / G. S. Becker, K. M. Murphy // *Journal of Political Economy*. – 1988. – Vol. 96, № 4. – P. 675–700.
416. Becker, G. S. An empirical analysis of cigarette addiction / G. S. Becker, M. Grosman, K. M. Murphy // *American Economic Review*. – 1994. – № 84. – P. 396–418.
417. Berger, M. C. The Effect of Alcohol Use on Wages / M. C. Berger, J. P. Leigh // *Applied Economics*. – 1988. – Vol. 20 (10), Oct. – P. 1343–1351.

418. Bernheim, B. D. Addiction and Cue-Triggered Decision Processes / B. D. Bernheim, A. Rangel // *American Economic Review*. – 2004. – № 94 (5). – P. 1558–1590.

419. Berridge, V. Alcool et drogues en Grande-Bretagne: histoire et politique / V. Berridge // *Drogues: politique et société* / A. Ehrenberg, P. Mignon. – Paris : Editions Descartes, 1992. – P. 310–311.

420. Bordley, R. F. Satiation and habit persistence (or the Dieter's dilemma) / R. F. Bordley // *Journal of Economic Theory*. – 1986. – Vol. 38. – P. 178–184.

421. Bretteville-Jensen, A. L. Under the Influence of the Market: an Applied Study of Illicit Selling and Consuming Heroin / A. L. Bretteville-Jensen, M. Sutton. – N. Y. : Discussion Paper 147, University of York, Centre for Health Economics, 1996.

422. Bryant, R. R. Alcohol use and wages of young men : Whites vs. nonwhites / R. R. Bryant, V. A. Sumaranayake, A. Wilhite // *International Review of Applied Economics*. – 1992. – Vol. 6 (2). – P. 184–202.

423. Buchanan, J. M. A Defence of Organized Crime? / J. M. Buchanan // *The Economics of Crime*. – Cambridge : Mass., 1980. – P. 395. – Electronic text data. – Mode of access: <http://orgcrime.narod.ru/econom.htm> (data of access: 16.12.2012). – Title from screen.

424. Chaloupka, F. Rational Addictive Behavior and Cigarette Smoking / F. Chaloupka // *Journal of Political Economics*. – 1991. – Vol. 99, № 4. – P. 722–742.

425. Chaloupka, F. The Demand for Illicit Drugs : Working Paper No. 5238 / F. Chaloupka, H. Saffer. – Cambridge (MA) : National bureau of economic research, 1995. – 20 p.

426. Changes in alcohol consumption following a reduction in the price of spirits: a natural experiment in Switzerland / J. L. Heeb [et. al.] // *Addiction*. – 2003. – Vol. 98. – P. 1433–1446.

427. Chatterji, P. High School Alcohol Use and Young Adult Labor Market Outcomes : Working Paper 12529 / P. Chatterji, J. DeSimone. – Cambridge (MA) : National bureau of economic research, 2006. – 39 p.
428. Clements, K. W. Alcohol consumption / K. W. Clements, E. A. Selvanathan // Applied Demand Analysis : Results from System-Wide Approaches / H. Thiel and K. W. Clements (eds.). – Cambridge, Mass : Ballinger Publishing Company, 1987. – P. 185–264.
429. Cook, P. J. Drinking and Schooling / P. J. Cook, M. J. Moore // Journal of Health Economics. – 1993. – Vol. 12. – P. 411–429.
430. Cook, P. J. The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking / P. J. Cook, G. Tauchen // Bell Journal of economics. – 1982. – Vol. 13. – P. 379–390.
431. Determinants of adult mortality in Russia. A study based on siblings' survival / M. Bobak [et al.] // Epidemiology. – 2003. – Vol. 14. – P. 603–611.
432. Djousse, L. Brigham and Women's Hospital and Harvard Medical School / L. Djousse. – Boston, USA, 2009. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.cardiosite.ru/new.asp?id=30779> (data of access: 23.11.2013). – Title from screen.
433. Free online translator and dictionary. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.online-translator.com/Default.aspx/Text> (date of access: 31.12.2012). – Title from screen.
434. Global Burden of Disease and Risk Factors / A. D. Lopez [et. al.]. – N. Y. : Oxford University Press, 2006. – 476 p.
435. Gordon, B. R. A Dynamic Structural Model of Addiction, Promotions, and Permanent Price Cuts / Brett R. Gordon, Baohong Sun. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.columbia.edu/~brg2114/files/dynaddiction.pdf> (data of access: 18.08.2012). – Title from screen.
436. Grossman, H. I. Rival kleptocrats: the mafia versus the state, in The Economics of Organised Crime / H. I. Grossman ; edited by G. Fiorentini and S. Peltzman. – Cambridge : Cambridge University Press and CEPR, 1995. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.recercat.net/bitstream>

/handle/2072/392/246.pdf?sequence=1 (data of access: 14.05.2012). – Title from screen.

437. How much caffeine is too much? / The University of Washington. – Electronic text data. – Mode of access: <http://io9.com/5982468/how-much-caffeine-is-too-much> (data of access: 14.05.2013). – Title from screen.

438. Iannaccone, L. R. Addiction and satiation / L. R. Iannaccone // *Economic Letters*. – 1986. – Vol. 21. – P. 95–99.

439. ImTranslator. – Electronic text data. – Mode of access: <http://imtranslator.net/translation/english/to-russian/translation/> (data of access: 31.12.2012). – Title from screen.

440. Kausch, O. Patterns of substance abuse among treatment-seeking pathological gamblers / O. Kausch // *Journal of Substance Abuse Treatment*. – 2003, Dec. – Vol. 25, № 4. – P. 263–270.

441. Kopp, P. Les analyses formelles des marches de la drogue / P. Kopp // *Revue du Tiers Monde*. – 1992. – T. 33, № 131. – P. 565–579.

442. Lewit, E. The Potential for Using Excise Taxes to reduce Smoking / E. Lewit, D. Coate // *Journal of Health Economics*. – 1982, Aug. – № 1. – P. 217–230.

443. Liu, J. T. The Demand for Opium in the Japanese Colony of Taiwan, 1914–1942 / J. T. Liu, J. L. Liu, S. Y. Chou // Taipei, Taiwan. – 1996.

444. Loveland-Cherry, C. J. Alcohol, children, and adolescents / C. J. Loveland-Cherry // *Annual Review of Nursing Research*. – 2005. – Vol. 23. – P. 77–135.

445. Maccallum, E. Pathological gambling and comorbid substance use / E. Maccallum, A. Blaszczyński // *Aust. N Z J Psychiatry*. – 2002. – Vol. 36, Jun., № 3. – P. 411–415.

446. MacDonald, Z. The Impact of Alcohol Consumption on Occupational Attainment in England / Z. MacDonald, M. A. Shields // *Economica*. – August 2001. – Vol. 68 (271). – P. 427–453.

447. McKinsey & Co. L'industrie du Luxe : Un atout pour la France // Paris, Comité Colbert. – June 1990. – № 7.
448. Michaels, R. J. Addiction, compulsion, and the technology of consumption / R. J. Michaels // *Economic Inquiry*. – 1988. – Vol. XXVI. – P. 75–88.
449. Musgrave, R. A. The Theory of Public Finance / R. A. Musgrave. – N. Y. ; L. : McGraw-Hill, 1959. – 628 p.
450. Mäkelä, K. Drinking in Finland: increasing Availability in a Monopoly State / K. Mäkelä, E. Österberg and P. Sulkunen // *Alcohol, Society, and the State. 2. The Social History of Control Policy in Seven Countries* / ed. by E. Single, P. Morgan and J. de Lint. – Toronto : Addiction Research Foundation, 1981. – P. 31–60.
451. Nezlek, J. B. Moderation in excess: Binge drinking and social interaction among college students / J. B. Nezlek, C. J. Pilkington, K. G. Bilbro // *Journal of Studies on Alcohol*. – 1994. – Vol. 55. – P. 342–351.
452. Ohtake, F. A Case For Higher Taxes on Addictive Goods / F. Ohtake // *Japanese Institute of Global Communications*. – Electronic text data. – Mode of access: http://www.glocom.org/opinions/essays/20080321_ohtake_addictive/index.html (data of access: 18.08.2012). – Title from screen.
453. Ornstein, S. I. Alcohol Control Law and the Consumption of Distilled Spirits and Beer / S.I. Ornstein, D. M. Hanssen // *Journal of Consumer Research*. – 1985. – № 12. – P. 200–213.
454. Palacios-Huerta, I. Multiple Addictions / I. Palacios-Huerta. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.palacios-huerta.com/docs/multipl51.pdf> (data of access: 18.08.2012). – Title from screen.
455. Peele, S. Exploring psychological benefits associated with moderate alcohol use: a necessary corrective to assessments of drinking outcomes? / S. Peele, A. Brodsky // *New York: College on Problems of Drug Dependence (U.S.), Elsevier*. – 2000. – № 60 (3). – P. 221–247.

456. Pernanen, K. Alcohol in Human Violence / K. Pernanen. – N. Y. : Guilford Press, 1991. – 280 p.
457. Pollak, R. A. Habit formation and longrun utility functions/ R. A. Pollak // Journal of Economic Theory. – 1976. – № 13. – P. 272–297.
458. Reducing the global burden of hazardous alcohol use: A comparative cost-effectiveness analysis / D. Chisholm [et al.] // Journal of Studies on Alcohol. – 2004. – Vol. 65 (6). – P. 782–793.
459. Rehm, N. Алкоголь в Европейском регионе ВОЗ – потребление, вред и политика / N. Rehm, R. Room, G. Edwards. – Копенгаген : Европ. регион. бюро ВОЗ, 2001. – 153 с. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.euro.who.int/document/e76240r.pdf> (дата обращения: 21.01.2014). – Title from screen.
460. Ross, S. The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem / S. Ross // American Economic Review. – 1973. – Vol. 63, May. – P. 134–139.
461. Rottenberg, S. The Clandestine Distribution of Heroin, its Discovery and Suppression / S. Rottenberg // Journal of Political Economy. – 1968. – Vol. 76. – P. 78–90.
462. Salo, M. Alkoholijuomien vahittaskulutuksen analyysi vuosilta 1969–1988 : (An analysis of off-premises retail sales of alcoholic beverages, 1969–1988) / M. Salo. – Helsinki, Alco : Taloudellinen tutkimus ja suunnittelu, Tutkimusseloste, 1990. – № 15.
463. Sato, M. An Empirical Study of Alcoholic Consumption and Labor Productivity in Japan / M. Sato, Y. Ohkusa. – Electronic text data. – Mode of access: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=413641 (data of access: 23.11.2013). – Title from screen.
464. Schelling, T. C. Economic Analysis and Organized Crime / T. C. Schelling // U. S. The President's Commission on Law Enforcement and Administration of Justice : Task Force Report : Organized Crime : Annotations and Consultants Paper. – Washington, 1967. – P. 114–126.

465. Selvanathan, E. A. Cross-country consumption in the UK, 1955–1985: a system-wide analysis. / E. A. Selvanathan // *Applied economics*. – 1987. – Vol. 20. – P. 1071–1086.
466. Shkolnikov, V. Why is the death rate from lung cancer falling in the Russian Federation? / V. Shkolnikov [et al.] // *European Journal of Epidemiology*. – 1999. – Vol. 15 (3), Mar. – P. 203–206.
467. Simpura, J. Mediterranean Mysteries: Mechanisms of Declining Alcohol Consumption. / J. Simpura // *Addiction*. – 1998. – Vol. 93 (9), Sept. – P. 1301–1304.
468. Spinnewyn, F. Rational habit formation / F. Spinnewyn // *European Economic Review*. – 1981. – Vol. 15. – P. 91–109.
469. Stenbacka, M. Mortality and cause of death among 1705 illicit drug users: a 37 year follow up / M. Stenbacka, A. Leifman, A. Romelsjö // *Drug and alcohol review*. – 2010. – Vol. 29 (1). – P. 7–21.
470. Stigler, G. J. De Gustibus Non Est Disputandum / G. J. Stigler, G. S. Becker // *American Economic Review*. – 1977. – № 67. – P. 76–90.
471. Tekin, E. Employment, wages, and alcohol consumption in Russia : Evidence from panel data, Discussion Paper № 432 / E. Tekin. – Electronic text data. – Mode of access: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=300649 (data of access: 23.11.2013). – Title from screen.
472. The quantification of drug caused morbidity and mortality in Australia / D. R. English [et al.]. – Canberra : Commonwealth Department of Human Services and Health, 1995.
473. Tigerstedt, C. Discipline and Public Health. Broken Spirits: Power and Ideas in Nordic Alcohol Control / C. Tigerstedt ; ed. by P. Sulkunen [et al.]. – Helsinki : Nordic Council for Alcohol and Drug Research, 2000. – P. 93–112.
474. Translate.Ru. – Electronic text data. – Mode of access: <http://translate.yandex.ru/> (data of access: 31.12.2012). – Title from screen.

475. Uotila, J. Area Presentation : Nordic Countries / J. Uotila // Paper presented at the International Seminar on Alcohol Retail Monopolies, Stockholm, 27–29 August, 2007. – 83 p.

476. Van Ours, J. The Price Elasticity of Hard Drugs : The Case of Opium in the Dutch Indies, 1923–1938 / J. Van Ours // Journal of Political Economy. – 1995. – Vol. 103, № 2. – P. 261–279.

477. Viscusi, W. K. Do smokers underestimate risks? / W. K. Viscusi // Journal of Political Economy. – 1990. – Vol. 98. – P. 1253–1269.

478. Wang, R. The Optimal Consumption and the Quitting of Harmful Addictive Goods / R. Wang. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.econometricsociety.org/meetings/wc00/pdf/1122.pdf> (date of access: 18.08.2012). – Title from screen.

479. Weimer, D. Cost-Benefit Analysis Involving Addictive Goods : Using Contingent Valuation To Estimate Willingness to Pay to Eliminate Addiction / D. Weimer, A. Vining, R. Thomas. – Electronic text data. – Mode of access: <http://www.lafollette.wisc.edu/publications/workingpapers/weimer2007-019.pdf> (date of access: 18.08.2012). – Title from screen.

480. WHO. Framework Convention on Tobacco Control. – Electronic text data. – Mode of access: http://www.who.int/fctc/text_download/ru/index.html (date of access: 10.01.2014). – Title from screen.

481. WHO. Global Status Report on Alcohol. – 2004. – Country profile. – Electronic text data. – Mode of access: [http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9241562722_\(425KB\).pdf](http://whqlibdoc.who.int/publications/2004/9241562722_(425KB).pdf) (date of access: 23.11.2013). – Title from screen.

482. Winston, G. C. Addiction and backsliding: a theory of compulsive consumption / G. C. Winston // Journal of Economic Behavior and Organization. – 1980. – № 1. – P. 295–324.

483. Zarkin, G. A. Alcohol use and wages: New results from the National Household Survey on Drug Abuse / G. A. Zarkin, M. T. French // Journal of Health Economics. – 1998. – Vol. 17 (1). – P. 53–68.

Приложения

Приложение 1

Классификация потребностей

Признак классификации	Виды потребностей	Автор
Направленность личности на тот или иной объект	Первичные: физиологические, в безопасности и защищенности. Вторичные: в принадлежности и любви, в уважении, в познании, в эстетике и красоте, в самовыражении.	А. Маслоу ⁴⁹⁰
	Физиологические, физические, психические, в общении, нравственные, общественные, материальные, духовные, интеллектуальные, в познании, в научном познании, в эстетическом наслаждении, в художественном творчестве, социальные, в общественной деятельности, в труде.	Л.П. Шиповская ⁴⁹¹
	Существования: физиологические, безопасности, причастности. Достижения целей жизни: потребности в материальных благах, власти и славе, знаниях и творчестве, духовном совершенствовании.	Е.В. Фахрутдинова, А.К. Васильев ⁴⁹²
Степень конкретизации	Общие: в пище, одежде, жилье, образовании и т.д. Конкретные: в хлебе, мебели, книгах и т.п.	Л.П. Шиповская ⁴⁹³
Степень рациональности	Разумные (рациональные). Иррациональные: в алкоголе, наркотиках, табаке и пр.	Л.П. Шиповская ⁴⁹⁴
Природа возникновения	Биологические: физические (физиологические) и социальные (духовные). Экономические.	Е. Байльдинов ⁴⁹⁵
Усложнение содержания потребностей	Потребности в материальных благах, необходимые для поддержания жизни. Потребности познания. Потребности всемирного объединения людей.	Ф.М. Достоевский ⁴⁹⁶
	Физические потребности. Потребности права, законов. Религиозные потребности. Потребности познания.	Г.В.Ф. Гегель ⁴⁹⁷

⁴⁹⁰ Шиповская Л. П. Человек и его потребности : учеб. пособие. М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. С. 26–29.

⁴⁹¹ Там же. С. 38–42.

⁴⁹² Фахрутдинова Е. В., Васильев А. К. Потребности и качество жизни человека: аспекты взаимодействия // Экономическая теория. 2009. № 10 (59). С. 90.

⁴⁹³ Шиповская Л. П. Человек и его потребности. С. 43.

⁴⁹⁴ Там же. С. 44–45.

⁴⁹⁵ Байльдинов Е. Потребности индивида и развитие общества // Общество и экономика. 2010. № 2. С. 68–69.

⁴⁹⁶ Классификация потребностей // BestReferat.ru. URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-116154.html> (дата обращения: 21.07.2012).

⁴⁹⁷ Там же.

Окончание приложения 1

Признак классификации	Виды потребностей	Автор
Субъект	Индивидуальные, групповые, общественные, общечеловеческие.	Д.А.Леонтьев ⁴⁹⁸
Уровень удовлетворения	Минимальный. Базовый. Уровень роскоши.	Е.В. Фахрутдинова, А.К. Васильев ⁴⁹⁹
Экономическая количественная определенность	Абсолютные. Действительные. Платежеспособные.	Л.Я. Баранова ⁵⁰⁰
Качественно-количественные критерии внутреннего для человека характера.	Вещественно-энергетические и информационные. Первоочередные и отдалённые (по иерархии насущности) Рациональные и иррациональные. Прямые и компенсаторные.	Н.Ф. Реймерс ⁵⁰¹

⁴⁹⁸ Классификация потребностей. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/klassifikatsiya-potrebnostei> (дата обращения: 21.07.2012).

⁴⁹⁹ Фахрутдинова Е. В., Васильев А. К. Потребности и качество жизни человека: аспекты взаимодействия. С. 90.

⁵⁰⁰ Степановских А. С. Экология. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. С. 559–563.

⁵⁰¹ Загрязнение окружающей природной среды и здоровье населения. URL: <http://www.ecololife.ru/study-599-3.html> (дата обращения: 21.07.2012).

Классификация товарных рынков

Признак классификации	Вид товарного рынка
Территориальный	Внутренний; национальный; мировой.
Организационная структура	Внешний рынок (в т.ч.: открытый, закрытый, преференциальный); внутренний рынок (в т.ч.: оптовый, розничный).
Степень конкуренции	Чистой (свободной) конкуренции; монополистический; олигополистический.
Товарно-отраслевой	Рынок машин и оборудования; рынок минерального сырья и топлива; рынок сельскохозяйственного сырья, продовольственных и лесных товаров.
Характер конечного использования продукта	Рынок товаров предприятий, в том числе рынок товаров промышленного назначения (для производства); рынок промежуточных продавцов (для перепродажи); рынок государственных закупок товаров и сырья; рынок потребительских товаров; рынок продукции массового питания; рынок услуг (туризм, отдых, досуг, спорт, здравоохранение); информационный рынок (в т.ч. в Интернете); рынок труда; инвестиционный рынок (капитальные вложения, в том числе в недвижимость); финансовые рынки (в т.ч.: рынки ценных бумаг, валютный, кредитный, денежный); рынок интеллектуального труда.
Срок использования товара	Рынки товаров долгосрочного пользования; рынки товаров краткосрочного пользования; рынки товаров одноразового пользования.
Сфера общественного производства	Рынок товаров материального производства; рынок товаров духовного производства.
Степень регулируемости	Регулируемый рынок; нерегулируемый рынок; рынки смешанной экономики.

Классификация потребительских свойств индифферентных
продовольственных и аддитивных товаров

Комплексные показатели первого уровня	Комплексные показатели второго уровня	Удовлетворяемые потребности (в первую очередь)	
		обычными продовольственными товарами	аддитивными товарами
Функциональные свойства	Пищевая ценность	Физиологические потребности	Трансцендентальные потребности
	Энергетическая ценность		
	Биологическая ценность		
	Органолептическая ценность		
	Физиологическая ценность	В безопасности и защищенности	Стимулируют потребности в насилии, в любовных и сексуальных аддикциях
Безопасность для здоровья и жизни			
Экономические свойства	Цена	В экономии средств	Показные потребности
Эстетические свойства	Совершенство производственного исполнения	В эстетике и красоте	В роскоши
Эргономические свойства	Удобство	В самовыражении	Трансцендентальные потребности

Интересы субъектов на рынках аддитивных благ

Субъекты первого уровня	Субъекты второго уровня	Интересы	Иллюстрирующие показатели
Хозяйствующие субъекты	Акционеры	Прибыль от инвестиций, развитие.	Размер годового дивиденда, доходность и рентабельность акционерного капитала, движение курса акций или рыночной стоимости организации и др.
	Работники	Заработная плата, позитивная рабочая среда.	Величина оплаты труда, соотношение среднемесячной заработной платы работников организации со среднемесячной номинальной заработной платой работников в РФ, гарантии занятости, продвижение по службе, удовлетворенность работой и др.
	Поставщики	Экономическая выгода, стабильность договорных отношений.	Стоимость контракта, стабильность заказов, оплата по договору, отношения зависимости от поставок и др.
	Клиенты	Стоимость, качество.	Соотношение цены и качества по сравнению с аналогами других поставщиков, качество исполнения заказов, гарантийное обслуживание и др.
	Производители комплементарных благ	Положительные экстернальные эффекты от аддитивных товаров.	Иллюстрирующие показатели акционеров, работников, поставщиков, клиентов.
Государственные институты	Исполнительная власть	Снижение смертности, заболеваемости и социальных проблем, связанных с потреблением аддитивных благ (в т.ч. влияющих на будущие поколения), пополнение бюджета, занятость населения.	Численность потребителей аддитивных благ, потребление на душу населения, смертность от случайных отравлений, поступление налогов и сборов в бюджет, процент бремени болезней, связанный с потреблением аддитивных благ, продолжительность жизни, скорректированная на инвалидность, уровень теневой деятельности, численность населения, занятого в производстве и реализации аддитивных благ и др.
	Законодательная власть		

Продолжение приложения 4

Субъекты первого уровня	Субъекты второго уровня	Интересы	Иллюстрирующие показатели
Потребители	Здоровые	Эйфоризирующий, антидепрессивный, транквилизирующий, лечебный эффекты, качество, цена.	Доступность, уровень качества аддитивных товаров, разнообразие выбора, степень интоксикации, время отключения от тягот жизни, время до начала и ход абстинентного синдрома и др.
	Больные		
Окружающие потребителей люди	Родственники	Взаимоотношения, умственное и физическое развитие, минимизация финансовых потерь, безопасность.	Моральный климат, отношения в семье, коллективе, число преступлений под воздействием аддитивных благ, финансовые, материальные потери в связи с потребителем аддитивных благ, характер потребления и др.
	Друзья		
	Коллеги		
	Посторонние	Безопасность.	

Индикаторы характеристики рынков аддитивных благ

№ п/п	Наименование индикатора
I	Первичные (родовые) индикаторы
1	Фактическое потребление на душу взрослого населения, ед.
2	Норма потребления на душу взрослого населения, ед.
3	Товар надлежащего качества от отобранных образцов, %
4	Уровень теневой деятельности, %
5	Средняя ставка акциза на единицу товара, руб.
6	Уровень рентабельности проданной продукции, %
7	Ежегодные потери бюджета от лобби, руб.
8	Численность заболевших от этиологии связанной с употреблением аддитивных товаров, чел.
9	Число умерших от причин этиологии, связанной с употреблением аддитивных товаров, чел.
10	Средние потребительские цены на аддитивные блага, руб.
11	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, руб.
12	Численность населения, потребляющего аддитивные блага, чел.
13	Численность пассивных потребителей аддитивных благ, чел.
14	Норма прибыли на капитал, %;
15	Соответствие уровня загрязнения окружающей среды выбросами и отходами производства экологическим нормам, %.
16	Ущерб от настоящего стремления потребителя к аддитивным благам, руб.
17	Ущерб от несчастных случаев в состоянии опьянения аддитивными продуктами, руб.
18	Расходы на содержание органов государственной власти, руб.
II	Вторичные индикаторы
1	Поступление налогов и сборов, руб.
2	Количество человек занятых в производстве и реализации аддитивных благ
3	Выпуск аддитивных благ, ед.
4	Розничная реализация аддитивных благ, ед.
5	Экспорт аддитивных благ, ед.
6	Импорт аддитивных благ, ед.
7	Расходы на лечение, профилактику аддитивного поведения и его последствий, руб.
8	Удельный вес населения РФ с величиной среднедушевых денежных доходов ниже прожиточного минимума, в %-тах к итогу
9	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников отрасли, руб.
10	Средние цены на нелегальные аддитивные товары, руб.
11	Издержки государства и бизнеса в связи с потерей трудоспособности индивидов, руб.

Окончание приложения 5

№ п/п	Наименование индикатора
12	Численность индивидов, не окончивших учебное учреждение в связи с потреблением аддитивных благ, чел.
13	Соотношение эффективной и действующей ставки акциза, %
14	Удельный вес прибыльных организаций в общем их количестве, %
15	Доступность легальных товаров населению по величинам среднедушевых денежных доходов, %
16	Уровень использования производственных мощностей, %
17	Уровень рентабельности проданной продукции организаций смежных отраслей, %
18	Взято под диспансерное наблюдение больных с впервые в жизни установленным диагнозом зависимости, чел.
19	Численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях на конец отчетного года, чел.
20	Удельный вес организаций, оборудованных очистными сооружениями в общем количестве организаций, %
21	Производительность труда.
22	Количество преступлений, связанных с незаконным оборотом аддитивных товаров, зарегистрированных в отчетном периоде
23	Удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве, %
24	Инвестиции в социальные проекты, руб.
25	Психологические издержки.
26	Учебная, академическая успеваемость,
27	Расходы на потребление аддитивных благ,
28	Психологические издержки.
29	Соотношение медицинской безопасной нормы потребления продукции на человека с фактическим потреблением продукции на человека, %
30	Отношение цены водки обыкновенного качества отечественного производства за литр к цене килограмма говядины

Влияние основных аддиктивных благ на субъектов

Аддиктивные блага	Субъекты			
	Потребители	Хозяйствующие субъекты	Государственные институты	Третьи лица, окружающие потребителей
Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Алкогольное опьянение. Чрезмерное употребление увеличивает риск заболеваний.	Существование производителей, оптовых компаний, розничных продавцов, смежных отраслей.	Образование профильных государственных ведомств (Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка и ее Межрегиональные управления по округам, отделы лицензирования в субъектах).	Косвенное влияние.
Наркотики	Наркотическое опьянение. Разрушающее воздействие на организм.	Существование производителей наркотиков для медицины, субъектов, осуществляющих аномальную экономическую деятельность.	Образование профильных государственных ведомств (Федеральная служба РФ по контролю за оборотом наркотиков и ее территориальные органы).	Косвенное влияние.
Табачные изделия	Слабая эйфория. Пагубное влияние на здоровье.	Существование производителей, оптовых компаний, розничных продавцов, смежных отраслей.	Не привело к формированию профильного ведомства.	Вдыхание загрязненного табачным дымом воздуха способствует развитию у некурящих заболеваний, свойственных курильщикам.

Аддиктивные блага	Субъекты			
	Потребители	Хозяйствующие субъекты	Государственные институты	Третьи лица, окружающие потребителей
Лекарственные средства	Антисептическое, раздражающее, снотворное, обезболивающее, сосудорасширяющее, седативное действие.	Существование производителей, оптовых компаний, розничных продавцов, смежных отраслей.	Лицензирующий орган производства лекарственных средств (в Министерстве промышленности и торговли РФ и в Федеральной службе по ветеринарному и фитосанитарному надзору). Лицензирующий орган оборота наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, культивированию наркосодержащих растений (Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития, органы исполнительной власти субъектов РФ).	Косвенное влияние.
Энергетические напитки, кофе	Стимулирование бодрости.		Не привело к формированию профильного ведомства.	Косвенное влияние.
Угнетающе опекаемые азартные игры (рулетка, карты, наперстки, игровые автоматы)	Эмоция, связанная с предвосхищением успеха. Зависимое поведение, социально и медицински опасное.	Существование официального и анормального игорного бизнеса, смежных отраслей.	Ответственные в районных отделах экономической безопасности и противодействию коррупции МВД России.	Косвенное влияние.
Поддерживающе-угнетаемые опекаемые азартные игры (лотереи, бинго, ставки на бегах, спортивные ставки)	Эмоция, связанная с предвосхищением успеха.		Лицензирующий орган деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах (в Федеральной налоговой службе).	Косвенное влияние.

Основные первичные индикаторы в разрезе субъектов

Субъект	Наименование индикатора
Потребители	<ul style="list-style-type: none"> – Фактическое потребление на душу взрослого населения, ед.; – численность заболевших от этиологии связанной с употреблением аддитивных товаров, чел.; – число умерших от причин этиологии, связанной с употреблением аддитивных товаров, чел.; – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, руб.; – численность населения, потребляющего аддитивные блага, чел.
Хозяйствующие субъекты	<ul style="list-style-type: none"> – Норма прибыли на капитал, %; – средние потребительские цены на аддитивные блага, руб.; – уровень рентабельности проданной продукции, %; – товар надлежащего качества от отобранных образцов, %; – соответствие уровня загрязнения окружающей среды выбросами и отходами производства экологическим нормам, %.
Государственные институты	<ul style="list-style-type: none"> – Норма потребления на душу взрослого населения, ед.; – средняя ставка акциза на единицу товара, руб.; – уровень теневой деятельности, %; – ежегодные потери бюджета от лобби, руб.; – расходы на содержание органов государственной власти, руб.
Третьи лица	<ul style="list-style-type: none"> – Ущерб от настоящего стремления потребителя к аддитивным благам, руб.; – ущерб от несчастных случаев по вине потребителей в состоянии опьянения, руб.; – численность пассивных потребителей аддитивных благ, чел.

Основные вторичные индикаторы в разрезе субъектов

Субъект	Наименование индикатора
Потребители	<ul style="list-style-type: none"> – Доступность легальных товаров населению по величинам среднедушевых денежных доходов, %; – взято под диспансерное наблюдение больных с впервые в жизни установленным диагнозом зависимости, чел.; – численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях на конец отчетного года, чел.; – удельный вес населения РФ с величиной среднедушевых денежных доходов ниже прожиточного минимума, в %-тах к итогу; – учебная, академическая успеваемость; – расходы на потребление аддитивных благ; – численность индивидов, не окончивших учебное учреждение в связи с потреблением аддитивных благ, чел.; – психологические издержки.
Хозяйствующие субъекты	<ul style="list-style-type: none"> – Средние цены на нелегальные аддитивные товары, руб.; – отношение цены водки обыкновенного качества отечественного производства за литр к цене килограмма говядины; – выпуск аддитивных благ, ед.; – розничная реализация аддитивных благ, ед.; – экспорт аддитивных благ, ед.; – импорт аддитивных благ, ед.; – издержки бизнеса в связи с потерей трудоспособности индивидов, руб.; – удельный вес прибыльных организаций в общем их количестве, %; – уровень использования производственных мощностей, %; – удельный вес организаций, оборудованных очистными сооружениями в общем количестве организаций, %; – уровень рентабельности проданной продукции организаций смежных отраслей, %; – количество человек занятых в производстве и реализации аддитивных благ; – производительность труда.
Государственные институты	<ul style="list-style-type: none"> – Поступление налогов и сборов, руб.; – среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников отрасли, руб.; – расходы на лечение, профилактику аддитивного поведения и его последствий, руб.; – издержки государства в связи с потерей трудоспособности индивидов, руб.; – соотношение эффективной и действующей ставки акциза, %; – соотношение медицинской безопасной нормы потребления продукции на человека с фактическим потреблением продукции на человека, %; – удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве, %; – количество преступлений, связанных с незаконным оборотом аддитивных товаров, зарегистрированных в отчетном периоде.
Третьи лица	<ul style="list-style-type: none"> – Инвестиции в социальные проекты, руб.; – психологические издержки.

Исследования взаимосвязей индикаторов

Корреляция индикаторов	Авторы
Зависимость потребления аддитивных благ от цены	Алкоголь: Ю.В. Андриенко, А.В. Немцов, В.К. Дмитриев, К.В. Клементс и Е.А. Сельванатан, К.Е. Квик, М. Сало, П. Кук и Г. Тачен, С. Орнштейн и Д. Хансен. Сигареты: Г. Беккер и К.М. Мэрфи, Ф. Дж. Чалупка, Е. Левит и Д. Коат. Наркотики: Дж. Колкинз, Ф. Дж. Чалупка и Х. Саффер, А. Бретевиль-Дженсен и М. Саттон, Дж. Ван Орс, Дж.Т. Лиу, Дж.Л. Лиу и С. Чу.
Зависимость потребления аддитивных благ от дохода домохозяйства	Алкоголь: Ю.В. Андриенко, А.В. Немцов, М.С. Пономарева
Влияние потребления аддитивных благ на улучшение здоровья	Алкоголь: А.Л. Александры, В.В. Константинов, А.Д. Деев, А.В. Капустина, Д.Б. Шестов, С. Пил и А. Бродский, Л. Джус. Табак: А. Шварц, Ю. Мартынова.
Влияние уровня потребления аддитивных товаров на производительность труда, учебу и успеваемость	Алкоголь: производительность - М. Сато и Я. Окус, учеба и успеваемость – С. Дж. Ловеланд-Черри, П. Дж. Кук и М. Дж. Мур
Взаимосвязь между потреблением аддитивных благ и умственными способностями	Алкоголь: М.Е. Бейтс и Дж. И. Трейси
Влияние уровня потребления аддитивных товаров на социализацию	Алкоголь: Дж.Б. Незлек, С.Дж. Пилкингтон, К.Г. Библро
Влияние уровня потребления аддитивных товаров на трудоустройство и зарплату	Алкоголь: П. Чаттерджи, Дж. ДеСимоне, З. Макдональд, М.А. Шилдс, М. Бергер, Дж. Ли, Э. Текин, Р. Брайант, Г.А. Жаркин
Влияние потребления аддитивных благ на численность заболевших от причин этиологии, связанных с их употреблением, на число умерших от отравлений	Алкоголь: Всемирная организация здравоохранения, Г. Эдвардс, Е.М. Андреев и И.А. Збарская
Влияние потребления аддитивных благ на смертность от внешних причин	Алкоголь: Д.Р. Инглиш, Наркотики: М. Стенбака, А. Лейфман, А. Ромелсё
Влияние потребления аддитивных благ на продолжительность жизни	Табак: К.Д. Данишевский, Алкоголь: А. Кортаев и Д. Халтурина, А.В. Немцов, А.В. Подлазов
Влияние потребления аддитивных благ на количество преступлений, совершенных в состоянии опьянения	К. Пернанен
Влияние структуры потребления аддитивных благ на индивидуальные проблемы	Алкоголь: М. Бобак, М. Мерфи, Р. Роуз, М. Мармот
Влияние урбанизации, индустриализации на потребление	Алкоголь: В.К. Дмитриев, Дж. Симпура

Сравнительный анализ индивидуальных благ и рынков специфических товаров и услуг

Вид блага	Определение	Свойства	Пример	Мотивация опеки
Мериторные блага	Блага, спрос на которые со стороны частных лиц отличается от нормативных установок общества.	Разрыв между «правильными» общественными и фактическими потребностями частных лиц (несводимость). Информационный дефицит. Недостаток воли. Иррациональное поведение индивидуумов. Общие потребности.	Патологические случаи, поддержка неимущих граждан, сохранность исторических мест, уважение к национальным праздникам, природе, культуре, искусству.	Коррекция поведения индивидуумов в сторону «нормативно» правильного.
Продукты «баумолевской экономики»	Блага, для которых несостоятельность рынка проявляется в «неправильной» динамике издержек и цен.	«Болезнь цен» - на определенных этапах издержки производства растут быстрее, чем цены на конечный продукт.	Культурные блага, инновационные продукты, услуги образования.	Неспособность рынка обеспечить производство благ в достаточном количестве.
Общественные (государственные) блага	Блага, к которым неприменим принцип исключения и производство которых обеспечивается государством при условии, что они приносят существенные выгоды обществу.	Неделимость – состоят из таких крупных единиц, что не могут быть проданы индивидуальным покупателям. Неисключаемость – не существует эффективных способов отстранения индивидов от пользования выгодами общественных благ. Выгоды достаются обществу в результате производства благ (проблема фрирайдерства). Экстерналии. Неконкурентность. Информационная асимметрия.	Национальная оборона, полиция, маяки, медикаменты и медицинская техника, табак, алкоголь, экологически вредные производства, мосты, тоннели, дороги, каналы, шлюзы, парки, образование, здравоохранение, культура, коммунальные услуги, метеосистема, пенсионирование и др.	Коррекция неконкурентного поведения потребителей и производителей. Устранение внешних эффектов. Неспособность рынка обеспечить производство благ в достаточном количестве.

Окончание приложения 10

Вид блага	Определение	Свойства	Пример	Мотивация опеки
Опекаемые блага	Блага, в отношении производства и потребления которых у общества имеется свой, нормативный интерес.	Экстерналии. Естественные монополии. Информационная асимметрия.	См.: мериторные блага, продукты «баумолевской экономики», общественные блага.	См.: мериторные блага, продукты «баумолевской экономики», общественные блага.
Индивидуальные блага	Блага, предоставление которых отдельному лицу возможно без предоставления их другим лицам в связи с тем, что они обладают свойством исключения.	Делимость – выступают в виде достаточно малых единиц и доступны индивидуальным покупателям. Исключаемость – кто желает покупает продукт, кто не в состоянии исключается. Выгоды достаются индивиду при покупке благ. Конкурентность.	Традиционные продукты питания, одежда, обувь, мебель, бытовая техника, средства передвижения и пр.	Сдерживание роста цен на социально значимые для населения продукты питания и др.
Аддиктивные блага	Блага, удовлетворяющие естественно не обусловленные потребности, спрос на которые со стороны частных лиц опережает желаемый обществом и ограничивается государством с целью устранения экстернатальных эффектов.	Выраженная способность вызывать аддиктивное поведение. Иррациональное поведение индивидуумов. Прирост предельной полезности с ростом потребления. Неэластичный спрос близоруких потребителей. Экстерналии. Информационная асимметрия.	Энергетические напитки, кофе, алкогольная и спиртосодержащая продукция, наркотики, табачные изделия, лекарственные средства, азартные игры.	Устранение внешних эффектов, коррекция поведения индивидуумов в сторону «нормативно» правильного, важность для государственных финансов, возможность использования в качестве политического инструмента.

Примечание. Составлено автором по: Рубинштейн А. Я. К теории рынков «опекаемых благ» (научный доклад). М. : И-т экономики РАН, 2008. 63 с. ; Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика : пер. с англ. : в 2 т. Таллин : Римол, 1993. Т. 2. 400 с.

Инструменты государственного регулирования рынков основных аддиктивных благ

Вид аддиктивного блага	Инструменты
1	2
Алкогольная и спиртосодержащая продукция	<ul style="list-style-type: none"> – создание специальных федеральных органов исполнительной власти; – определение обязанностей организаций по использованию оборудования для производства и оборота; – требования к производству, обороту, и перевозкам (сертификация оборудования; оснащение автоматическими средствами измерения и учета концентрации и объема безводного спирта в готовой продукции, объема готовой продукции, техническими средствами фиксации и передачи информации в ЕГАИС; минимальный уставный капитал; уведомление о закупке этилового спирта; содержание денатурирующих веществ в денатурированном этиловом спирте и спиртосодержащей непищевой продукции; информация на этикетках; определение организационно-правовой формы бизнес-субъектов; требования к средствам укупорки потребительской тары; требования к емкости потребительской тары; требований к производственным, складским помещениям и стационарным торговым объектам); – регулирование цен; – перечень и оформление документов, сопровождающих оборот; – обязательная маркировка федеральными специальными и акцизными марками; – установление видов подакцизной продукции и ставок акцизов; – регулирование экспорта и импорта; – установление порядка и лицензирование производства и оборота; – организация и осуществление государственного учета и отчетности; – определение комплекса мер по защите здоровья и прав потребителей; – требования к розничной продаже и потреблению (распитию) алкогольной продукции (определение организационно-правовой формы бизнес-субъектов; ограничения территории, мест, времени продажи; возрастной ценз; лицензионные требования к розничным точкам); – разработка и принятие федеральных целевых программ в сфере предпринимательства, мер по устранению недобросовестной конкуренции, охране окружающей среды; – установление максимального содержания этилового спирта в спиртосодержащей продукции; – установление порядка ведения единого государственного реестра мощностей основного технологического оборудования; – установление минимального уровня рентабельности производства этилового спирта и алкогольной продукции, норм минимального использования производственных мощностей;

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> – установление порядка представления уведомлений о начале оборота на территории РФ алкогольной продукции; – установление порядка ведения автоматизированной системы контроля перевозок этилового спирта и спиртосодержащей продукции на территории РФ, а также требований к соответствующим специальным техническим средствам регистрации движения и ведение автоматизированной системы контроля перевозок; – установление требований к транспортным средствам и оборудованию для перевозок этилового спирта (в том числе денатурата) и нефасованной спиртосодержащей продукции с содержанием этилового спирта более 25 процентов объема готовой продукции; – государственный контроль (надзор).
Табачные изделия	<ul style="list-style-type: none"> – установление запрета курения табака на отдельных территориях, в помещениях и на объектах; – ценовые и налоговые меры; – регулирование состава табачных изделий и регулирование раскрытия состава табачных изделий, установление требований к упаковке и маркировке табачных изделий; – просвещение населения и информирование его о вреде потребления табака и вредном воздействии окружающего табачного дыма; – установление запрета рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табака; – оказание гражданам медицинской помощи, направленной на прекращение потребления табака, лечение табачной зависимости и последствий потребления табака; – предотвращение незаконной торговли табачной продукцией и табачными изделиями; – ограничение торговли табачной продукцией и табачными изделиями; – разработка и реализация мероприятий по охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака, включение указанных мероприятий в установленном порядке в целевые программы; – организация и осуществление государственного контроля в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака; – международное сотрудничество Российской Федерации в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака; – мониторинг и оценка эффективности реализации мероприятий, направленных на предотвращение воздействия окружающего табачного дыма и информирование заинтересованных лиц; – установление запрета продажи табачной продукции несовершеннолетним и несовершеннолетними, запрета потребления табака несовершеннолетними, запрета вовлечения детей в процесс потребления табака.

1	2
Наркотики	<ul style="list-style-type: none"> – создание специальных федеральных органов исполнительной власти; – классификация наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в РФ в зависимости от применяемых государством мер контроля; – установление строгого контроля за оборотом наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров; – государственная монополия и лицензирование основных видов деятельности, связанных с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, оборот которых в РФ запрещен в соответствии с законодательством РФ и международными договорами РФ; – государственная поддержка научных исследований в области разработки новых методов лечения наркомании; – привлечение негосударственных организаций и граждан к борьбе с распространением наркомании и развитию сети учреждений медико-социальной реабилитации больных наркоманией; – развитие международного сотрудничества в области противодействия незаконному обороту; – лицензирование деятельности, связанной с производством, переработкой, хранением, реализацией, приобретением и использованием прекурсоров, оборот которых в РФ ограничен и в отношении которых устанавливаются особые меры контроля в соответствии с законодательством РФ и международными договорами РФ; – регулирование отпуска наркотических средств и психотропных веществ физическим лицам; – требования к упаковке и маркировке наркотических средств и психотропных веществ; – контроль ввоза (вывоза); – порядок уничтожения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, инструментов, оборудования и наркосодержащих растений; – порядок использования наркотических средств и психотропных веществ в медицинских целях, в ветеринарии, в научных и учебных целях, в экспертной, в оперативно-розыскной деятельности; – отчеты о деятельности, связанной с оборотом наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров; – запрет потребления наркотических средств или психотропных веществ без назначения врача; – организация противодействия незаконному обороту; – запрет пропаганды в данной сфере; – наркологическая помощь больным наркоманией.

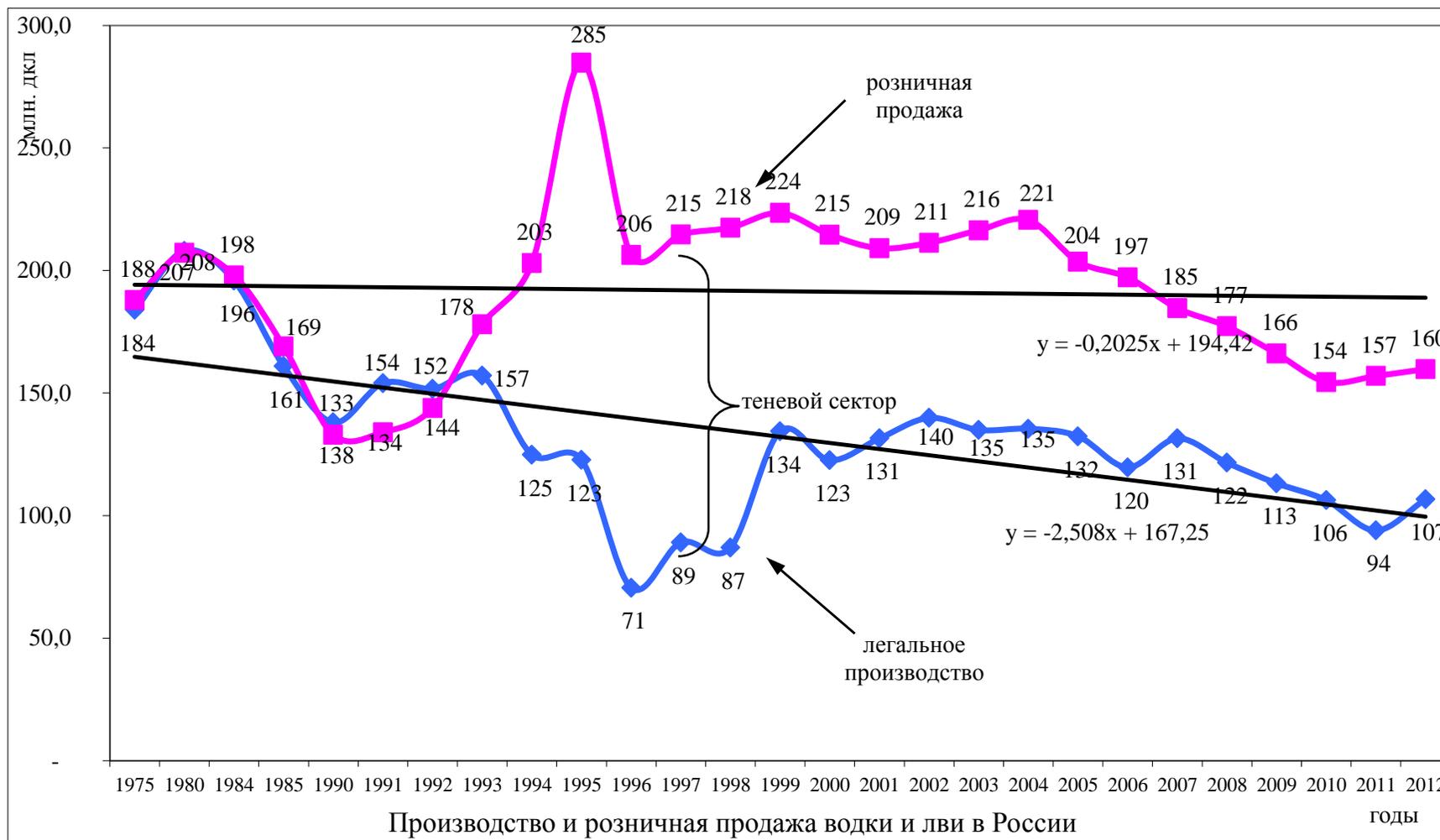
1	2
Наркотические и психотропные лекарственные средства	<ul style="list-style-type: none"> – лицензирование производства лекарственных средств и фармацевтической деятельности; – организация экспертизы лекарственных средств, этической экспертизы возможности проведения клинического исследования лекарственного препарата для медицинского применения; – проведение единой государственной политики в области обеспечения лекарственными препаратами граждан; – утверждение общих фармакопейных статей, фармакопейных статей, издание государственной фармакопеи; – осуществление государственного контроля (надзора) в сфере обращения лекарственных средств; – выдача разрешений на проведение клинических исследований лекарственных препаратов, ведение реестра выданных разрешений на проведение клинических исследований лекарственных препаратов; – государственная регистрация лекарственных препаратов, ведение государственного реестра лекарственных средств; – инспектирование производства лекарственных средств на соответствие правилам организации производства и контроля качества лекарственных средств, выдача заключений о соответствии производителя лекарственных средств требованиям правил организации производства и контроля качества лекарственных средств; – государственная регистрация установленных производителями лекарственных препаратов предельных отпускных цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты и ведение государственного реестра предельных отпускных цен производителей на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов; – установление порядка ввоза и вывоза лекарственных средств; – создание советов по вопросам, связанным с обращением лекарственных средств; – аттестация и сертификация специалистов; – утверждение образовательных программ по подготовке специалистов; – мониторинг безопасности лекарственных препаратов; – участие в международном сотрудничестве; – правила организации производства и контроля качества лекарственных средств; – маркировка лекарственных средств; – правила оптовой торговли лекарственными средствами; – порядок розничной торговли лекарственными препаратами; – правила хранения наркотических и психотропных лекарственных средств; – учет лекарственных средств; – основания и порядок уничтожения лекарственных средств; – регулирование цен; – мониторинг безопасности лекарственных препаратов; – правила распространения информации о лекарственных препаратах.

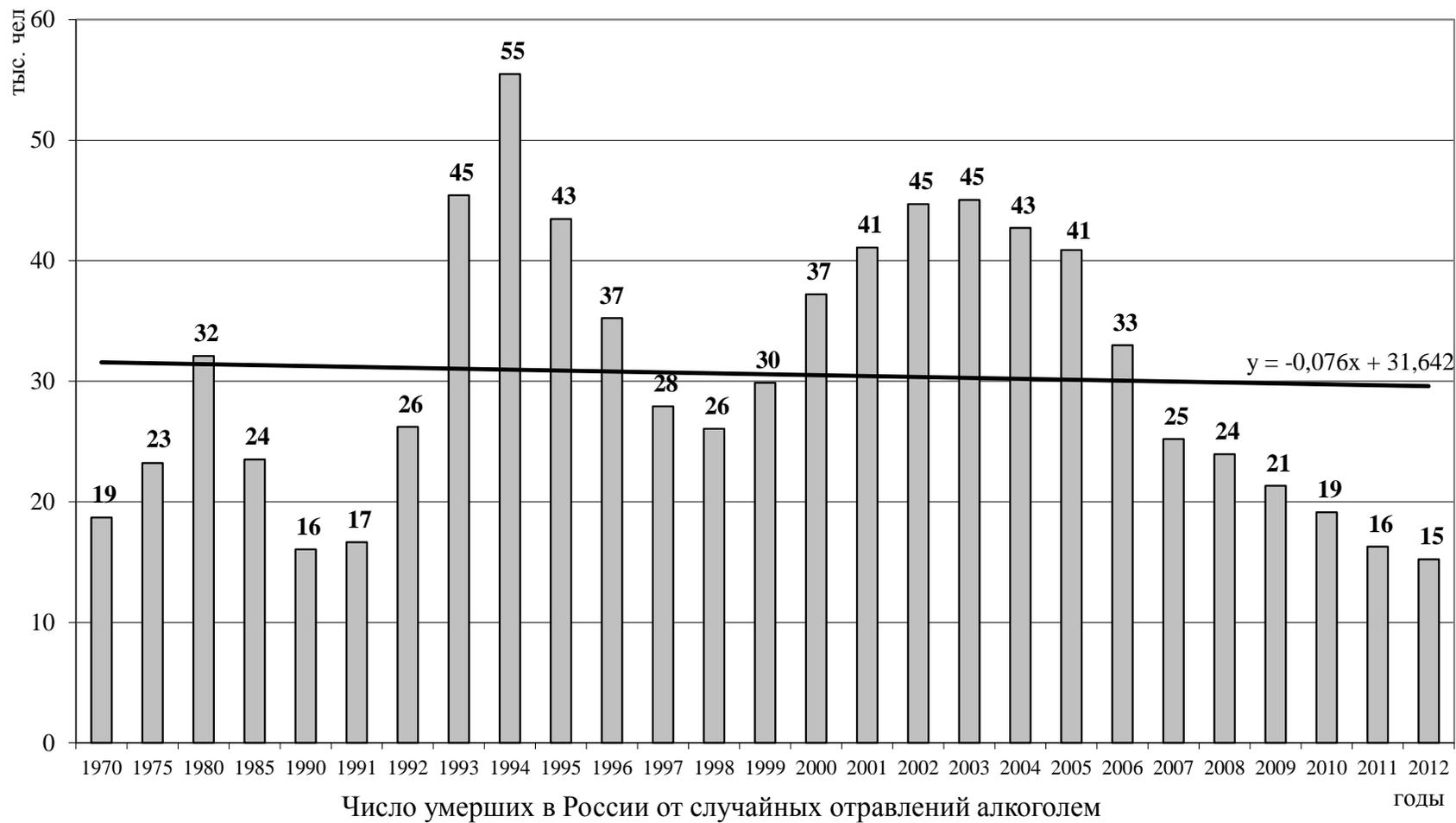
1	2
Азартные игры	<ul style="list-style-type: none"> – управление игорными зонами уполномоченным органом государственной власти субъекта РФ; – установления порядка осуществления деятельности по организации и проведению азартных игр и соответствующих ограничений, обязательных требований к организаторам азартных игр, игорным заведениям, посетителям игорных заведений, игорных зон; – выделение территорий, предназначенных для осуществления деятельности по организации и проведению азартных игр (игорных зон); – выдача разрешений на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игорных зонах; – лицензирование деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах; – государственный надзор в области организации и проведения азартных игр; – требования к организаторам азартных игр (определение организационно-правовой формы бизнес-субъектов; запрет об учреждении организаций лицам с неснятой или непогашенной судимостью); – требования по обеспечению личной безопасности участников азартных игр, иных посетителей игорного заведения, работников организатора азартных игр во время их нахождения в игорном заведении; – правила совершения операций с денежными средствами при организации и проведении азартных игр; – минимальный размер уставного капитала и стоимость чистых активов; – наличие у организатора азартных игр в букмекерской конторе или тотализаторе банковской гарантии исполнения обязательств перед участниками азартных игр; – требования к посетителям игорного заведения (возраст посетителей, правила поведения); – требования к игорному заведению (зонирование игорного заведения; возраст работников; технические условия к оборудованию; технически заложенный средний процент выигрыша каждого игрового автомата; расположение игорных заведений; минимальная площадь зоны обслуживания, минимальное количество игровых столов и автоматов); – порядок открытия букмекерских контор, тотализаторов, пунктов приема ставок букмекерских контор и тотализаторов; – требования к букмекерским конторам, тотализаторам, пунктам приема ставок букмекерских контор и тотализаторов (расположение игорных заведений; наличие кассы; единый учет, обработка ставок, фиксирование результатов азартных игр и расчет сумм выигрышей; наличие специального оборудования и пр.); – государственный надзор в области организации и проведения азартных игр.

Инструменты государственного регулирования

№ п/п	1598-1880 гг.	1991-2013 гг.
1.	В разные периоды создавались специальные органы, выполняющие контрольные и регулирующие функции на алкогольном рынке: Новая четь (Борис Годунов), бурмистрская палата и камер-коллегия по надзору за питейным делом (Петр I), и пр.	До 2009 г. полномочия в сфере регулирования алкогольного рынка распределены между государственными органами: Министерство сельского хозяйства, Министерство финансов, Министерство экономического развития и торговли, Федеральная таможенная служба, Роспотребнадзор, Министерство внутренних дел, Федеральная служба безопасности и др. Создавались различные коллегиальные органы по координации деятельности заинтересованных органов исполнительной власти: Государственная инспекция по контролю за производством и качеством спиртов и алкогольных напитков, Государственная инспекция по обеспечению государственной монополии, Межведомственная комиссия по защите государственных интересов, прав потребителей и отечественных товаропроизводителей в сфере производства и реализации алкогольной продукции и пр. В 2008 г. образована Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка.
2.	Царем Алексеем Михайловичем разрешалась реализация водки только в емкости определенного объема (ведрами, кружками и укупоренными чарками).	На федеральных специальных марках указываются определенные пределы емкости стеклотытки.
3.	3.1. Павлом I некоторые функции по регулированию рынка переданы местным властям. В частности перевоз водки в другие города откупщиками должен осуществляться с разрешения местных властей при получении специального документа, в котором определялся маршрут следования, объем и качество перевозимого товара. 3.2. Продаваемая водка также должна была соответствовать установленной государством цене.	3.1. Постановлением Правительства РФ от 01.10.2002 № 723 определялись условия выдачи разрешений на учреждение акцизных складов и порядок выдачи региональных специальных марок. Субъектам РФ предоставлялось право проведения специальных защитных мер по проверке качества и безопасности алкогольной продукции, реализуемой на территории региона. 3.2. Постановлением Правительства РФ от 8 февраля 1996 г. № 131 введены минимальные цены на водку и ликероводочные изделия крепостью свыше 28 процентов, производимые на территории РФ или ввозимые на ее таможенную территорию.

№ п/п	1598-1880 гг.	1991-2013 гг.
4.	В 1681 г. Федором Алексеевичем введен новый порядок заготовки водки - подрядная поставка водки казне по строго фиксированным ценам или в качестве товарного эквивалента налога. Подрядчиками должны были выступать дворяне: помещики, крупные вотчинники, дававшие письменное обязательство («порученные записи»), что они в такой-то срок и в таком-то количестве поставят водку казне и тем самым не подведут государство.	С 1 января 2006 г. для осуществления контроля за уплатой акциза, одним из условия приобретения федеральных специальных марок для организации стало осуществление 10 % предоплаты акциза или предоставление поручительства банка (банковской гарантии). С 1 января 2007 г. гарантия на уплату акциза установлена в размере 100 %.
5.	При Александре I введен денежный сбор за патент на право розничной торговли алкоголем.	В соответствии с Законом Волгоградской области от 27.06.2006 № 1248-ОД за выдачу лицензии на осуществление розничной продажи алкогольной продукции взимается лицензионный сбор.
6.	При Николае I введено ограничение по времени на продажу водки.	Федеральным Законом от 22.11.1995 № 171-ФЗ субъектам РФ предоставлено право устанавливать ограничения времени розничной продажи алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 15 процентов объема готовой продукции.
7.	7.1. С 1 января 1863 г. Александром II введена акцизная система. 7.2. Кроме того, установлены формы розничной продажи (распивочно, на вынос или их комбинация); местным органам власти предоставлено право регулировать количество торговых точек; сформулированы требования к лицам; торгующим спиртными напитками.	7.1. 6 декабря 1991 г. вступил в силу Закон РСФСР № 1993-1 «Об акцизах». 7.2. Федеральным Законом от 22.11.1995 № 171-ФЗ к полномочиям органов государственной власти субъектов РФ отнесено определение порядка лицензирования и выдача лицензий на розничную продажу алкогольной продукции.





Анализ динамики ставки акциза за 1 л безводного этилового спирта, содержащегося в подакцизных товарах

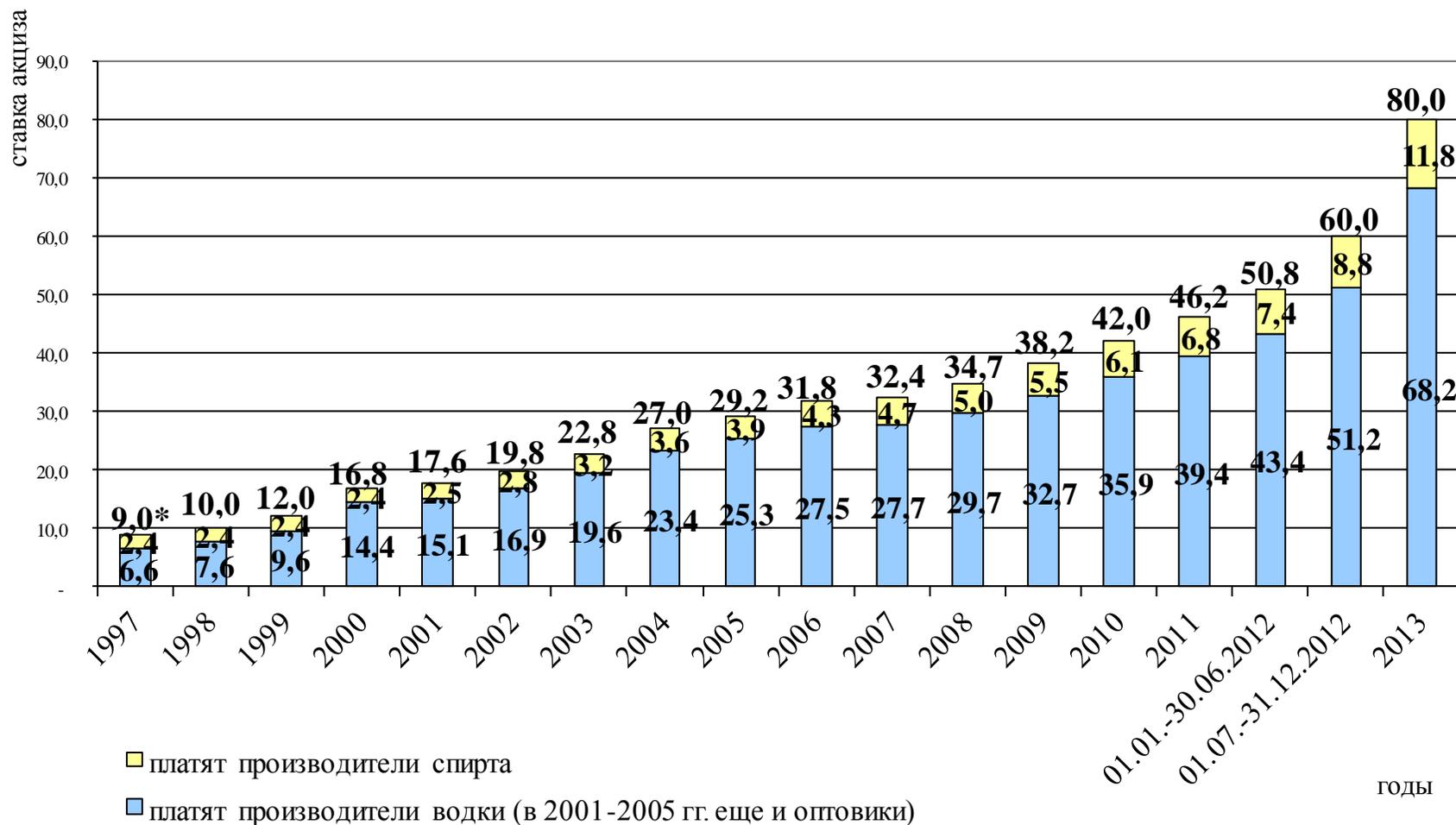
Наименование показателя	1997г.	1998г.	1999г.	2000г.	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	I пол. 2012 г.	II пол. 2012 г.	2013г.	2014г.	
Ставка, руб.:																				
-спирт этиловый из всех видов сырья	12,0	12,0	12,0	12,0	12,6	14,1	16,2	18,0	19,5	21,5	23,5	25,2	27,7	30,5	34,0	37,0	44,0	59,0	74,0	
-с объемной долей этилового спирта свыше 25 %	45,0	50,0	60,0	84,0	88,2	98,8	114,0	135,0	146,0	159,0	162,0	173,5								
-с объемной долей этилового спирта свыше 9 до 25 % включительно		40,0	48,0	62,0	65,1	72,9	84,0	100,0	108,0	118,0	162,0	173,5								
-с объемной долей этилового спирта до 9 % включительно													110,0	121,0	158,0	190,0	230,0	270,0	320,0	400,0
-с объемной долей этилового спирта свыше 9 %														191,0	210,0	231,0	254,0	300,0	400,0	500,0
Темп прироста, %																				
-спирт этиловый из всех видов сырья			-	-	5,0	12,0	14,8	11,1	8,3	10,3	9,3	7,0	10,1	10,1	11,5	8,8	18,9	34,1	25,4	
-с объемной долей этилового спирта свыше 25 %			20,0	40,0	5,0	12,0	15,4	18,4	8,1	8,9	1,9	7,1								
-с объемной долей этилового спирта свыше 9 до 25 % включительно			20,0	29,2	5,0	12,0	15,2	19,0	8,0	9,3	37,3	7,1								
-с объемной долей этилового спирта до 9 % включительно														10,0	30,6	20,3	21,1	17,4	18,5	25,0
-с объемной долей этилового спирта свыше 9 %														10,1	9,9	10,0	10,0	18,1	33,3	25,0

Структура отчислений акцизов в федеральный бюджет и консолидированные
бюджеты субъектов Российской Федерации

	1992-2000 гг.				2001-2002 гг.			
	Всего	Федеральный бюджет	Бюджет субъекта РФ по месту производства	Бюджет субъекта по месту реализации	Всего	Федеральный бюджет	Бюджет субъекта РФ по месту производства	Бюджет субъекта по месту реализации
При реализации на акцизный склад:								
-производитель	100 %	50 %	50 %		50 %	25 %	25 %	
-оптовик					50 %	25 %		25 %
При реализации потребителю	100 %	50 %	50 %		100 %	50 %	50 %	
	2003 г.				2004-2005 гг.			
	Всего	Федеральный бюджет	Бюджет субъекта РФ по месту производства	Бюджет субъекта по месту реализации	Всего	Федеральный бюджет	Бюджет субъекта РФ по месту производства	Бюджет субъекта по месту реализации
При реализации на акцизный склад:								
-производитель	50 %	50 %			20 %		20 %	
-оптовик	50 %			50 %	80 %			80 %
При реализации потребителю	100 %	50 %	50 %		100 %		100 %	

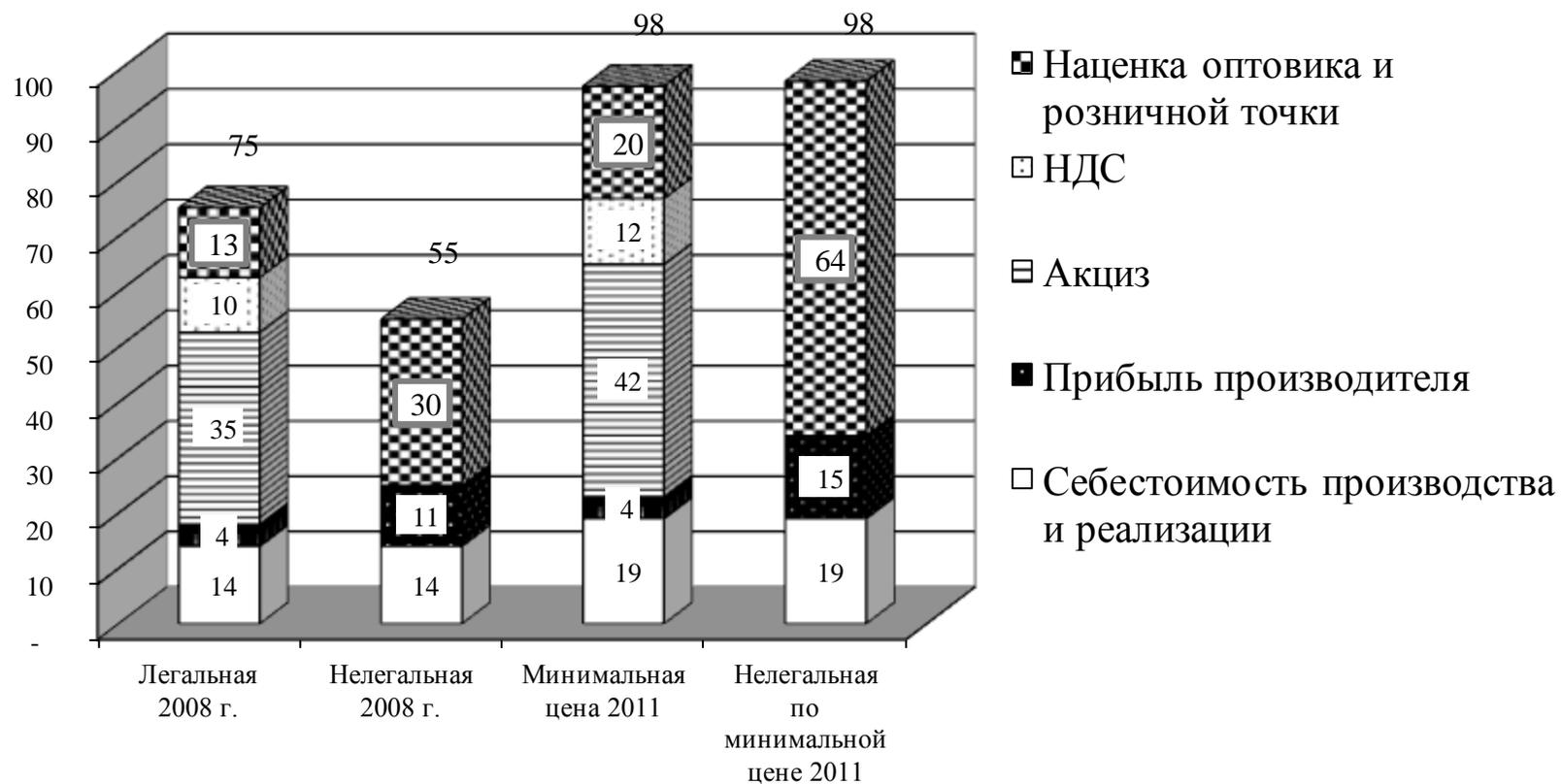


Акциз в бутылке водки емк. 0,5 л, руб.



* - в 1997 г. тыс. руб

Оценка мотивации нелегального оборота водки емк. 0,5 л (руб.)



Институциональная матрица рынков аддиктивных благ

Вид институтов	Институциональные субъекты	Форма проявления	Базовая цель	Генерируемый базовый механизм контроля
Формальные	Органы государственной власти	Законодательство	Налоги, подавление потребления	Административная и уголовная ответственность
	Предпринимательство	Законодательство	Прибыль	Репутация, профессиональная этика
	Домашние хозяйства	Законодательство, традиции, обычаи	Производство для себя	Семейные отношения
	Семья	Законодательство, традиции, обычаи	Воспитание, профилактика	Дружеские и семейные отношения
	Религиозные объединения	Законодательство, мораль, традиции, обычаи	Профилактика, реабилитация	Религиозная этика
	Общественные некоммерческие организации	Законодательство, нормы солидарности	Профилактика, контроль	Общественное мнение
	Медицинские учреждения	Законодательство	Лечение, реабилитация	Медицинская этика
	Лечебные и реабилитационные центры без статуса медучреждения	Законодательство, нормы солидарности	Лечение, реабилитация	Репутация, профессиональная этика
Неформальные	Мафия	Негласные отношенческие контракты	Сверхприбыль	«Ритуальное родство»
	Группы зависимых потребителей	Нормы солидарности, привычки	Добывание аддиктивного блага	«Ритуальное родство»
	Лобби	Негласные отношенческие контракты	Продвижение интересов	Этика лоббизма
	Экстремистские общественные объединения	Нормы солидарности	Подавление	Общественное мнение
	Клубы, кружки, общества	Нормы солидарности, привычки	Реабилитация, профилактика	Дружеские отношения

Разновидности паритета

Вид паритета	Определение
1	2
Паритет	Равноценность, равенство, равное отношение, одинаковое положение ⁵⁰² .
Золотой паритет	Зафиксированное законом содержание чистого золота в национальных денежных единицах. Соотношение двух денежных единиц на основе их золотого содержания ⁵⁰³ .
Паритет покупательной способности	Соотношение между валютами по их покупательной способности к определенному набору товаров и услуг ⁵⁰⁴ .
Паритетный курс	Расчетный курс в международном платежном обороте, основанный на паритете валют ⁵⁰⁵ .
Валютный паритет	Соотношение между валютами разных стран ⁵⁰⁶ .
Военно-стратегический паритет	Равенство стран или групп стран в области вооруженных сил и вооружений ⁵⁰⁷ .
Стратегический паритет	Состояние международных отношений, обеспечивающее равную вероятность победы в случае вооруженного конфликта для потенциально конфликтных сторон, война между которыми неизбежно вызывает существенные последствия для третьих стран ⁵⁰⁸ .
Ядерный паритет	Примерное равенство ядерных вооружений противостоящих сторон ⁵⁰⁹ .
Процентный паритет	Соотношение между двумя валютами в случае, когда разница в процентных ставках прямо отражается в размере дисконта или премии форвардного курса валюты ⁵¹⁰ .
Индекс паритета	Отношение цен (индекса цен) на продукцию фермеров к ценам (индексу цен), по которым они приобретают несельскохозяйственную продукцию; служит основой для политики поддержания цен ⁵¹¹ .

⁵⁰² Большая экономическая энциклопедия. М. : Эксмо, 2007. С. 451.

⁵⁰³ Экономический словарь. URL: <http://otvety.miniopt.ru/dam-otvet-124.htm> (дата обращения: 27.07.2013).

⁵⁰⁴ Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 7-е изд., доп. М. : Ин-т новой экономики, 2008. С. 764.

⁵⁰⁵ Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2013. С. 215.

⁵⁰⁶ Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. 3-е изд. М. : ИНФРА-М, 2010. С. 435.

⁵⁰⁷ Экономический словарь. URL: <http://otvety.miniopt.ru/dam-otvet-124.htm> (дата обращения: 27.07.2013).

⁵⁰⁸ Стратегический паритет. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Стратегический_паритет (дата обращения: 27.07.2013).

⁵⁰⁹ См.: Плехов А. М., Шапкин С. Г. Словарь военных терминов. М. : Воениздат, 1988. 335 с.

⁵¹⁰ Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. 7-е изд., доп. М. : Ин-т новой экономики, 2008. С. 764–765.

⁵¹¹ Там же. С. 362.

Окончание приложения 21

1	2
Паритетность экономических отношений	Равенство участников (партнеров) воспроизводственного процесса независимо от формы собственности и хозяйствования на всех его стадиях ⁵¹² .
Паритетное участие	Участие в какой-либо экономической акции на началах равных прав, равного представительства ⁵¹³ .

Приложение 22

Виды эффективности в экономике

№ п/п	Классификационный признак	Пример эффективности
1	Масштаб оценки	Народнохозяйственная, хозрасчетная (отраслевая, предприятия), определенного товара или услуг, группы товаров или услуг, благосостояния.
2	Субъект рынка	Государства, бизнеса, потребителей.
3	Процесс, мероприятие, решение	Налоговая, бюджетная, протекционизма, производства, реализации, труда, управления, организации, научно-технического прогресса, инвестиций, инноваций, потребления, обмена, распределения.
4	Время	Фактическая, проектная.
5	Вид эффекта	Социальная, экономическая, социально-экономическая, техническая.
6	Затраченные ресурсы	Ресурсная (основных фондов, оборотных фондов, рабочей силы, природных ресурсов), затратная.
7	Единица измерения	Натуральная, стоимостная.
8	Способ оценки	Абсолютная, сравнительная
9	Состояние объекта, системы, процесса, явления	Функционирования, состояния, развития
10	Экономическая система	Эффективность социалистического производства (общественного), капиталистического производства.
11	Экономическая концепция	Эффективность по Парето, X-эффективность (неэффективность), эффективность по Калдору-Хиксу
12	Способ учета эффективности системы	Линейная, нелинейная, синергетическая, системная, общая, аллокативная.

⁵¹² Сагайдак Э. Методологические основы паритетности экономических отношений в АПК // АПК: экономика, управление. 2010. № 11. С. 64.

⁵¹³ См.: Большой бухгалтерский словарь / под ред. А. Н. Азриляна. М. : Ин-т новой экономики, 1999. 574 с.

Система основных капиталов, доходов и издержек интересантов
на рынке аддитивных благ

Активы/пассивы
Капитал:
-человеческий;
-технико-технологический;
-природно-ресурсный;
-институциональный;
-организационный;
-информационный;
-финансовый (денежный).
Доходы:
- налоговые отчисления и взносы;
- доходы населения занятого в отраслях;
- таможенные и лицензионные сборы;
- роялти от интеллектуальной собственности государства;
- прибыль от государственной и муниципальной собственности;
- прибыль от частной собственности;
- улучшение здоровья населения от применения в медицинских целях.
Издержки:
<i>потери в человеческом капитале:</i>
-здоровье;
-поражение генофонда;
-несчастные случаи;
-преступления;
-рискованное сексуальное поведение;
-употребление во время беременности;
-низкая производительность;
-психологические издержки;
-снижение занятости;
-снижение образованности.
<i>потери в технико-технологическом капитале:</i>
-снижение возможности инвестирования.
<i>финансовые (денежные) издержки:</i>
-медицинские;
-немедицинские (профилактика и др.);
-содержание неликвидных активов;
-чрезмерное налоговое бремя.
<i>институциональные и организационные издержки:</i>
-содержание органов государственной власти;
-коррупция;
-лоббирование;
-мафия;
-протекционизм;
-приспособление институтов к интересам групп влияния;
-нарушение прав собственности.
<i>информационные издержки:</i>
-использование информации в частных целях;
-искажение показателей.
<i>природно-ресурсные издержки:</i>
-загрязнение окружающей среды.

Динамика спроса и цены крепкой алкогольной продукции

Годы	Индекс потребительских цен, в %-тах к декабрю предыдущего года	Козф. пересчета в абс. алк.	Реализовано в течение года, млн. дкл			Цена за 1 л, руб.			Изменение потребления, млн. дкл	Изменение цены за 1 л, руб.	Изменение потребления, млн. дкл	Изменение цены за 1 л, руб.	Изменение потребления, млн. дкл	Изменение цены за 1 л, руб.	Действие закона спроса		
			легальной	нелегальной	всего	легальной	нелегальной	средняя	легальной		нелегальной		средняя		легальной	нелегальной	всего
Водка и ЛВИ																	
1992		0,41	151,7	-	151,7	0,5	-	0,5									
1993	940	0,41	157,1	20,9	178,0	4,3	0,4	3,8	5,4	- 0,04			26,3	-0,1	да		да
1994	315	0,41	124,8	78,2	203,0	8,5	0,4	5,4	- 32,3	- 1,59	57,3	- 0,3	25,0	-2,1	нет	да	да
1995	231	0,41	149,7	135,1	284,8	20,2	1,0	11,1	24,9	0,29	56,9	0,0	81,8	-0,6	нет	нет	да
1996	121,8	0,41	72,9	133,4	206,3	35,4	3,3	14,6	- 76,8	8,81	- 1,7	1,7	-78,5	0,9	да	да	да
1997	111	0,41	85,85	128,9	214,7	38,1	10,7	21,7	13,0	- 1,03	- 4,6	6,4	8,4	4,9	да	да	нет
1998	184,4	0,41	85,82	131,7	217,5	47,0	15,8	28,1	- 0,0	- 12,64	2,8	- 2,1	2,8	-6,4	нет	да	да
1999	136,5	0,41	132,8	90,7	223,5	64,8	26,1	49,1	47,0	0,53	- 41,0	3,4	6,0	7,9	нет	да	нет
2000	120,2	0,41	121,5	93,1	214,6	84,1	30,9	61,0	- 11,3	5,09	2,4	- 0,4	-8,9	1,6	да	да	да
2001	118,6	0,41	129,7	79,4	209,1	94,8	38,0	73,2	8,2	- 4,15	- 13,7	1,1	-5,5	0,7	да	да	да
2002	115,1	0,41	137,5	73,8	211,3	102,5	39,5	80,5	7,8	- 5,67	- 5,6	- 3,7	2,2	-3,2	да	нет	да
2003	112	0,41	133,9	82,5	216,4	116,5	44,0	88,8	- 3,6	1,43	8,7	- 0,2	5,1	-1,2	да	да	да
2004	111,7	0,41	134,6	86,0	220,6	134,9	50,6	102,1	0,7	4,36	3,5	1,4	4,2	2,6	нет	нет	нет
2005	110,9	0,41	134,7	68,9	203,6	148,9	57,3	117,9	0,1	- 0,68	- 17,1	1,0	-17,0	4,2	да	да	да
2006	109	0,41	118,8	78,4	197,2	166,0	65,7	126,1	- 15,9	3,44	9,5	3,0	-6,4	-2,1	да	нет	нет
2007	111,9	0,41	130,2	54,4	184,6	181,7	77,5	151,0	11,4	- 3,70	- 24,0	3,6	-12,6	8,8	да	да	да
2008	113,3	0,41	119,6	57,6	177,2	203,0	90,2	166,3	- 10,6	- 2,47	3,2	2,1	-7,4	-4,2	нет	нет	нет
2009	108,8	0,41	111,1	55,0	166,1	213,8	91,1	173,2	- 8,5	- 6,48	- 2,6	- 6,5	-11,1	-7,2	нет	нет	нет
2010	108,8	0,41	103,3	51,2	154,5	230,2	96,0	185,7	- 7,8	- 2,24	- 3,8	- 2,8	-11,6	-2,5	нет	нет	нет
2011	106,1	0,41	94,5	62,5	157,0	256,2	108,1	197,2	- 8,8	11,26	11,3	5,9	2,5	0,2	да	нет	нет
2012	106,6	0,41	107,1	52,6	159,8	315,5	136,6	256,5	12,7	39,71	- 9,9	20,0	2,8	43,4	нет	да	нет

Продолжение приложения 24

Годы	Индекс потребительских цен, в %-тах к декабрю предыдущего года	Коэф. пересчета в абс. алк.	Реализовано в течение года, млн. дкл	Цена за 1 л, руб.	Изменение потребления, млн.дкл	Изменение цены за 1 л, руб.	Действие закона спроса
			всего	средняя	средняя		всего
Виноградные и плодовые вина							
1992	0	0,14	48,0				
1993	940	0,14	38,6		-9,4		
1994	315	0,14	51,5		12,9		
1995	231	0,14	64,5		13,0		
1996	121,8	0,14	61,9		-2,6		
1997	111	0,14	63,0		1,1		
1998	184,4	0,14	51,5		-11,5		
1999	136,5	0,14	50,3		-1,2		
2000	120,2	0,14	52,3	97,0	2,0		
2001	118,6	0,14	56,1	106,6	3,8	-7,1	да
2002	115,1	0,14	62,6	117,1	6,5	-4,9	да
2003	112	0,14	72,2	116,8	9,6	-12,8	да
2004	111,7	0,14	78,6	123,2	6,4	-6,5	да
2005	110,9	0,14	85,1	133,4	6,5	-2,9	да
2006	109	0,14	81,1	150,5	-4,0	4,7	да
2007	111,9	0,14	94,9	160,1	13,8	-7,5	да
2008	113,3	0,14	102,9	177,3	8,0	-3,6	да
2009	108,8	0,14	102,5	198,5	-0,4	5,2	да
2010	108,8	0,14	104,0	207,9	1,5	-7,4	да
2011	106,1	0,14	105,0	235,7	1,0	14,2	нет
2012	106,6	0,14	95,6	247,2	-9,4	-3,8	нет
Коньяк							
1992	0	0,425	4,2	1,4			
1993	940	0,425	4,5	7,9	0,3	-0,6	да
1994	315	0,425	5,2	15,7	0,7	-2,9	да
1995	231	0,425	5,7	37,6	0,5	0,6	нет
1996	121,8	0,425	4,5	58,0	-1,2	10,1	да
1997	111	0,425	3,7	82,9	-0,8	16,6	да
1998	184,4	0,425	3,9	160,3	0,2	4,1	нет
1999	136,5	0,425	3,6	248,3	-0,3	21,6	да
2000	120,2	0,425	4,1	308,5	0,5	8,3	нет
2001	118,6	0,425	4,5	368,1	0,4	1,8	нет
2002	115,1	0,425	5,1	427,7	0,6	3,5	нет
2003	112	0,425	5,9	471,7	0,8	-6,6	да
2004	111,7	0,425	6,4	512,8	0,5	-12,6	да
2005	110,9	0,425	6,9	557,9	0,5	-9,7	да
2006	109	0,425	7,6	647,2	0,7	35,9	нет
2007	111,9	0,425	8,9	700,1	1,3	-21,6	да
2008	113,3	0,425	10,8	761,6	1,9	-27,9	да
2009	108,8	0,425	10,6	803,1	-0,2	-23,4	нет
2010	108,8	0,425	11,1	817,0	0,5	-52,2	да
2011	106,1	0,425	12,0	868,8	0,9	1,8	нет
2012	106,6	0,425	12,5	920,5	0,5	-5,3	да

Продолжение приложения 24

Годы	Индекс потребительских цен, в %-тах к декабрю предыдущего года	Коэф. пересчета в абс. алк.	Реализовано в течение года, млн. дкл	Цена за 1 л, руб.	Изменение потребления, млн.дкл	Изменение цены за 1 л, руб.	Действие закона спроса
			всего	средняя	средняя		всего
Шампанские и игристые вина							
1992	0	0,11	4,0	1,2			
1993	940	0,11	10,2	5,8	6,2	-0,5	да
1994	315	0,11	15,2	11,8	5,0	-2,1	да
1995	231	0,11	21,2	22,9	6,0	-1,9	да
1996	121,8	0,11	21,6	29,6	0,4	1,4	нет
1997	111	0,11	21,9	32,0	0,3	-0,8	да
1998	184,4	0,11	17,3	60,4	-4,6	0,7	да
1999	136,5	0,11	16,4	84,5	-0,9	1,5	да
2000	120,2	0,11	18,3	93,4	1,9	-6,8	да
2001	118,6	0,11	18,5	105,3	0,2	-4,6	да
2002	115,1	0,11	17,7	109,5	-0,8	-10,2	нет
2003	112	0,11	18,7	113,1	1,0	-8,5	да
2004	111,7	0,11	19,5	118,2	0,8	-7,3	да
2005	110,9	0,11	19,5	124,4	0,0	-6,0	
2006	109	0,11	20,6	135,8	1,1	0,2	нет
2007	111,9	0,11	24,1	146,0	3,5	-5,3	да
2008	113,3	0,11	26,0	160,9	1,9	-4,0	да
2009	108,8	0,11	25,5	173,3	-0,5	-1,6	нет
2010	108,8	0,11	25,9	183,9	0,4	-4,2	да
2011	106,1	0,11	29,8	201,7	3,9	6,2	нет
2012	106,6	0,11	30,1	221,9	0,3	6,4	нет
Пиво							
1992	0	0,0389	273,3	0,1			
1993	940	0,0389	294,1	0,6	20,8	0,0	нет
1994	315	0,0389	269,1	1,9	-25,0	0,0	нет
1995	231	0,0389	358,0	5,2	88,9	0,3	нет
1996	121,8	0,0389	355,0	7,0	-3,0	0,6	да
1997	111	0,0389	411,7	8,0	56,7	0,2	нет
1998	184,4	0,0389	408,2	10,6	-3,5	-2,2	нет
1999	136,5	0,0389	451,1	16,0	42,9	1,2	нет
2000	120,2	0,0389	524,6	20,1	73,5	0,7	нет
2001	118,6	0,0389	634,6	22,9	110,0	-0,7	да
2002	115,1	0,0389	707,8	25,5	73,2	-0,8	да
2003	112	0,0389	762,5	27,1	54,7	-1,3	да
2004	111,7	0,0389	844,7	28,8	82,2	-1,3	да
2005	110,9	0,0389	892,1	31,0	47,4	-0,8	да
2006	109	0,0389	1 002,8	33,1	110,7	-0,6	да
2007	111,9	0,0389	1 155,3	36,3	152,5	-0,7	да
2008	113,3	0,0389	1 138,2	42,3	-17,1	1,0	да
2009	108,8	0,0389	1 024,7	47,1	-113,5	1,1	да
2010	108,8	0,0389	1 004,0	56,1	-20,7	4,5	да
2011	106,1	0,0389	1 011,5	62,1	7,5	2,4	нет
2012	106,6	0,0389	1 055,7	69,0	44,2	2,6	нет

Окончание приложения 24

Годы	Индекс потребительских цен, в %-тах к декабрю предыдущего года	Реализовано в течение года, млн. дкл абс. алк	Цена за 1 л, руб.	Изменение потребления, млн. дкл	Изменение цены за 1 л, руб.	Действие закона спроса
		всего	средняя	средняя		всего
Алкогольная продукция						
1992	0	81,8	4,3			
1993	940	92,9	33,1	11,1	-0,7	да
1994	315	104,8	49,7	11,9	-17,3	да
1995	231	144,5	104,6	39,7	-4,4	да
1996	121,8	111,3	135,8	-33,1	6,9	да
1997	111	116,8	191,9	5,5	37,0	нет
1998	184,4	115,8	263,7	-1,0	-48,8	нет
1999	136,5	119,6	444,6	3,7	62,0	нет
2000	120,2	119,5	603,7	-0,1	57,6	да
2001	118,6	122,2	703,3	2,7	-10,7	да
2002	115,1	127,0	774,8	4,8	-30,2	да
2003	112	133,1	847,7	6,0	-17,9	да
2004	111,7	139,2	947,2	6,1	0,3	нет
2005	110,9	135,2	1 065,9	-4,0	14,0	да
2006	109	136,7	1 141,0	1,5	-19,2	да
2007	111,9	140,3	1 298,0	3,6	19,0	нет
2008	113,3	138,8	1 474,6	-1,6	3,5	да
2009	108,8	129,6	1 591,2	-9,2	-12,1	нет
2010	108,8	124,5	1 715,3	-5,1	-14,6	нет
2011	106,1	126,8	1 869,7	2,3	47,0	нет
2012	106,6	128,6	2 222,4	1,8	215,1	нет

Приложение 25

Ценовая эластичность на алкогольную продукцию

Годы	Дуговая эластичность спроса по цене (коэффициент эластичности, Ed)			Оценка дуговой эластичности			Точечная эластичность спроса по цене (коэффициент эластичности, Ed)			Оценка точечной эластичности		
	легальной	нелегальной	всего	легальной	нелегальной	всего	легальной	нелегальной	всего	легальной	нелегальной	всего
Водка и ЛВИ												
1993	-0,37		-0,78	неэласт		неэласт	-0,40		-0,93	неэласт		неэласт
1994	0,50	-1,13	-0,17	неэласт	эласт	неэласт	0,55	-4,06	-0,25	неэласт	эласт	неэласт
1995	5,37	15,82	-3,04	эласт	эласт	эласт	5,80	21,22	-3,85	эласт	эласт	эласт
1996	-1,93	-0,01	-4,12	эласт	неэласт	эласт	-1,18	-0,01	-3,41	эласт	неэласт	эласт
1997	-5,53	-0,04	0,14	эласт	неэласт	неэласт	-6,11	-0,02	0,12	эласт	неэласт	неэласт
1998	0,00	-0,10	-0,04	совершенно неэласт	неэласт	неэласт	0,00	-0,11	-0,04	совершенно неэласт	неэласт	неэласт
1999	38,16	-1,92	0,11	эласт	эласт	неэласт	48,32	-1,47	0,10	эласт	эласт	неэласт
2000	-1,17	-1,54	-1,26	эласт	эласт	эласт	-1,08	-1,57	-1,21	эласт	эласт	эласт
2001	-1,29	-4,51	-2,22	эласт	эласт	эласт	-1,36	-4,11	-2,18	эласт	эласт	эласт
2002	-0,94	0,72	-0,23	неэласт	неэласт	неэласт	-1,00	0,73	-0,24	эласт	неэласт	неэласт
2003	-1,90	-18,95	-1,58	эласт	эласт	эласт	-1,86	-20,12	-1,61	эласт	эласт	эласт
2004	0,14	1,36	0,68	неэласт	эласт	неэласт	0,14	1,37	0,67	неэласт	эласт	неэласт
2005	-0,13	-11,26	-1,98	неэласт	эласт	эласт	-0,13	-10,05	-1,87	неэласт	эласт	эласт
2006	-5,48	2,54	1,74	эласт	эласт	эласт	-5,10	2,64	1,73	эласт	эласт	эласт
2007	-4,06	-6,80	-0,98	эласт	эласт	неэласт	-4,30	-5,61	-0,92	эласт	эласт	неэласт
2008	6,19	2,15	1,47	эласт	эласт	эласт	5,98	2,18	1,46	эласт	эласт	эласт
2009	2,28	0,61	1,47	эласт	неэласт	эласт	2,24	0,62	1,45	эласт	неэласт	эласт
2010	6,91	2,25	5,03	эласт	эласт	эласт	6,70	2,21	4,89	эласт	эласт	эласт
2011	-1,87	3,32	15,96	эласт	эласт	эласт	-1,74	3,58	16,08	эласт	эласт	эласт
2012	0,87	-1,01	0,09	неэласт	эласт	неэласт	0,87	-0,85	0,08	неэласт	неэласт	неэласт

Продолжение приложения 25

Годы	Дуговая эластичность спроса по цене (коэффициент эластичности, Ed)	Оценка дуговой эластичности	Точечная эластичность спроса по цене (коэффициент эластичности, Ed)	Оценка точечной эластичности
	всего	всего	всего	всего
Виноградные и плодовые вина				
2001	-0,92	неэласт	-0,99	неэласт
2002	-2,34	эласт	-2,53	эласт
2003	-1,24	эласт	-1,41	эласт
2004	-1,49	эласт	-1,60	эласт
2005	-3,29	эласт	-3,46	эласт
2006	-1,40	эласт	-1,34	эласт
2007	-3,09	эласт	-3,44	эласт
2008	-3,55	эласт	-3,74	эласт
2009	-0,13	неэласт	-0,13	неэласт
2010	-0,38	неэласт	-0,39	неэласт
2011	0,14	неэласт	0,14	неэласт
2012	5,81	эласт	5,59	эласт
Коньяк				
1993	-0,13	неэласт	-0,17	неэласт
1994	-0,32	неэласт	-0,42	неэласт
1995	2,50	эласт	2,57	эласт
1996	-1,00	единичная эласт	-0,79	неэласт
1997	-0,78	неэласт	-0,62	неэласт
1998	1,09	эласт	1,10	эласт
1999	-0,63	неэласт	-0,57	неэласт
2000	3,93	эласт	4,14	эласт
2001	15,61	эласт	16,32	эласт
2002	13,24	эласт	14,05	эласт
2003	-9,40	эласт	-10,22	эласт
2004	-3,01	эласт	-3,18	эласт
2005	-3,93	эласт	-4,12	эласт
2006	1,55	эласт	1,58	эласт
2007	-4,64	эласт	-5,13	эласт
2008	-4,75	эласт	-5,36	эласт
2009	0,60	неэласт	0,60	неэласт
2010	-0,67	неэласт	-0,71	неэласт
2011	36,53	эласт	38,04	эласт
2012	-6,46	эласт	-6,61	эласт
Шампанские и игристые вина				
1993	-1,44	эласт	-3,33	эласт
1994	-0,91	неэласт	-1,38	эласт
1995	-1,93	эласт	-2,51	эласт
1996	0,32	неэласт	0,31	неэласт
1997	-0,51	неэласт	-0,52	неэласт
1998	-10,33	эласт	-9,14	эласт
1999	-2,14	эласт	-2,05	эласт
2000	-1,30	эласт	-1,43	эласт
2001	-0,21	неэласт	-0,22	неэласт
2002	0,44	неэласт	0,45	неэласт
2003	-0,68	неэласт	-0,73	неэласт
2004	-0,62	неэласт	-0,66	неэласт
2005	0,00	совершенно неэласт	0,00	совершенно неэласт
2006	42,56	эласт	43,73	эласт
2007	-3,93	эласт	-4,35	эласт
2008	-2,73	эласт	-2,88	эласт
2009	1,95	эласт	1,94	эласт
2010	-0,64	неэласт	-0,65	неэласт
2011	4,20	эласт	4,44	эласт
2012	0,35	неэласт	0,34	неэласт

Окончание приложения 25

Годы	Дуговая эластичность спроса по цене (коэффициент эластичности, Ed)	Оценка дуговой эластичности	Точечная эластичность спроса по цене (коэффициент эластичности, Ed)	Оценка точечной эластичности
	всего	всего	всего	всего
Пиво				
1993	4,41	эласт	4,54	эласт
1994	101,83	эласт	97,55	эласт
1995	1,70	эласт	1,81	эласт
1996	-0,08	неэласт	-0,08	неэласт
1997	5,18	эласт	5,52	эласт
1998	0,03	неэласт	0,03	неэласт
1999	0,95	неэласт	0,95	неэласт
2000	3,63	эласт	3,84	эласт
2001	-5,03	эласт	-5,66	эласт
2002	-3,25	эласт	-3,50	эласт
2003	-1,37	эласт	-1,46	эласт
2004	-2,12	эласт	-2,29	эласт
2005	-1,85	эласт	-1,93	эласт
2006	-5,83	эласт	-6,26	эласт
2007	-6,47	эласт	-7,03	эласт
2008	-0,53	неэласт	-0,52	неэласт
2009	-4,17	эласт	-3,91	эласт
2010	-0,23	неэласт	-0,21	неэласт
2011	0,18	неэласт	0,17	неэласт
2012	1,04	эласт	1,05	эласт
Алкогольная продукция				
1993	-0,67	неэласт	-0,79	неэласт
1994	-0,17	неэласт	-0,25	неэласт
1995	-3,45	эласт	-4,29	эласт
1996	-4,05	эласт	-3,47	эласт
1997	0,20	неэласт	0,18	неэласт
1998	0,03	неэласт	0,03	неэласт
1999	0,15	неэласт	0,14	неэласт
2000	-0,01	неэласт	-0,01	неэласт
2001	-1,28	эласт	-1,30	эласт
2002	-0,88	неэласт	-0,92	неэласт
2003	-1,97	эласт	-2,04	эласт
2004	112,96	эласт	115,53	эласт
2005	-2,00	эласт	-1,95	эласт
2006	-0,63	неэласт	-0,63	неэласт
2007	1,59	эласт	1,60	эласт
2008	-4,17	эласт	-4,14	эласт
2009	8,26	эласт	8,02	эласт
2010	4,35	эласт	4,28	эласт
2011	0,67	неэласт	0,66	неэласт
2012	0,13	неэласт	0,12	неэласт

**Распределение населения РФ по величине
среднедушевых денежных доходов (в процентах к итогу)**

	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Все население	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
в т.ч. с доходами в месяц, руб.:								
до 3500,0	23,20	15,90	10,90	7,30	5,30	3,90	2,80	2,20
3 500,1-5 000,0	16,50	13,70	10,90	8,60	6,90	5,60	4,50	3,70
5 000,1-7 000,0	17,60	16,40	14,40	12,50	10,80	9,40	8,10	7,00
7 000,1-10 000,0	17,10	18,10	17,80	16,90	15,80	14,70	13,40	12,10
10 000,1-15 000,0	13,90	17,10	19,10	20,20	20,40	20,20	19,80	18,80
15 000,1-25 000,0	11,70	12,70	16,60	19,80	21,90	23,50	24,80	25,30
25 000,1-35 000,0	...	6,10	10,30	7,70	9,40	10,80	12,10	13,30
свыше 35 000,0	7,00	9,50	11,90	14,50	17,60

Ценовая доступность крепкой алкогольной продукции

Наименование страны	Средняя заработная плата в 2011 г., евро в месяц	Средняя цена на крепкий алкоголь в 2011 г., евро за 1 литр	Соотношение средней заработной платы и средней цены на крепкий алкоголь
Россия	571	10	57
Швеция	2 576	43	60
Словакия	780	13	61
Чехия	990	12	81
Венгрия	1 213	15	83
Финляндия	3 111	29	108
Дания	2 947	26	115
Польша	1 320	11	120
Португалия	1 712	14	121
Великобритания	3 118	25	125
Франция	2 462	15	163
Нидерланды	3 007	18	163
Бельгия	2 784	16	170
Австрия	2 746	15	182
Германия	2 980	12	255

Динамика изменения рынка крепкой алкогольной продукции

Годы	Изменение рынка, млн дкл	
	легального	нелегального
1993	5,38	20,8
1994	-32,29	57,29
1995	24,86	56,94
1996	-76,80	-1,70
1997	12,96	-4,56
1998	-0,02	2,82
1999	46,96	-40,96
2000	-11,27	2,37
2001	8,18	-13,68
2002	7,79	-5,59
2003	-3,57	8,67
2004	0,70	3,50
2005	0,09	-17,09
2006	-15,86	9,46
2007	11,37	-23,97
2008	-10,60	3,20
2009	-8,54	-2,56
2010	-7,80	-3,80
2011	-8,81	11,27
2012	12,67	-9,86

Сравнение действующей и эффективной ставки акциза на крепкую алкогольную продукцию

Годы	Действующая ставка акциза за 1 л безводного спирта, руб.	Эффективная ставка акциза за 1 л безводного спирта, руб.	Эффективная ставка в %-тах к действующей ставке
1998	50	12	23
1999	60	21	35
2000	84	30	35
2001	88	41	46
2002	99	48	49
2003	114	53	46
2004	135	47	35
2005	146	60	41
2006	159	65	41
2007	162	84	52
2008	174	85	49
2009	191	81	43
2010	210	97	46
2011	231	104	45
2012	277	147	53

Расчет ставки акциза, которую способен платить потребитель в цене крепкой АП

Наименование показателя	1998г.	1999г.	2000г.	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Регистрируемая розничная продажа крепкой АП в России, млн. дкл.	221,4	227,1	218,7	213,6	216,4	222,3	227,0	210,5	204,8	193,5	188,0	176,7	165,6	169,0	172,3
Регистрируемое производство, плюс импорт, минус экспорт, млн. дкл	87	134	123	132	140	138	139	139	125	138	130	124	112	103	117
Расчетная сумма акцизов на крепкую АП исходя из объема розничных продаж, млрд. руб.	44,3	54,5	73,5	75,4	85,5	101,4	122,6	122,9	130,3	125,4	130,5	135,0	139,1	156,1	190,9
"Производственная деятельность" в % к розничной торговле	39	59	56	62	65	62	61	66	61	72	69	70	68	61	68
Теневой рынок, %	61	41	44	38	35	38	39	34	39	28	31	30	32	39	32
Фактическое поступление акцизов в бюджет, млрд. руб.	10,6	19,7	26,6	35,7	42,7	48,0	43,8	51,6	54,4	66,4	65,4	59,0	66,0	71,7	104,0
Оценка недополученных акцизов, млрд. руб.	33,7	34,9	46,8	39,6	42,8	53,3	78,8	71,3	75,9	59,0	65,1	76,0	73,1	84,4	86,9
Действующая ставка акциза за 1 л безводного спирта, руб.	50,0	60,0	84,0	88,2	98,8	114,0	135,0	146,0	159,0	162,0	173,5	191,0	210,0	231,0	277,0
Эффективная ставка акциза за 1 л безводного спирта, руб.	11,7	21,1	29,7	40,8	48,2	52,7	47,1	59,8	64,8	83,7	84,9	81,5	97,3	103,5	147,3
Объем, с которого уплачены акцизы, млн. дкл	53	82	79	101	108	105	81	88	86	102	94	77	79	78	94
Удельный вес продукции, с которой уплачены акцизы, %	24	36	36	47	50	47	36	42	42	53	50	44	47	46	54
Удельный вес продукции, с которой не уплачены акцизы, %	76	64	64	53	50	53	64	58	58	47	50	56	53	54	46

Состав и структура рынка крепкой алкогольной продукции

Наименование показателя	1998г.	1999г.	2000г.	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Легальная деятельность, млн дкл	53	82	79	101	108	105	81	88	86	102	94	77	79	78	94
в % от регистрируемой розничной продажи	24	36	36	47	50	47	36	42	42	53	50	44	47	46	54
Скрытая деятельность (нелегальные субъекты), млн дкл	134	93	95	81	76	85	88	71	79	55	58	53	53	66	55
в % от регистрируемой розничной продажи	61	41	44	38	35	38	39	34	39	28	31	30	32	39	32,0
Скрытая деятельность (легальные субъекты), млн дкл	34	52	44	31	32	32	58	51	40	36	35	47	34	25	23
в % от регистрируемой розничной продажи	15	23	20	14	15	15	25	24	19	19	19	26	20	15	13,5
Итого регистрируемая розничная продажа, млн дкл.	221	227	219	214	216	222	227	211	205	194	188	177	166	169	172

Данные для расчета социально-экономической эффективности
алкогольной отрасли

№ п/п	Показатель	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
1	Относительно безопасный уровень потребления этанола на взрослого человека в год по данным ВОЗ, л абс. алк	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
2	Фактическое потребление АП на взрослого человека в год, л абс. алк	9,67	9,13	8,93	8,90	9,10
3	Реализовано на внутреннем рынке АП отечественными производителями и импортерами, млн дкл абс. алк.	115,17	107,06	103,51	101,16	107,00
4	Розничная продажа АП населению (с учетом неформальной деятельности), млн дкл абс. алк.	138,78	129,62	124,52	126,78	128,58
5	Эффективная ставка акциза, руб.	84,88	81,47	97,28	103,53	147,25
6	Действующая ставка акциза, руб.	173,50	191,00	210,00	231,00	277,00
7	Прогноз Минздравсоцразвития показателя смертности населения от случайных отравлений АП, тыс.чел	15,00	15,00	15,00	10,00	10,00
8	Число умерших от случайных отравлений алкоголем за год в РФ, тыс. чел	23,95	21,34	19,13	16,29	15,23
9	Уровень рентабельности проданной АП на 1 января следующего года, %	11,55	13,23	18,17	12,04	16,44
10	Рентабельность проданной АП, достаточная для расширенного воспроизводства, %	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00
11	Удельный вес прибыльных крупных и средних предприятий и организаций на 1 января следующего года, %	59,62	57,44	60,82	55,12	67,28
12	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, руб.	17 290	18 638	20 952	23 369	26 629
13	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в производстве АП, руб.	17 233	18 772	17 057	21 954	37 748
14	Уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций по выпуску АП, %	27,03	24,07	-	22,61	29,26
15	Доступность легальной АП населению РФ по величинам среднедушевых денежных доходов, %	0,84	0,77	0,81	0,85	0,87
16	Средние потребительские цены по РФ на водку крепостью 40% об.спирта и выше обыкновенного качества, л	203,02	213,84	230,22	256,21	315,45
17	Средние цены на нелегальную АП крепостью 40% об.спирта, л	90,16	91,07	95,98	108,10	136,59
18	Установлено надлежащее качество отечественной и импортной АП от количества отобранных образцов по РФ, %	95,92	97,70	96,30	97,80	99,20

Современная система запретов торговли основными аддиктивными благами

Виды аддиктивных благ	Россия	Мировой опыт
<p>Алкогольная и спиртосодержащая продукция:</p> <ul style="list-style-type: none"> – крепкие напитки (водки, ликероводочные изделия, коньяк, виски и др.); – вино (виноградное, плодвое, игристое, шампанское и др.); – пиво (в т.ч. напитки, изготовленные на основе пива); – слабоалкогольные напитки (коктейли, сидр, медовуха и др.). 	Разрешена торговля.	Разрешена торговля. Существуют запреты торговли на уровне отдельных национальных государств.
Табачные изделия	Разрешена торговля.	Разрешена торговля. Существуют запреты торговли на уровне отдельных национальных государств.
Энергетические напитки	Разрешена торговля.	Разрешена торговля. Существуют ограничения потребления на уровне отдельных национальных государств.
<p>Наркотики:</p> <ul style="list-style-type: none"> – марихуана; – экстази; – амфетамин; – героин; – кокаин; – другие. 	Запрещена торговля в целях немедицинского потребления.	Запрещена торговля на мировом уровне, за исключением медицинской сферы применения. В ряде стран идет процесс легализации некоторых видов.
<p>Азартные игры:</p> <ul style="list-style-type: none"> – казино и др. игорные заведения (рулетка, карты, игровые автоматы и др.); – букмекерские конторы, тотализаторы. 	Деятельность игорных заведений запрещена, кроме букмекерских контор и тотализаторов, а также четырех специализированных зон).	Разрешены. Установлены различные запреты, включая полный запрет, на уровне отдельных национальных государств.

Страны, в которых легализованы наркотики⁵¹⁴

Страна	Характеристика
Австралия	Законодательство в отношении применения марихуаны значительно отличается в разных штатах. В Западной Австралии разрешено хранение и частное использование небольшого количества марихуаны (до 2 растений, за превышение - штраф), в Австралийской столичной территории разрешено хранение до 25 г (за превышение - штраф), в Южной Австралии, Новом Южном Уэльсе и Тасмании хранение гашиша также считается нарушением достаточно несерьезным.
Аргентина	В августе 2009 г. Верховный суд Аргентины исключил из списка уголовно наказуемых статью за хранение марихуаны в небольших размерах.
Бельгия	В 1998 г. было принято решение причислить марихуану к слабым наркотикам и свести преследование ее потребителей до минимума. В 2003 г. парламент принял закон о легализации слабых наркотиков. Запрещено курение в общественных местах, хранение более 3 грамм или продажа. Разрешено применение марихуаны в медицинских целях.
Великобритания	В июле 2002 г. было принято решение о переводе марихуаны из класса В в класс С. Это означает, что обладание небольшими количествами конопли и её производных не будет считаться преступлением.
Германия	Потребление медицинского каннабиса является законным, хранение небольших количеств трактуется по-разному в разных федеральных землях. В большинстве случаев владение менее 5 г марихуаны не преследуется. С ноября 2007 г. некоторые пациенты начали получать в виде исключения разрешение на использование медицинской марихуаны из местных органов здравоохранения.
Канада	В 2001 г. было разрешено курение марихуаны в медицинских целях. В стране можно легально выращивать и курить коноплю, правда для этого курящий должен получить заключение врача о том, что он серьезно болен и специальное разрешение правительственных органов. Разрешение выдается неизлечимо больным, страдающим различными формами онкологических заболеваний, СПИДом, артритом и рассеянным склерозом.
Мексика	С августа 2009 г. законодательно разрешены хранение и транспортировка 2 граммов опия, 50 миллиграммов героина, 5 граммов марихуаны, 500 миллиграммов кокаина, 40 миллиграммов метамфетаминов и 0,015 миллиграммов ЛСД.

⁵¹⁴ Составлено автором по: Страны, в которых легализованы наркотики. Справка. URL: <http://ria.ru/spravka/20110603/383694171.html#13789210029523&message=resize&relto=register&action=addClass&value=registration> (дата обращения: 11.09.2013) ; Лукьянов Ф. Чехи увидели наконец «небо в алмазах» // Эхо планеты. 2010. Дек. (№ 47/48). С. 21–23.

Страна	Характеристика
Нидерланды	Одна из немногих стран, где наркотики официально разделяются на «легкие» и «тяжелые». Хранение «легких» наркотиков в объеме не более 30 г не преследуется законом, любые же операции с «тяжелыми» наркотиками сурово караются. В крупных городах открыты кофешопы, имеющие официальное разрешение на продажу марихуаны, галлюциногенных грибов и прочих легких наркотиков. Организация лицензированных кофешопов была призвана оградить потребителей легких наркотиков от наркоманов, зависимых от тяжелых наркотиков.
США	В США Федеральное правительство не признает никаких законных оснований для использования марихуаны. При этом с 1996 г. Аляска, Калифорния, Колорадо, Гавайи, Мэн, Невада, Орегон и Вашингтон приняли законы, разрешающие использование марихуаны в качестве лечебного средства. В некоторых штатах США (Мэриленд, Нью-Мексико, Род-Айленд, Вермонт) это разрешено с различными оговорками. Национальный институт здравоохранения США также рекомендовал использование каннабиса при некоторых заболеваниях.
Чехия	С 1 января 2010 г. вступило в силу правительственное распоряжение, регулирующее хранение «небольшого количества наркотиков». В Чехии теперь разрешено иметь при себе или хранить до 15 граммов марихуаны, 5 граммов гашиша, 1,5 грамма героина, один грамм кокаина, 2 грамма первитина.
Швейцария	На прошедшем в ноябре 2008 г. референдуме 68% швейцарцев, пришедших на избирательные участки, проголосовали за то, чтобы наркоманам официально продавали героин по рецептам. Параллельно с голосованием по так называемой «героиновой программе» на референдум вынесли вопрос о легализации марихуаны. Однако только 36,8% швейцарцев поддержали эту идею, оставив, таким образом, ситуацию без изменений.
Люксембург, Испания, Португалия, Ямайка	Хранение марихуаны частично декриминализовано.

Страны с ограничениями на реализацию энергетических напитков

Страна	Характеристика ограничений
Франция, Дания и Норвегия ⁵¹⁵	Продаются только в аптеках.
Россия ⁵¹⁶ (на территории Чеченской республики)	Полный запрет на розничную продажу и распространение на территории Чеченской республики слабоалкогольных тонизирующих (энергетических) напитков и введение ограничений на розничную продажу безалкогольных напитков указанной категории.
Латвия ⁵¹⁷	Обсуждается возможность законодательного запрета.
Казахстан ⁵¹⁸	Министерство здравоохранения выступило с инициативой приравнять энергетические напитки к алкогольным, не продавать их лицам моложе 21 года, продавать в аптеках, при предъявлении удостоверения личности.
Уругвай, Туркменистан, страны Африки ⁵¹⁹	Полный запрет энергетиков.
Германия ⁵²⁰	В 2009 г. в шести федеральных землях страны введён запрет на продажу напитка Red Bull Cola.
Тайвань ⁵²¹	В 2009 г. введён запрет на продажу напитка Red Bull Cola.
Швеция ⁵²²	В сентябре 2009 г. принимается запрет на продажу энергетических напитков детям до 15 лет.
Новая Зеландия, Австралия ⁵²³	Запрет на производство и продажу энергетических напитков.
США, Великобритания ⁵²⁴	Планируется ввести жесткое регулирование и повысить уровень осведомленности общественности.

⁵¹⁵ В Латвии собрались запретить продажу энергетических напитков школьникам. URL: <http://lenta.ru/news/2012/06/07/ban/> (дата обращения: 20.10.2013).

⁵¹⁶ Емельянова С. В Чечне принят закон о запрете «энергетиков». URL: <http://www.rg.ru/2013/04/15/reg-skfo/energ.html> (дата обращения: 20.10.2013).

⁵¹⁷ В Латвии собрались запретить продажу энергетических напитков школьникам.

⁵¹⁸ В Казахстане энергетические напитки приравняют к алкогольным. URL: <http://www.rosbalt.ru/exussr/2013/07/03/1148008.html> (дата обращения: 21.10.2013).

⁵¹⁹ Детям запретят покупать энергетические напитки. URL: <http://news.mail.ru/inworld/latvia/society/10367422/> (дата обращения: 21.10.2013).

⁵²⁰ Максимец С. Энергетический геноцид. URL: <http://2000.net.ua/2000/derzhava/ekspertiza/76307> (дата обращения: 21.10.2013).

⁵²¹ Там же.

⁵²² Там же.

⁵²³ Энергетические напитки: вред. URL: <http://eko-jizn.ru/?p=2708> (дата обращения: 21.10.2013).

⁵²⁴ Пояснительная записка к проекту Федерального закона № 560303-5 «О внесении изменений в статьи 181 и 193 Налогового кодекса Российской Федерации и статью 50 Бюджетного кодекса Российской Федерации в части установления акцизов на безалкогольные энергетические напитки» // КонсультантПлюс : Некоммер. интернет-версия. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=86957> (дата обращения: 21.01.2014).

Страны с государственными монополиями на алкогольную продукцию⁵²⁵

Страна	Тип монополии
Белоруссия	Государственная монополия на производство.
Болгария	Государственная монополия на производство и торговлю.
Канада	Региональные монополии, контролирующие продажи алкоголя в зависимости от потребления.
Финляндия	Монополия на розничную продажу алкогольных напитков (исключая алкогольные продукты крепостью менее 4,7%).
Франция	Монополия на оптовую продажу бренди.
Германия	Монополия на оптовую продажу бренди.
Латвия	Монополия на производство вин и крепких спиртных напитков. Лицензия, требуется для продаж.
Норвегия	Монополия на производство крепких спиртных напитков и розничную продажу.
Швеция	Государственная монополия на розничную продажу (кроме продажи крепкого пива в магазинах бакалеи).
Швейцария	Государственная монополия на производство крепких спиртных напитков, но не вина, пива и сидра. Монополия предоставляет лицензии другим производителям.
Македония	Государственная монополия на производство и распределение всех трех типов алкогольных напитков.
Турция	Государственная монополия на производство и распределение крепких спиртных напитков.
Туркмения	Государственная монополия на производство всех трех типов алкогольных напитков.
Соединенные Штаты Америки	Лицензия или монополия в зависимости от штата. 18 штатов имеют монополию на оптовую продажу, из них 10 – монополию на розничную торговлю.
Уругвай	Государственная монополия на производство крепких спиртных напитков, которая может лицензировать других производителей.

⁵²⁵ О мерах по государственному регулированию рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции в Российской Федерации // Аналитический вестник Совета Федерации Федер. Собрания Рос. Федерации. 2012. № 13 (456). URL: http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2012/VSF_NEW201205041224/VSF_NEW201205041224_001.htm (дата обращения: 19.10.2013).

Страны с государственными монополиями на табачные изделия

№ п/п	Страна	Тип монополии
1	Франция ⁵²⁶	На розничную продажу сигарет и табачных изделий. Разрешено продавать только в специальных табачных лавках, которые традиционно действуют при кафе или барах.
2	Венгрия ⁵²⁷	На розничную продажу сигарет.
3	Австрия ⁵²⁸	На розничную продажу сигарет. Разрешено продавать в табачных магазинах.
4	Китай ⁵²⁹	На розничную продажу сигарет.
5	Италия ⁵³⁰	На розничную продажу сигарет. Приобрести можно только в специальных киосках.
6	Турция ⁵³¹	На розничную продажу сигарет.
7	Германия ⁵³²	На розничную продажу сигарет.

⁵²⁶ Сигареты на вес золота. 2012. URL: <http://www.russianparis.com/news/tabac.shtml> (дата обращения: 19.10.2013).

⁵²⁷ Продавцы табака в Венгрии получают не менее 10 % прибыли. URL: <http://www.hungary.ru.com/?mode=news&id=4797> (дата обращения: 19.10.2013).

⁵²⁸ Торговля табаком может стать государственной монополией. URL: <http://www.hungary.ru.com/?mode=news&id=3314> (дата обращения: 19.10.2013).

⁵²⁹ Брамбилла А. Почему азиатская валютная война коснулась и сигарет. URL: <http://inosmi.ru/world/20130212/205765761.html> (дата обращения: 19.10.2013).

⁵³⁰ Полезная информация об Италии. URL: <http://www.leonardo-travel.ru/tours/country-7/text-31/> (дата обращения: 19.10.2013).

⁵³¹ Курение в Турции. URL: <http://www.helloturkey.ru/kultura-i-religija/obychai-i-nravy/tabak-i-kurenie-v-turcii> (дата обращения: 19.10.2013).

⁵³² Немцы стали курить меньше сигарет. URL: <http://www.rusverlag.de/2011/05/31/11974/немцы-стали-курить-меньше-сигарет.html> (дата обращения: 19.10.2013).

Частная характеристика конкурентных условий на основных рынках аддитивных благ

Аддитивные блага	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Признаки конкуренции					
Характеристика рынка					
Количество фирм и доля каждого продавца	Множество фирм. На 5 производителей водки приходится около 35 % рынка ⁵³³ . На 5 производителей коньяка – 41 %, на 5 производителей шампанского – 54 %, на 5 производителей вина столового – 35 % ⁵³⁴ . Доля каждого незначительная. На 6 производителей пива – 81 % ⁵³⁵ , доля каждого значительная.	Ограниченное число фирм. Свыше 90 % рынка приходится на 4 компании ⁵³⁶ . Доля каждого значительная.	Ограниченное число фирм. Около 90 % рынка приходится на 4 компании ⁵³⁷ . Доля каждого значительная.	Ограниченное число фирм. В реестре лицензий по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах 27 фирм (по сост. на 26.09.2013 г. ⁵³⁸). Доля каждой значительная.	Ограниченное число крупных объединений на рынке кокаина, героина. Доля каждого значительная. Множество групп на рынке, марихуаны, ЛСД. Доля каждой незначительная.
Количество покупателей	Множество	Множество	Множество	Множество	Множество
Степень замещения продукции/услуги	Разнородная, взаимозаменяемая.	Разнородная, взаимозаменяемая.	Разнородная, взаимозаменяемая.	Разнородные, взаимозаменяемые.	Разнородные, взаимозаменяемые.

⁵³³ Крупнейшие заводы-производители водки в январе – сентябре 2013 г. // Коммерсантъ. 2012. 1 нояб. (№ 206 (4991)). URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2057875?isSearch=True> (дата обращения: 05.10.2013).

⁵³⁴ Крупнейшие производители алкоголя в РФ // Коммерсантъ. 2012. 26 янв. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1858803?isSearch=True> (дата обращения: 05.10.2013).

⁵³⁵ Доли ведущих производителей пива по объему продаж в России в 2009–2011 гг. URL: <http://barley-malt.ru/?p=1990> (дата обращения: 05.10.2013).

⁵³⁶ Рынок сигарет в России. URL: <http://www.stoptabak.org/index.php/2010-04-12-10-56-10/274-2012-12-21-09-26-20.html> (дата обращения: 05.10.2013).

⁵³⁷ Житлова Л. Платформа для взлета. URL: <http://www.liveretail.ru/articles.php?id=3206> (дата обращения: 05.10.2013).

⁵³⁸ Реестр лицензий на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах с изменениями и дополнениями, согласно принятым решениям по состоянию на 26.09.2013. URL: http://www.nalog.ru/files/reestr/reestr_azart_270913.xls (дата обращения: 05.10.2013).

Продолжение приложения 38

Аддиктивные блага Характеристика рынка	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Изменение числа хозяйствующих субъектов	Сокращение на легальном рынке.	Стабильное на легальном рынке.	Стабильное, увеличение затруднено олигополистами.	Сокращение на легальном рынке, увеличение на теневом.	Стабильное на рынке «тяжелых», уменьшение на рынке «легких».
Ценообразование товаров/услуг	Конкурентное формирование на официальном рынке, конкурентное формирование на теневом рынке «монопольно» низких цен относительно официального сектора.	Государством установлена максимальная розничная цена. Возможен сговор по установлению оптовой цены.	Конкурентное формирование.	Конкурентное на официальном рынке (с возможностью сговора), монопольное – на теневом.	Монопольное формирование на теневом рынке.
Доступ на товарный рынок	Равные условия доступа. Не ограничен другими участниками.	Затруднен олигополиями.	Затруднен олигополиями.	Ограничен олигополиями.	Ограничен теневыми олигополиями.
Государственное влияние					
Требования к товарам или хозяйствующим субъектам	Доступ ограничен государством. Законодательно установлены лицензионные требования.	Доступ не ограничен. Требования установлены к товарам.	Отсутствует системная правовая и нормативно-техническая база.	Доступ ограничен государством. Установлены лицензионные требования.	Доступ ограничен госмонополией на разрешенную деятельность. Запрет на иную.
Государственные, муниципальные преференции	Лоббирование госпредприятий, субсидии, протекционизм местным и препятствия иногородним субъектам рынка.	Отсутствуют.	Отсутствуют.	Отсутствуют.	Отсутствуют.

Продолжение приложения 38

Аддиктивные блага Характеристика рынка	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Условия производства/оказания услуг	Комплекс экономических, технологических, административных, учетных и иных требований, в том числе лицензионных.	Регулирование состава изделий и его раскрытие, установление требований к упаковке и маркировке.	Установлены общие технические требования к составу, сырью и материалам, упаковке, маркировке.	Требования к организаторам, к игорному заведению, организации и проведению, классификация игорных заведений, определение игорных зон, лицензионные требования.	Определение перечня веществ, подлежащих контролю, их классификация, государственная монополия и лицензирование разрешенных видов деятельности.
Условия обмена		Запрет на отдельных территориях, ценовые и налоговые меры, запрет рекламы, стимулирования продажи, спонсорства.	Не определены.		
Условия потребления	Запрет потребления в определенных местах, запрет потребления несовершеннолетними.	Запрет курения на отдельных территориях, в помещениях и на объектах, несовершеннолетними.	Не определены.	Посетителями игорного заведения не могут быть лица, не достигшие возраста 18 лет.	Запрещается потребление без назначения врача.

Аддитивные блага Характеристика рынка	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Признаки недобросовестной конкуренции					
Преимущества, противоречащие законодательству, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости	Лоббистские усилия, взятки, преимущества определенным субъектам при лицензировании, «региональный протекционизм», анормальная экономическая деятельность, скрытая реклама, спонсорство.	Лоббистские усилия, взятки, анормальная экономическая деятельность, скрытая реклама, спонсорство.	Недостоверная информация на этикетке и упаковке, несоответствие фактического состава изделия заявленному, уклонение от госрегистрации	Лоббистские усилия, взятки, преимущества определенным субъектам при лицензировании, анормальная экономическая деятельность.	Анормальная экономическая деятельность.
Признаки монополистической деятельности					
Злоупотребление своим доминирующим положением	Присутствует навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него.	Лоббистские усилия транснациональных корпораций.	Отсутствует.	Отсутствует.	Препятствия доступу на рынок или выходу из него, установление монополично высокой или низкой цены.
Соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством	Ценовой сговор, создание союзов и ассоциаций для ограничения конкуренции.	Отсутствуют.	Отсутствуют.	Сговор по разделу рынка.	Сговор по разделу рынка.
Модель рынка					
Структура	Монополистическая конкуренция. Исключение рынки пива и САН – олигополия.	Олигополия.	Олигополия.	Олигополия.	Монополия на официальном, олигополия на теневом.

Исходные параметры социально-экономической ситуации в отраслях аддиктивных благ

Показатели	Фактические (2012 г.)				
	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Первичные индикаторы					
Потребление на душу взрослого населения	11,3 л абс. алк/год	3416,6 шт/год	1,24 л/год	н/д	н/д
Товар надлежащего качества от отобранных образцов, %	98-99	н/д	н/д	-	-
Уровень теневой деятельности, %	32-46	20-45	н/д	100 вне игорных зон	100 в немедицинских целях
Уровень рентабельности проданной продукции, %	16,10	46,00	н/д	5,40	200-1000 % и выше
Ежегодные потери бюджета от лобби, руб.	н/д	н/д	н/д	н/д	-
Численность заболевших от причин этиологии, связанных с употреблением аддиктивных товаров, чел.	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Число умерших от причин этиологии, связанной с употреблением аддиктивных товаров, чел.	87 367,00	330000-400000	н/д	н/д	4194 по данным статистики, 8 596 по данным бюро судмедэкспертизы, 70000-100000 оценки экспертов
в т.ч. от случайного отравления аддиктивными товарами, чел.	15 226,00	-	н/д	-	н/д
Средние потребительские цены на аддиктивные блага, руб.	157,75 (водка 40% об. спирта и выше обычного качества, 0,5 л)	27,98 (сигареты с фильтром отечественные, пачка)	75 (безалкогольный сильногазированный, 0,25 л)	-	600-7000
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, руб.	26 629	н/д	н/д	н/д	н/д
Численность населения, потребляющего аддиктивные блага, млн чел.	45,9 по данным опроса ВЦИОМ в 2012 г.	43,9 по данным опроса 2009 г.	29 по данным «Ромир» в 2011 г.	н/д	18 - имели опыт, 3 - регулярно (данные ФСКН)
в %-тах к среднегодовой численности взрослого населения	38,0	36,0	24,0	н/д	2,5
Соответствие уровня загрязнения окружающей среды выбросами и отходами производства экологическим нормам, %.	н/д	н/д	н/д	-	-

Показатели	Фактические (2012 г.)				
	Алкогольная и спиртосодержащая продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Ущерб от настоящего стремления потребителя к аддиктивным благам, руб.	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Ущерб от несчастных случаев в состоянии опьянения аддиктивными продуктами, руб.	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Расходы на содержание органов государственной власти, руб.	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Вторичные индикаторы					
Расходы на лечение, профилактику аддиктивного поведения и его последствий, руб.	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Средние цены на нелегальные аддиктивные товары, руб.	136,59	н/д	-	н/д	600-7000
Соотношение эффективной и действующей ставки акциза, %	54,47	н/д	-	-	-
Удельный вес прибыльных организаций в общем их количестве, %	70,50	73,50	н/д	66,90	н/д
Недоступность легальных товаров населению по величинам среднедушевых денежных доходов, %	25,00	н/д	-	-	-
Уровень использования производственных мощностей, %	29,26	71,38	-	-	-
Взято под диспансерное наблюдение больных с впервые в жизни установленным диагнозом зависимости, чел.	122 792,00	н/д	н/д	н/д	19 844,00
Удельный вес организаций, оборудованных очистными сооружениями в общем количестве организаций, %	н/д	н/д	-	-	-
Выявлено правонарушений (преступлений), связанных с незаконным производством и оборотом аддиктивных товаров	85 089,00	н/д	н/д	н/д	298 048,00
Удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве, %	29,90	-	-	н/д	2,45

Целевые направления изменения от фактического уровня индикаторов
концепции развития рынков аддитивных благ

Субъект	Наименование индикатора	Целевое направление изменения
Потребители	Первичные	
	– Фактическое потребление на душу взрослого населения, ед.;	Сокращение до медицинских и социальных норм
	– численность заболевших от причин этиологии, связанных с употреблением аддитивных товаров, чел.;	Сокращение
	– число умерших от причин этиологии, связанной с употреблением аддитивных товаров, чел.;	Сокращение
	– среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, руб.;	Увеличение
	– численность населения, потребляющего аддитивные блага, чел.	Сокращение
	Вторичные	
	– Доступность легальных товаров населению по величинам среднедушевых денежных доходов, %;	Повышение
	– взято под диспансерное наблюдение больных с впервые в жизни установленным диагнозом зависимости, чел.;	Сокращение
	– численность больных, состоящих на учете в лечебно-профилактических учреждениях на конец отчетного года, чел.;	Сокращение
	– удельный вес населения РФ с величиной среднедушевых денежных доходов ниже прожиточного минимума, в %-тах к итогу;	Сокращение
	– учебная, академическая успеваемость;	Сокращение негативного влияния
	– расходы на потребление аддитивных благ;	Сокращение
	– численность индивидов, не окончивших учебное учреждение в связи с потреблением аддитивных благ, чел.;	Сокращение
	– психологические издержки.	Сокращение
Хозяйствующие субъекты	Первичные	
	– Норма прибыли на капитал, %;	Достаточный уровень для инвестиционной привлекательности легального сектора
	– средние потребительские цены на аддитивные блага, руб.;	Социально доступные цены
	– уровень рентабельности проданной продукции, %;	Достаточный уровень для инвестиционной привлекательности легального сектора
	– товар надлежащего качества от отобранных образцов, %;	Увеличение
– соответствие уровня загрязнения окружающей среды выбросами и отходами производства экологическим нормам, %.	Соответствие экологическим стандартам	

Хозяйствующие субъекты	Вторичные	
	– Средние цены на нелегальные аддитивные товары, руб.;	Повышение
	– выпуск аддитивных благ, ед.;	Увеличение легального производства до уровня розничной реализации
	– розничная реализация аддитивных благ, ед.;	Сокращение до медицинских и социальных норм
	– экспорт аддитивных благ, ед.;	Увеличение
	– импорт аддитивных благ, ед.;	Удовлетворение спроса
	– издержки бизнеса в связи с потерей трудоспособности индивидов, руб.;	Сокращение
	– удельный вес прибыльных организаций в общем их количестве, %;	Увеличение
	– уровень использования производственных мощностей, %;	Достаточный для эффективной деятельности
	– удельный вес организаций, оборудованных очистными сооружениями в общем количестве организаций, %;	Увеличение
	– уровень рентабельности проданной продукции организаций смежных отраслей, %;	Увеличение
	– количество человек занятых в производстве и реализации аддитивных благ;	Достаточное для ведения хозяйственной деятельности
	– производительность труда.	Увеличение
	Государственные институты	Первичные
– Норма потребления на душу взрослого населения, ед.:		Гармонизация социальных и медицинских норм
– средняя ставка акциза на единицу товара, руб.;		Соответствие эффективной ставке акциза и достаточность для снижения потребления
– уровень теневой деятельности, %;		Сокращение
– ежегодные потери бюджета от лобби, руб.;		Сокращение
– расходы на содержание органов государственной власти, руб.		Сокращение
Вторичные		
– Поступление налогов и сборов, руб.;		Увеличение
– среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников отрасли, руб.;		Увеличение
– расходы на лечение, профилактику аддитивного поведения и его последствий, руб.;		Увеличение
– издержки государства в связи с потерей трудоспособности индивидов, руб.;		Сокращение
– соотношение эффективной и действующей ставки акциза, %;		Паритет
– соотношение медицинской безопасной нормы потребления продукции на человека с фактическим потреблением продукции на человека, %;		Паритет
– удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве, %;		Сокращение
– количество преступлений, связанных с незаконным оборотом аддитивных товаров, зарегистрированных в отчетном периоде.		Сокращение
Третьи лица		Первичные
	– Ущерб от настоятельного стремления потребителя к аддитивным благам, руб.;	Сокращение
	– ущерб от несчастных случаев по вине потребителей в состоянии опьянения, руб.;	Сокращение
	– численность пассивных потребителей аддитивных благ, чел.	Сокращение
	Вторичные	
	– Инвестиции в социальные проекты, руб.;	Увеличение
	– психологические издержки.	Сокращение

Хронология рассмотрения государственной властью предложений по введению монополии на аддитивные товары

Наименование	Вид монополии	Дата внесения на рассмотрение	Кем внесен	Ответственный комитет	Результат рассмотрения
1	2	3	4	5	6
Проект ФЗ № 97700178-2 «О введении государственной монополии на поставки этилового спирта, спиртосодержащих растворов и алкогольной продукции»	Система государственной монополии на оптовые поставки производимой, экспортируемой, импортируемой и реализуемой спиртосодержащей продукции с содержанием этилового спирта свыше 12 процентов от объема единицы продукции.	14.01.1997 - внесен в Государственную Думу ФС РФ	депутатами Государственной Думы ФС РФ В.А. Баюновым, И.Н. Дурягиным, С.И. Манякиным, А.Г. Пузановским, В.С. Романовым, Н.И. Сапожниковым, членами Совета Федерации ФС РФ Г.В. Игумновым, Н.И. Меркушкиным, В.Н. Сергеенковым, А.А. Суриковым, В.Н. Степановым, В.А. Яковлевым.	Комитет по экономической политике.	25.10.2002 - отклонен Государственной Думой ФС РФ
Проект ФЗ № 99037069-2 «О государственной монополии на производство и оборот табака и изделий из него»	Деятельность государства в лице уполномоченных им унитарных организаций по заключению договора комиссии с производителями или поставщиками на получение от них оптовых партий табачных изделий и последующей продаже ее оптовыми и мелкооптовыми партиями для розничной торговли.	08.04.1999 - внесен в Государственную Думу ФС РФ	депутатами Государственной Думы ФС РФ В.В. Жириновским, В.А. Лисичкиным.	Комитет по экономической политике и предпринимательству, соисполнитель - Комитет по охране здоровья.	22.05.2003 - отклонен Государственной Думой ФС РФ

Окончание приложения 41

1	2	3	4	5	6
Проект ФЗ № 99087426-2 «О государственной монополии на оптовый оборот табака и табачных изделий на территории РФ»	Введение государственной монополии на оптовый оборот табака и табачных изделий.	22.09.1999 - внесен в Государственную Думу ФС РФ	депутатом Государственной Думы ФС РФ Р.С. Попковичем.	Комитет по экономической политике и предпринимательству.	22.05.2003 - отклонен Государственной Думой ФС РФ
Проект ФЗ № 251196-4 «О внесении изменений в федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»	Введения государственной монополии на оборот этилового спирта.	20.12.2005 - внесен в Государственную Думу ФС РФ	депутатами Государственной Думы ФС РФ В.В. Жириновским, М.С. Рохмистровым.	Комитет по экономической политике, предпринимательству и туризму.	24.05.2006 - отклонен Государственной Думой ФС РФ
Проект ФЗ № 279547-4 «О внесении изменений в федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции»	Введения государственной монополии на оборот этилового спирта.	16.03.2006 - внесен в Государственную Думу ФС РФ	депутатами Государственной Думы ФС РФ В.Г. Драгановым, Ю.Г. Медведевым.	Комитет по экономической политике, предпринимательству и туризму.	07.09.2011 - снят с рассмотрения Государственной Думой ФС РФ
Проект ФЗ № 616769-5 «О государственной монополии на производство и оборот этилового спирта»	Введение государственной монополии на производство и оборот этилового спирта.	20.10.2011 - внесен в Государственную Думу ФС РФ	депутатами Государственной Думы ФС РФ С.М. Мироновым, Н.В. Левичевым, М.В. Емельяновым, Ф.С. Тумусовым.	Комитет по экономической политике и предпринимательству.	20.11.2012 - отклонен Государственной Думой ФС РФ
Инициатива	Продажа алкогольных напитков исключительно в специализированных государственных магазинах.	13.11.2013	член Совета Федерации ФС РФ С.В. Шатиров.	Комитета Совета Федерации по экономической политике.	