

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА /
REGIONAL AND SECTORAL ECONOMICS<https://doi.org/10.15507/2413-1407.26342.242-264>EDN: <https://elibrary.ru/ilxqpi>

УДК / UDC 339:005.331(4)

<http://regionsar.ru>

ISSN 2413-1407 (Print)

ISSN 2587-8549 (Online)

Оригинальная статья / Original article

**Индекс человеческого развития
и спрос на аддитивные товары
в европейских странах****Р. Ю. Скоков**

*Волжский институт экономики, педагогики и права
(г. Волжский, Российская Федерация)
rskokov@mail.ru*

Аннотация

Введение. Рыночное обращение аддитивных благ служит источником не только налогов и прибыли, но и многочисленных негативных эффектов. Рост их потребления связывается с макроэкономическими параметрами (падением доходов населения, безработицей, кризисными явлениями в экономике и обществе). Цель исследования – выявление закономерностей платежеспособного спроса на рынках аддитивных товаров во взаимосвязи с интегральным показателем человеческого развития.

Материалы и методы. Методами статистического и математического анализа исследована статистическая информация глобальной сети Организации Объединенных Наций, Статистического управления Европейского союза, Федеральной службы государственной статистики РФ за период 2010–2021 гг.

Результаты исследования. В России и 33 европейских государствах на фоне кризисных явлений в экономике (2011, 2016, 2020, 2021 гг.) в 2010–2021 гг. выявлена тенденция к росту индекса человеческого развития. Обнаружены тренды на снижение потребления алкогольной продукции, табачных изделий в 15 странах, наркотиков – в 16; рост потребления алкогольной продукции – в 19 странах, табачных изделий – в 15, наркотиков – в 7 странах. Лидерами по суммарным расходам на аддитивные товары выступают Люксембург, Эстония, Чехия, Латвия, Босния и Герцеговина, Сербия, Венгрия, Литва, Хорватия, Болгария, Румыния, Северная Македония. При этом по уровню индекса человеческого развития они занимают места в диапазоне 12–34-е. Во Франции, Хорватии, Германии, Нидерландах, Норвегии и на Мальте на фоне роста индекса человеческого развития увеличиваются расходы на покупку аддитивных товаров.

Заключение. Полученные аналитические индивидуальные и сравнительные данные по 34 странам открывают возможности для дальнейшего исследования эффективности методов, а также инструментов государственного и общественного регулирования в отдельных странах, сравнения их

© Скоков Р. Ю., 2026

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



между собой для корректировки регуляторной политики в целях повышения уровня человеческого развития и сокращения расходов на потребление аддитивных товаров. Выявленные закономерности также применимы на новых рынках цифровых аддитивных товаров, которыми считаются мобильная связь, интернет, социальные сети.

Ключевые слова: индекс человеческого развития, аддитивные товары, социальные сети, расходы на покупку, спрос, взаимосвязь, государственная политика, европейские страны

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Скоков Р.Ю. Индекс человеческого развития и спрос на аддитивные товары в европейских странах. *Регионоведение*. 2026;34(2):242–264. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.26342.242-264>

Human Development Index and Demand for Addictive Products in European Countries

R. Yu. Skokov

*Volzhsy Institute of Economics, Pedagogy and Law
(Volzhsy, Russian Federation)
rskokov@mail.ru*

Abstract

Introduction. The market circulation of addictive goods is a source not only of taxes and profits, but also of numerous negative effects. Increased consumption is associated with macroeconomic parameters (falling household incomes, unemployment, and economic and social crises). The aim of this study is to identify patterns of effective demand in addictive goods markets in relation to the integrated human development indicator.

Materials and Methods. Statistical information from the United Nations global network, the European Union Statistical Service, and the Federal State Statistics Service of the Russian Federation for the period 2010–2021 was analyzed using statistical and mathematical analysis methods.

Results. In Russia and 33 European countries, against the backdrop of economic crises (2011, 2016, 2020, 2021), a trend towards an increase in the Human Development Index was identified from 2010 to 2021. Trends were found towards a decrease in the consumption of alcohol and tobacco products in 15 countries, and drugs in 16; an increase in the consumption of alcohol products in 19 countries, tobacco products in 15 countries, and drugs in 7 countries. The leaders in total expenditure on addictive goods are Luxembourg, Estonia, the Czech Republic, Latvia, Bosnia and Herzegovina, Serbia, Hungary, Lithuania, Croatia, Bulgaria, Romania, and North Macedonia. At the same time, in terms of the level of the Human Development Index, they occupy places in the range 12th to 34th. In France, Croatia, Germany, the Netherlands, Norway, and Malta, spending on addictive goods is increasing against the backdrop of rising human development indices.

Conclusion. The resulting analytical and comparative data for 34 countries opens up opportunities for further research into the effectiveness of methods and instruments of state and public regulation in individual countries, as well as for comparing them with each other to adjust regulatory policies to improve human development and reduce the costs of consuming addictive goods. The identified patterns are also applicable to emerging markets for digital addictive goods, such as mobile communications, the internet, and social media.

Keywords: Human Development Index, addictive goods, social media, purchasing expenditures, demand, interconnectedness, public policy, European countries

Conflict of interest. The author declares no conflict of interest.

For citation: Skokov R.Yu. Human Development Index and Demand for Addictive Products in European Countries. *Russian Journal of Regional Studies*. 2026;34(2):242–264. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.26342.242-264>

ВВЕДЕНИЕ

Экономическая политика государства на рынках традиционных аддитивных товаров, к которым относятся алкогольная и спиртосодержащая продукция, табачные изделия, азартные игры, энергетические напитки, наркотики [1], противоположна классическим концепциям и направлена на сокращение спроса и предложения. Подобные товары рассматриваются как фактор рисков заболеваний, смертности, снижения продолжительности жизни, уровня образования и жизни населения; источник многочисленных отрицательных индивидуальных и экстернатальных эффектов. При этом технологическое развитие привело к созданию новых их видов (электронных сигарет, аромаингаляторов, социальных сетей, видеохостингов и др.).

Существует мнение, что люди с низким доходом употребляют больше алкоголя, никотинсодержащих изделий и запрещенных веществ, чем представители среднего класса или богатые¹. Если бы это действительно было так, повышение доходов, уровня жизни и других показателей качества жизни населения должно было решить проблемы аддитивного потребительского поведения.

В России для регулирования видовых рынков аддитивных товаров действует ряд системообразующих федеральных законов: «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»; «О наркотических средствах и психотропных веществах»; «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр»; «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции»².

На практике же государственная власть и общественные институты перманентно находятся в поиске инструментов воздействия на механизмы спроса и предложения видовых аддитивных товаров и услуг, чтобы сбалансировать позитивные и негативные эффекты от функционирования рынков специфических товаров. Вносятся изменения в основные законы, издаются подзаконные акты. Для мониторинга эффективности их реализации необходима государственная система, на развитие которой оказывают влияние научные работы.

Теоретические и эмпирические исследования могут способствовать пониманию аддитивного потребительского поведения, оказывающего влияние на здоровье, продолжительность и качество жизни населения. С развитием в начале XXI века статистических наблюдений, цифровых инструментов мониторинга появились новые возможности для исследования закономерностей потребительских решений под воздействием тех или иных факторов, как единичных, так и их комплекса.

¹ Ерофеева П.А. Стигматизация алкогольной и наркотической зависимости: параметры и последствия. *Журнал исследований социальной политики*. 2016;14(3):377–392. URL: <https://jsps.hse.ru/article/view/3262> (дата обращения: 17.04.2025).

² О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции: Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ [Электронный ресурс]. КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8368/ (дата обращения: 17.04.2025); О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон от 08.01.1998 № 3-ФЗ. Там же. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17437/; О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр: Федеральный закон от 29.12.2006 № 244-ФЗ. Там же. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64924/; Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции: Федеральный закон от 23.02.2013 № 15-ФЗ. Там же. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142515/



Цель настоящей работы – на основе последних отечественных и зарубежных систематических статистических данных оценить взаимосвязь расходов потребителей на аддиктивные блага и уровня жизни.

Результаты исследования были представлены в октябре 2024 года на глобальной конференции с международным участием GAB 2024 “Addiction Medicine, Behavioral Health and Psychiatry” (Baltimore, Maryland, USA)³.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

В классической экономической теории основными факторами спроса на аддиктивные товары считаются прошлое и будущее потребление, цены и доходы. Эмпирическое исследование подтверждает уравнение спроса теории рационального привыкания⁴; показано, что потребители сигарет в России экспоненциально дисконтируют будущую полезность [2].

На основе моделей горизонтальной дифференциации Г. Хоттеллинга⁵, рационального привыкания Г. Беккера и К. Мерфи⁶, искушения и самоконтроля Ф. Гуля и В. Песендорфера⁷ предложена модель аддиктивного потребления для изучения спроса на несовершенные заменители, такие как алкоголь, никотин и опиоиды, азартные игры [3].

Итальянская политика 2017 г. по сокращению на треть количества игровых автоматов и увеличению расходов, связанных с доступом к ним, привела к росту расходов игроков на 25 % (выраженному среди лиц более низкого социально-экономического положения) [4].

Указанные работы ориентированы на микроэкономические механизмы и ценовые стратегии, однако оставляют открытым вопрос о влиянии макроэкономических и социальных агрегаторов (качества жизни и человеческого капитала) на структуру расходов домохозяйств.

Коллектив авторов на основе обобщения данных систематических обзоров пришел к выводу, что повышение цен на алкоголь, табак, нездоровую пищу и напитки с сахаром неизменно приводит к снижению спроса [4]. Эмпирические исследования в различных странах подтверждают дифференциацию этого эффекта в зависимости от социально-экономического статуса. Так, получены оценки эластичности спроса на сигареты по цене и доходу в Боснии и Герцеговине среди различных социально-экономических групп, в частности повышение цен на 10 % сокращает потребление среди домохозяйств с высоким доходом лишь на 7 %, с низким доходом – на 14 % [5].

Аналогичные выводы о более высокой ценовой чувствительности бедных слоев населения получены для стран с низким и средним уровнями дохода [6]. Наличие таких разрывов ставит вопрос о корректности использования исключительно

³ Скоков Р.Ю. выступил на главной международной конференции по аддиктивному поведению [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/SkokovR/251> (дата обращения: 17.04.2025).

⁴ Becker G.S., Murphy K.M. A Theory of Rational Addiction. *Journal of Political Economy*. 1988;96(4):675–700. Available at: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/261558> (accessed 17.04.2025).

⁵ Hotelling H. Stability in Competition. *The Economic Journal*. 1929;39(153):41–57. Available at: <http://www.jstor.org/stable/2224214> (accessed 22.10.2025).

⁶ Becker G.S., Murphy K.M. A Theory of Rational Addiction...

⁷ Gul F., Pesendorfer W. Temptation and Self-Control. *Econometrica*. 2001;69(6):1403–1435. <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00252>

ценовых инструментов и актуализирует поиск интегральных показателей, отражающих благосостояние населения в целом.

На основе оценки собственной и перекрестной ценовой эластичности спроса на нагреваемые табачные изделия и сигареты с помощью регрессионной модели было установлено, что спрос на нагреваемые табачные изделия эластичен по собственной цене и в четыре раза выше, чем эластичность по собственной цене сигарет [7].

Влияние социально-экономического статуса на связь цен, налогов и употребления табака в странах с низким и средним уровнями дохода изучалось исходя из предположения, что бедные реагируют на цену в два–пять раз быстрее, чем богатые. Однако есть теоретические основания полагать, что в таких странах бедные люди более чувствительны к денежным ценам, чем богатые [8].

При исследовании рынка нелегальных наркотиков, который является рынком с несовершенной конкуренцией, где цену определяет продавец, установлено, что при несклонности к риску увеличение затрат на наказание эффективнее, чем усиление контроля, а снижение спроса эффективнее, нежели запрет [9].

На основе изучения отзывов потребителей об ожиданиях, ценах на наркотики и их воздействии не обнаружена сильная корреляция между оценками потребителей, ценами и качеством наркотиков [10].

Предложена формула оптимального налога на аддиктивные товары, когда потребители с гиперболическими временными предпочтениями (наивные потребители) ошибочно полагают, что будут следовать плану потребления, разработанному в настоящем⁸.

Роль пици, инфляции в формировании спроса на алкоголь в Великобритании исследовалась в связи с ценовой политикой в отношении алкоголя [11]. Алкоголь и еда дополняют друг друга, и ценовая эластичность спроса на алкоголь снижается, если учитывать влияние цены на еду.

Анализ квадратичной системы спроса, состоящей из трех основных категорий алкоголя, показал, что потребление пива наиболее чувствительно к изменениям дохода и собственной цены, спиртных напитков – наименее чувствительно. На рынках вино и спиртные напитки дополняют друг друга, а вино и пиво взаимозаменяемы [12].

Относительно влияния результатов на финансовом рынке на совокупные расходы на азартные игры сделан вывод о том, что рост реализованной избыточной доходности и волатильности фондового рынка негативно влияет на ставки на ипподромах [13]. Рассматриваются инструменты вмешательства в азартные игры на основе платформ, применяемых на сайтах операторов [14].

В научной литературе распространена точка зрения, что лучший способ борьбы с курением – повышение цен на табачные изделия за счет налогов. Однако согласно результатам исследования снижение потребления табака при повышении цен обусловлено тем, что доходы потребителей не успевают за ростом цен [15]. Ряд авторов проводили исследования аддиктивных товаров на материале стран вне Европы.

⁸ Tóbiás Á. Optimal Taxation of Addictive Goods Consumed by Naïve Hyperbolic Discounters [Online]. Available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4091744> (accessed 17.04.2025).



В частности, – Австралии [16–18], Вьетнама [19; 20], сельских районов Китая [21], Мозамбика [22], США⁹.

Исследования взаимосвязи индикаторов человеческого развития (ИЧР) и спроса на аддитивные товары малочисленны [1].

Таким образом, несмотря на глубокую проработку вопросов эластичности спроса по цене и доходу, в академическом дискурсе сохраняется дефицит работ, анализирующих взаимосвязь потребительских расходов на видовые аддитивные блага с комплексными показателями уровня человеческого развития. Существующие исследования, как правило, сосредоточены на единичных страновых кейсах или отдельных категориях товаров, не позволяя выявить системные закономерности для европейского макрорегиона. Восполнение данного пробела на основе актуальных панельных данных статистических служб Европейского союза и РФ за 2010–2021 гг. составляет научную новизну настоящей работы.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Источники и формирование данных исследования. Источниками данных выступили материалы по 33 европейским странам и России за 2010–2021 гг. об ИЧР Программы развития Организации Объединенных Наций¹⁰ (ПРООН), долях расходов на алкогольные напитки¹¹, табачные изделия¹², наркотические средства¹³, о расходах на конечное потребление домашних хозяйств Статистического управления Европейского союза¹⁴ и Федеральной службы государственной статистики РФ¹⁵.

Выбор стран обусловлен методологической обоснованностью (сходными географическими, культурными и историческими контекстами для сопоставимого анализа, общими социальными и экономическими механизмами, разнообразием уровней развития); практической значимостью для разработки дифференцированной регуляторной политики; доступностью, сопоставимостью данных и возможностью выявить как общие закономерности, так и страновые особенности взаимосвязи между ИЧР и расходами на аддитивные товары.

Информационные данные исследования зарегистрированы Федеральной службой по интеллектуальной собственности в «Базе данных по Европейским

⁹ Ornstein S.I., Levy D. Price and Income Elasticities of Demand for Alcoholic Beverages. In: Galanter M., Begleiter H., Cicero T., et al. Genetics Behavioral Treatment Social Mediators and Prevention Current Concepts in Diagnosis. *Recent Developments in Alcoholism*. Springer, Boston; 1983. Vol. 1. P. 303–345. https://doi.org/10.1007/978-1-4613-3617-4_18

¹⁰ United Nations Development Programme Human Development Reports : website [Online]. Available at: <https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22ru.pdf> (accessed 01.03.2024).

¹¹ Final consumption expenditure of households by consumption purpose (COICOP 3 digit) [Online]. Eurostat : website. Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_CO3_P3_custom_9805967 (accessed 17.04.2025).

¹² *Ibid.* Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_CO3_P3_custom_21199231/default/table (accessed 17.04.2025).

¹³ *Ibid.* Available at: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_CO3_P3_custom_9806113 (accessed 17.04.2025).

¹⁴ Eurostat : website [Online]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_CO3_P3_custom_9806066/default/table?lang=en (accessed 01.03.2024).

¹⁵ ЕМИСС. Государственная статистика : сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/59205> (дата обращения: 01.03.2024).

странам и России анализа динамики, взаимосвязи индексов человеческого развития и расходов на покупку алкогольных напитков и табачных изделий» (номер свидетельства: 2024621463, 03.04.2024)¹⁶.

Описательный анализ данных включал в себя шаги: сбор и построение информации в табличной форме для применения инструментальных средств расчета; анализ динамики изменений, а также взаимосвязи ИЧР и доли расходов на покупку алкогольных, табачных изделий, наркотиков в расходах на конечное потребление домашних хозяйств.

Методы анализа данных. Для анализа данных применялись корреляционный и регрессионный анализ с использованием пакета «Анализ данных» MS Excel v. 2016.

Исследовались:

- динамика и тенденции изменения индекса человеческого развития;
- динамика и тенденции изменения доли расходов на покупку алкогольных напитков, табачных изделий и наркотических средств в структуре расходов на конечное потребление домашних хозяйств;
- направленность (прямая/обратная) и сила связи между ИЧР и расходами на каждый из выбранных видов аддитивных товаров.

Корреляционный анализ включал расчет коэффициентов линейной корреляции Пирсона ($r \in [-1; 1]$)¹⁷. Предварительно проверялось соответствие исходных данных нормальному закону распределения с помощью критерия Колмогорова – это подтвердило правомерность подхода [1].

Регрессионный анализ использовался для построения моделей зависимости доли расходов на аддитивные товары от ИЧР. Качество моделей оценивалось по коэффициенту детерминации ($R^2 \in [0; 1]$)¹⁸.

Выбранные методы позволили комплексно оценить взаимосвязь между ИЧР и расходами на аддитивные товары: выявить направленность и силу связи, а также построить и оценить качество прогностических моделей.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ключевые наблюдаемые тренды (2010–2021 гг.) в динамике ИЧР. На основании данных ПРООН были сформированы и проанализированы необходимые переменные в разрезе выбранных стран (табл. 1).

В блоке рассматриваемых стран 31 классифицирована ПРООН как с очень высоким ИЧР, три (Болгария, Босния и Герцеговина, Северная Македония) – с высоким. В анализируемый период равномерное увеличение индекса в большинстве государств прерывалось кризисными явлениями 2011, 2016, 2020 и 2021 гг. Качество моделей для Болгарии плохое (слабое), для остальных территорий – приемлемое и хорошее, что подчеркивает устойчивый характер роста ИЧР.

¹⁶ База данных по Европейским странам и России анализа динамики, взаимосвязи индексов человеческого развития и расходов на покупку алкогольных напитков и табачных изделий [Электронный ресурс]. URL: <https://fips.ru/ofpstorage/BULLETIN/PrEVM/2024/04/20/INDEX.HTM> (дата обращения: 17.04.2025).

¹⁷ Силу связи между переменными по модулю коэффициента корреляции r интерпретировали так: $|r| > 0,9$ – очень тесная; $0,8 \leq |r| < 0,9$ – тесная; $0,7 \leq |r| < 0,8$ – приемлемая; $0,5 \leq |r| < 0,7$ – значительная; $0,3 \leq |r| < 0,5$ – умеренная; $|r| < 0,3$ – слабая.

¹⁸ Качество модели интерпретировали следующим образом: $0,8 \leq R^2 \leq 1$ – хорошее; $0,5 \leq R^2 < 0,8$ – приемлемое; $0 \leq R^2 < 0,5$ – плохое (слабое).



Таблица 1. Результаты анализа динамики индекса человеческого развития (ИЧР) по странам за период 2010–2021 гг.

Table 1. Results of the analysis of the dynamics of the Human Development Index (HDI) by country for the period 2010–2021

Страна / Country	Коэффициент детерминации R^2 / Coefficient of determination R^2	Качество модели / Model quality	Коэффициент корреляции r / Correlation coefficient R	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)	Средний ИЧР за период / Average HDI for the period	Рейтинг (по среднему ИЧР) / Average HDI for the period Ranking (by average HDI)
1	2	3	4	5	6	7
Россия / Russia	0,729	A	0,854	T	0,816	29
Бельгия / Belgium	0,686	A	0,828	T	0,915	11
Болгария / Bulgaria	0,430	W	0,656	S	0,798	31
Чешская республика / Czech Republic	0,743	A	0,862	T	0,882	17
Дания / Denmark	0,915	G	0,957	VT	0,933	4
Германия / Germany	0,773	A	0,879	T	0,933	2
Эстония / Estonia	0,852	G	0,923	VT	0,875	19
Ирландия / Ireland	0,871	G	0,933	VT	0,926	7
Греция / Greece	0,743	A	0,862	T	0,874	20
Испания / Spain	0,909	G	0,953	VT	0,889	15
Франция / France	0,804	G	0,897	T	0,893	14
Хорватия / Croatia	0,808	G	0,899	T	0,836	28
Италия / Italy	0,682	A	0,826	T	0,884	16
Кипр / Cyprus	0,870	G	0,933	VT	0,871	21
Латвия / Latvia	0,863	G	0,929	VT	0,844	26
Литва / Lithuania	0,854	G	0,924	VT	0,859	23
Люксембург / Luxembourg	0,653	A	0,808	T	0,910	12
Венгрия / Hungary	0,850	G	0,922	VT	0,839	27
Нидерланды / Netherlands	0,908	G	0,953	VT	0,931	5
Австрия / Austria	0,623	A	0,789	A	0,918	8
Польша / Poland	0,873	G	0,935	VT	0,861	22
Португалия / Portugal	0,878	G	0,937	VT	0,849	24
Румыния / Romania	0,693	A	0,832	T	0,812	30
Словения / Slovenia	0,806	G	0,898	T	0,899	13
Словакия / Slovakia	0,674	A	0,821	T	0,848	25
Финляндия / Finland	0,710	A	0,843	T	0,917	10
Швеция / Sweden	0,824	G	0,908	VT	0,927	6
Великобритания / United Kingdom	0,714	A	0,845	T	0,917	9
Исландия / Iceland	0,912	G	0,955	VT	0,933	3

Окончание табл. 1 / End of table 1

1	2	3	4	5	6	7
Норвегия / Norway	0,920	G	0,959	VT	0,952	1
Сербия / Serbia	0,860	G	0,928	VT	0,788	32
Мальта / Malta	0,814	G	0,902	VT	0,879	18
Босния и Герцеговина / Bosnia and Herzegovina	0,933	G	0,966	VT	0,759	34
Северная Македония / North Macedonia	0,842	G	0,918	VT	0,759	33

Примечания: 1) во всех странах зафиксирована прямая связь между годом и ИЧР (все значения r положительные); 2) качество модели: А – приемлемое, G – хорошее, W – слабое; 3) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая.

Notes: 1) a direct relationship between year and HDI was found in all countries (all r values are positive); 2) model quality: A – acceptable, G – good, W – weak; 3) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak.

Источник: здесь и далее материал таблиц подготовлен автором в ходе исследования.

Source: hereinafter in the article, all tables were compiled by the author during the research.

Ключевые наблюдаемые тренды (2010–2021 гг.) в расходах на алкогольные напитки. В таблице 2 приведены сводные аналитические данные о динамике доли расходов на алкогольные напитки в расходах на конечное потребление домашних хозяйств. Удельный вес подобных расходов сократился в 15 (44 %) из 34 стран: Эстонии, Латвии, Литве, Польше, Чехии, Финляндии, Венгрии, Румынии, Сербии, Словакии, Болгарии, России, Боснии и Герцеговине, Бельгии, Великобритании¹⁹. В остальных случаях расходы растут.

Таблица 2. Сводный анализ динамики доли расходов на алкогольные напитки в расходах на конечное потребление домашних хозяйств (2010–2021 гг.)

Table 2. Summary analysis of the dynamics of the share of expenditure on alcoholic beverages in final consumption expenditure of households (2010–2021)

Страна / Country	Коэффициент детерминации R^2 / Coefficient of determination R^2	Качество модели / Model quality	Коэффициент корреляции r / Correlation coefficient r	Направление связи / Direction of relationship	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)	Средние расходы за период / Average expenses for the period	Рейтинг по средним расходам / Ranking by average expenses
1	2	3	4	5	6	7	8
Россия / Russia	0,043	W	-0,208	↓	W	1,674	22
Бельгия / Belgium	0,005	W	-0,073	↓	W	1,592	25
Болгария / Bulgaria	0,601	A	-0,775	↓	A	2,025	18
Чешская республика / Czech Republic	0,000	W	-0,020	↓	W	3,483	5
Дания / Denmark	0,135	W	0,367	↑	M	1,742	20
Германия / Germany	0,213	W	0,461	↑	M	1,458	27
Эстония / Estonia	0,781	A	-0,884	↓	T	5,400	1

¹⁹ Здесь и далее страны перечисляются в порядке убывания значения показателя.



Окончание табл. 2 / End of table 2

1	2	3	4	5	6	7	8
Ирландия / Ireland	0,120	W	0,347	↑	M	2,425	12
Греция / Greece	0,181	W	0,426	↑	M	0,867	34
Испания / Spain	0,513	A	0,716	↑	A	1,175	32
Франция / France	0,216	W	0,465	↑	M	1,767	19
Хорватия / Croatia	0,173	W	0,416	↑	M	2,958	8
Италия / Italy	0,346	W	0,588	↑	S	0,925	33
Кипр / Cyprus	0,392	W	0,626	↑	S	1,675	21
Латвия / Latvia	0,012	W	-0,108	↓	W	4,675	2
Литва / Lithuania	0,905	G	-0,951	↓	VT	4,550	3
Люксембург / Luxembourg	0,768	A	0,876	↑	T	2,350	14
Венгрия / Hungary	0,218	W	-0,466	↓	M	2,975	7
Нидерланды / Netherlands	0,423	W	0,650	↑	S	1,200	31
Австрия / Austria	0,182	W	0,427	↑	M	1,400	28
Польша / Poland	0,361	W	-0,601	↓	S	3,558	4
Португалия / Portugal	0,805	G	0,897	↑	T	1,375	29
Румыния / Romania	0,327	W	-0,572	↓	S	2,658	9
Словения / Slovenia	0,001	W	0,024	↑	W	1,642	23
Словакия / Slovakia	0,080	W	-0,283	↓	W	2,408	13
Финляндия / Finland	0,372	W	-0,610	↓	S	3,142	6
Швеция / Sweden	0,166	W	0,407	↑	M	2,042	16
Великобритания / United Kingdom	0,081	W	-0,284	↓	W	1,540	26
Исландия / Iceland	0,023	W	0,153	↑	W	2,567	10
Норвегия / Norway	0,291	W	0,540	↑	S	2,317	15
Сербия / Serbia	0,096	W	-0,310	↓	M	2,558	11
Мальта / Malta	0,675	A	0,822	↑	T	1,250	30
Босния и Герцеговина / Bosnia and Herzegovina	0,836	G	-0,914	↓	VT	1,633	24
Северная Македония / North Macedonia	0,661	A	0,813	↑	T	2,033	17

Примечания: 1) качество модели: А – приемлемое, G – хорошее, W – слабое; 2) ↑ – прямая связь, ↓ – обратная связь; 3) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая.

Notes: 1) model quality: A – acceptable, G – good, W – weak; 2) ↑ – direct relationship, ↓ – reverse relationship; 3) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak.

Наибольшая доля расходов на алкогольные изделия (2,558–5,400 %) зафиксирована в 11 странах: Эстонии, Латвии, Литве, Польше, Чехии, Финляндии, Венгрии, Хорватии, Румынии, Исландии, Сербии. В государствах Балтии, Восточной Европы и северных традиционно высокое потребление алкоголя сформировалось под воздействием комплекса культурных и социальных факторов.

Наименьшая доля расходов на алкогольные изделия (0,867–1,633 %) обнаружена в Боснии и Герцеговине, Бельгии, Великобритании, Германии, Австрии, Португалии, Мальте, Нидерландах, Испании, Италии, Греции. В Средиземноморских странах, где по адекватным ценам доступна продукция местного производства, исторически расходы ниже, чем в северных европейских государствах; более 50 % населения Боснии и Герцеговины составляют мусульмане, имеющие негативное отношение к потреблению алкоголя. В остальных регионах этой группы сложилась культура потребления пива, которое стоит относительно недорого.

В таблице 3 аккумулированы данные о связи между долей расходов на алкогольные напитки в расходах на конечное потребление домашних хозяйств и ИЧР.

Т а б л и ц а 3. Корреляционная связь между долей расходов на алкогольные напитки и индексом человеческого развития по странам (2010–2021 гг.)

T a b l e 3. Correlation between the share of expenditure on alcoholic beverages and the Human Development Index by country (2010–2021)

Страна / Country	Рейтинг связи R_s / Communication rating R_s	Коэффициент корреляции r / Correlation coefficient r	Направление связи / Direction of relationship	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)
1	2	3	4	5
Россия / Russia	32	-0,069	↓	W
Бельгия / Belgium	27	-0,238	↓	W
Болгария / Bulgaria	4	-0,845	↓	W
Чешская республика / Czech Republic	23	-0,356	↓	M
Дания / Denmark	31	0,073	↑	W
Германия / Germany	20	0,376	↑	M
Эстония / Estonia	2	-0,860	↓	T
Ирландия / Ireland	29	0,182	↑	W
Греция / Greece	24	0,294	↑	W
Испания / Spain	12	0,500	↑	M
Франция / France	25	0,253	↑	W
Хорватия / Croatia	21	0,375	↑	M
Италия / Italy	18	0,387	↑	M
Кипр / Cyprus	17	0,389	↑	M
Латвия / Latvia	33	0,069	↑	W
Литва / Lithuania	1	-0,957	↓	VT
Люксембург / Luxembourg	9	0,640	↑	S
Венгрия / Hungary	28	-0,208	↓	W
Нидерланды / The Netherlands	14	0,464	↑	M
Австрия / Austria	16	0,394	↑	M
Польша / Poland	8	-0,751	↓	A
Португалия / Portugal	5	0,821	↑	T



Окончание табл. 3 / End of table 3

1	2	3	4	5
Румыния / Romania	13	-0,470	↓	M
Словения / Slovenia	30	-0,142	↓	W
Словакия / Slovakia	19	-0,383	↓	M
Финляндия / Finland	10	-0,589	↓	S
Швеция / Sweden	26	0,242	↑	W
Великобритания / United Kingdom	11	-0,515	↓	S
Исландия / Iceland	34	-0,007	↓	W
Норвегия / Norway	22	0,373	↑	M
Сербия / Serbia	15	-0,418	↓	M
Мальта / Malta	7	0,792	↑	T
Босния и Герцеговина / Bosnia and Herzegovina	3	-0,854	↓	T
Северная Македония / North Macedonia	6	0,813	↑	T

Примечания: 1) ↑ – прямая связь, ↓ – обратная связь; 2) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая; 3) рейтинги приведены по модулю коэффициента корреляции $|r|$.

Notes: 1) ↑ – direct relationship, ↓ – reverse relationship; 2) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak; 3) rankings are based on the absolute value of the correlation coefficient $|r|$.

В 16 (47 %) странах из 34, включая Россию, отмечена отрицательная связь между расходами на алкогольные изделия и ИЧР.

Для Бельгии и Великобритании является позитивной тенденция, при которой с ростом ИЧР сокращается доля расходов на алкогольные напитки на фоне относительно высокого индекса (в 1-й половине списка) и доля подобных расходов относительно низка (во 2-й половине списка). Обе страны характеризуются обратной связью.

В случае Хорватии негативной выступает тенденция, когда в стране растут ИЧР (при его относительно низком уровне) и расходы на алкогольные изделия (при их относительно высокой доле). Негативная ситуация с расходами на алкогольные напитки также в Исландии и Ирландии.

В группу стран с низким ИЧР и невысокими расходами, обратной связью между ними входят Россия (29-е место), Босния и Герцеговина (34-е место). По доле расходов на покупку алкогольных изделий Россия на 22-м месте, Босния и Герцеговина – на 24-м. Однако после корректировки расходов на нелегальный сектор Россию можно охарактеризовать скорее как государство с высокими расходами на алкогольную продукцию и низким ИЧР.

В 18 странах (53 %) с ростом ИЧР растет доля расходов на алкогольную продукцию. Из них 15 стран входят в группу с относительно низкой долей расходов на алкогольные напитки, в том числе 11 имеют относительно высокий ИЧР.

Основные наблюдаемые тренды (2010–2021 гг.) в расходах на табачные изделия. В таблице 4 представлены результаты анализа изменения доли расходов

на табачные изделия в расходах на конечное потребление домашних хозяйств в выбранных странах.

Таблица 4. Сводный анализ динамики доли расходов на табачную продукцию в расходах на конечное потребление домашних хозяйств (2010–2021 гг.)

Table 4. Summary analysis of the dynamics of the share of expenditure on tobacco products in final consumption expenditure of households (2010–2021)

Страна / Country	Коэффициент детерминации R^2 / Coefficient of determination R^2	Качество модели / Model quality	Коэффициент корреляции / Correlation coefficient r	Направление связи / Direction of relationship	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)	Средние расходы за период / Average expenses for the period	Рейтинг по средним расходам / Ranking by average expenses
1	2	3	4	5	6	7	8
Россия / Russia	0,918	G	0,958	↑	VT	1,156	30
Бельгия / Belgium	0,572	A	0,756	↑	A	2,117	18
Болгария / Bulgaria	0,463	W	-0,681	↓	S	3,583	6
Чешская республика / Czech Republic	0,516	A	0,718	↑	A	4,183	4
Дания / Denmark	0,094	W	-0,307	↓	M	1,600	26
Эстония / Estonia	0,100	W	-0,316	↓	M	2,600	14
Ирландия / Ireland	0,621	A	-0,788	↓	A	2,125	17
Греция / Greece	0,188	W	-0,434	↓	M	3,083	9
Испания / Spain	0,771	A	-0,878	↓	T	2,033	19
Франция / France	0,269	W	0,518	↑	S	1,808	23
Хорватия / Croatia	0,278	W	0,528	↑	S	3,492	7
Италия / Italy	0,002	W	-0,048	↓	W	1,842	21
Кипр / Cyprus	0,412	W	-0,642	↓	S	2,925	11
Латвия / Latvia	0,453	W	0,673	↑	S	2,633	13
Литва / Lithuania	0,005	W	0,072	↑	W	2,000	20
Люксембург / Luxembourg	0,060	W	-0,244	↓	W	5,933	1
Венгрия / Hungary	0,337	W	0,581	↑	S	3,608	5
Австрия / Austria	0,033	W	0,182	↑	W	1,842	22
Португалия / Portugal	0,437	W	-0,661	↓	S	1,758	24
Румыния / Romania	0,252	W	0,502	↑	S	2,775	12
Словения / Slovenia	0,720	A	-0,849	↓	T	2,992	10



Окончание табл. 4 / End of table 4

1	2	3	4	5	6	7	8
Словакия / Slovakia	0,147	W	0,384	↑	M	2,192	16
Швеция / Sweden	0,641	A	-0,801	↓	T	1,375	28
Великобритания / United Kingdom	0,941	G	-0,970	↓	VT	1,630	25
Исландия / Iceland	0,888	G	-0,942	↓	VT	1,292	29
Сербия / Serbia	0,929	G	0,964	↑	VT	4,542	3
Мальта / Malta	0,051	W	0,226	↑	W	2,283	15
Босния и Герцеговина / Bosnia and Herzegovina	0,961	G	0,980	↑	VT	5,675	2
Северная Македония / North Macedonia	0,931	G	-0,965	↓	VT	3,192	8

Примечания: 1) качество модели: А – приемлемое, G – хорошее, W – слабое; 2) ↑ – прямая связь, ↓ – обратная связь; 3) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая.

Notes: 1) model quality: A – acceptable, G – good, W – weak; 2) ↑ – direct relationship, ↓ – reverse relationship; 3) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak.

В 15 (50 %) из 30 стран удельный вес расходов на табачные изделия в динамике снижается. В Болгарии, Эстонии и Великобритании тоже уменьшается доля расходов на алкогольные напитки.

Также в 15 из 30 стран, включая Россию, удельный вес подобных расходов растет. Франция, Австрия и Мальта, кроме того, характеризуются ростом доли расходов на алкогольные напитки.

Десятку стран с наибольшей долей расходов на табачные изделия (2,992–5,933 %) составили Люксембург, Босния и Герцеговина, Сербия, Чехия, Венгрия, Болгария, Хорватия, Северная Македония, Греция, Словения; с наименьшей (1,156–1,842 %) – Италия, Австрия, Франция, Португалия, Великобритания, Дания, Финляндия, Швеция, Исландия, Россия.

Примечательно, что в России и Исландии при относительно низком уровне расходов на табачные изделия тенденции их изменения различаются. В РФ государство систематически значительно увеличивает акцизы на данные изделия, что приводит к росту цен и расходов потребителей. Исландия же одной из первых в мире реализует жесткие ограничения на продажу табачных изделий с одновременной поддержкой программ отказа от курения. При этом осуществляется мониторинг ситуации с использованием больших данных, что в комплексе в анализируемом периоде привело к сокращению потребительских расходов.

В Италии, Австрии, Португалии, Великобритании также наименьшая доля расходов на покупку алкогольных напитков.

В таблице 5 приведены данные о связи между долей расходов на табачные изделия в расходах на конечное потребление домашних хозяйств и ИЧР.

Таблица 5. Корреляционная связь между долей расходов на табачную продукцию и индексом человеческого развития (ИЧР) по странам (2010–2021 гг.)

Table 5. Correlation between the share of expenditure on tobacco products and the Human Development Index (HDI) by country (2010–2021)

Страна / Country	Рейтинг связи R_s / Communication rating R_s	Коэффициент корреляции r / Correlation coefficient r	Направление связи / Direction of relationship	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)
Россия / Russia	6	0,899	↑	T
Бельгия / Belgium	15	0,748	↑	A
Болгария / Bulgaria	11	–0,783	↓	A
Чешская республика / Czech Republic	16	–0,705	↓	A
Дания / Denmark	26	–0,310	↓	M
Эстония / Estonia	19	–0,540	↓	S
Ирландия / Ireland	10	–0,848	↓	T
Греция / Greece	20	–0,489	↓	M
Испания / Spain	3	–0,935	↓	VT
Франция / France	23	0,399	↑	M
Хорватия / Croatia	21	0,466	↑	M
Италия / Italy	29	–0,109	↓	W
Кипр / Cyprus	13	–0,764	↓	A
Латвия / Latvia	17	0,704	↑	A
Литва / Lithuania	30	0,018	↑	W
Люксембург / Luxembourg	25	–0,370	↓	M
Венгрия / Hungary	22	0,405	↑	M
Австрия / Austria	27	0,288	↑	W
Португалия / Portugal	12	–0,782	↓	A
Румыния / Romania	24	0,381	↑	M
Словения / Slovenia	4	–0,917	↓	VT
Словакия / Slovakia	18	0,639	↑	S
Финляндия / Finland	9	0,873	↑	T
Швеция / Sweden	14	–0,760	↓	A
Великобритания / United Kingdom	5	–0,906	↓	VT
Исландия / Iceland	2	–0,943	↓	VT
Сербия / Serbia	8	0,882	↑	T
Мальта / Malta	28	0,222	↑	W
Босния и Герцеговина / Bosnia and Herzegovina	1	0,972	↑	VT
Северная Македония / North Macedonia	7	–0,889	↓	T

Примечания: 1) ↑ – прямая связь, ↓ – обратная связь; 2) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая; 3) рейтинги приведены по модулю коэффициента корреляции $|r|$.

Notes: 1) ↑ – direct relationship, ↓ – reverse relationship; 2) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak; 3) rankings are based on the absolute value of the correlation coefficient $|r|$.



В 16 (53 %) из 30 стран отмечена отрицательная связь между расходами на табачные изделия и ИЧР. В том числе в восьми странах самая высокая доля расходов на покупку табачных изделий (в 1-й половине списка): Люксембурге (1-е место), Чехии (4-е), Болгарии (6-е), Северной Македонии (8-е), Греции (9-е), Словении (10-е), Кипре (11-е), Эстонии (14-е место); из них шесть имеют относительно низкий ИЧР (во 2-й половине списка).

Восемь стран составили группу с относительно низкой долей расходов на табачные изделия (во 2-й половине списка), из них шесть – с высоким ИЧР. На выбранном временном отрезке подобная динамика свидетельствует о том, что повышение индекса может сопровождаться снижением расходов на табачные изделия.

По 14 (47 %) странам обнаружена положительная связь между расходами на табачные изделия и ИЧР. Семь из них входят в группу с относительно низкой долей расходов на табачные изделия (во 2-й половине списка); в том числе четыре имеют относительно высокий ИЧР (в 1-й половине списка). Для оставшихся семи государств характерны высокие расходы на покупку табачных изделий (в 1-й половине списка) при относительно низком ИЧР (во 2-й половине списка).

Значимые наблюдаемые тренды (2010–2021 гг.) в расходах на наркотические средства. В таблице 6 представлены результаты анализа изменения доли расходов на наркотические средства в расходах на конечное потребление домашних хозяйств в выбранных странах.

Таблица 6. Анализ динамики доли расходов на наркотические вещества в расходах на конечное потребление домашних хозяйств (2010–2021 гг.)

Table 6. Analysis of the dynamics of the share of expenditure on narcotic substances in final consumption expenditure of households (2010–2021)

Страна / Country	Коэффициент детерминации R^2 / Coefficient of determination R^2	Качество модели / Model quality	Коэффициент корреляции r / Correlation coefficient r	Направление связи / Direction of relationship	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)	Средние расходы за период / Average expenses for the period	Рейтинг по средним расходам / Ranking by average expenses
1	2	3	4	5	6	7	8
Бельгия / Belgium	0,000	–	0,000	–	–	0,300	17
Болгария / Bulgaria	0,375	W	–0,612	↓	S	0,258	20
Чешская республика / Czech Republic	0,755	A	–0,869	↓	T	0,450	11
Эстония / Estonia	0,614	A	–0,783	↓	A	0,383	15
Ирландия / Ireland	0,856	G	–0,925	↓	VT	1,058	2
Греция / Greece	0,188	W	0,434	↑	M	0,842	5
Испания / Spain	0,103	W	0,321	↑	M	0,992	3
Франция / France	0,834	G	0,913	↑	VT	0,283	18

Окончание табл. 6 / End of table 6

1	2	3	4	5	6	7	8
Хорватия / Croatia	0,269	W	0,519	↑	S	0,408	14
Италия / Italy	0,588	A	0,767	↑	A	1,433	1
Кипр / Cyprus	0,085	W	-0,292	↓	W	0,517	9
Латвия / Latvia	0,504	A	-0,710	↓	A	0,308	16
Литва / Lithuania	0,231	W	-0,480	↓	M	0,108	24
Люксембург / Luxembourg	0,038	W	-0,194	↓	W	0,183	22
Венгрия / Hungary	0,165	W	-0,406	↓	M	0,842	6
Австрия / Austria	0,094	W	-0,307	↓	M	0,175	23
Португалия / Portugal	0,000	-	0,000	-	-	0,100	25
Румыния / Romania	0,233	W	-0,483	↓	M	0,250	21
Словения / Slovenia	0,709	A	-0,842	↓	T	0,567	7
Словакия / Slovakia	0,659	A	-0,812	↓	T	0,892	4
Финляндия / Finland	0,486	W	0,697	↑	S	0,267	19
Швеция / Sweden	0,000	-	0,000	-	-	0,100	26
Великобритания / United Kingdom	0,667	A	-0,817	↓	T	0,410	13
Исландия / Iceland	0,566	A	-0,753	↓	A	0,425	12
Сербия / Serbia	0,003	W	-0,051	↓	W	0,567	8
Северная Македония / North Macedonia	0,296	W	0,544	↑	S	0,458	10

Примечания: 1) качество модели: А – приемлемое, G – хорошее, W – слабое; 2) ↑ – прямая связь, ↓ – обратная связь; 3) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая.

Notes: 1) model quality: A – acceptable, G – good, W – weak; 2) ↑ – direct relationship, ↓ – reverse relationship; 3) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak.

В 16 (62 %) из 26 стран удельный вес расходов на наркотические средства в динамике снижается. В Болгарии, Эстонии и Великобритании также уменьшается доля расходов на алкогольные напитки и табачные изделия.

В семи (27 %) государствах удельный вес расходов на наркотические средства растет. Во Франции также увеличивается доля расходов на табачные изделия и алкогольные напитки.

В Бельгии, Португалии, Швеции расходы в динамике не изменились.

Наибольшая доля расходов на наркотические средства (0,517–1,433 %) зафиксирована в Италии, Ирландии, Испании, Словакии, Греции, Венгрии, Словении, Сербии, Кипре; наименьшая (0,100–0,267 %) – в Финляндии, Болгарии, Румынии,



Люксембурге, Австрии, Литве, Португалии, Швеции. В Австрии и Португалии, кроме того, самая низкая доля расходов на покупку алкоголя и табачных изделий.

В таблице 7 приведены сводные данные о связи между долей расходов на наркотические средства в расходах на конечное потребление домашних хозяйств и ИЧР.

Т а б л и ц а 7. Корреляционная связь между долей расходов на наркотические средства и индексом человеческого развития по странам (2010–2021 гг.)

Table 7. Correlation between the share of expenditure on narcotic drugs and the Human Development Index (HDI) by country (2010–2021)

Страна / Country	Рейтинг связи R_s / Communication rating R_s	Коэффициент корреляции r / Correlation coefficient r	Направление связи / Direction of relationship	Сила связи (по r) / Strength of relationship (by r)
Бельгия / Belgium	24	0,000	–	–
Болгария / Bulgaria	20	– 0,100	↓	W
Чешская республика / Czech Republic	4	– 0,812	↓	T
Эстония / Estonia	6	– 0,764	↓	A
Ирландия / Ireland	1	– 0,919	↓	VT
Греция / Greece	21	0,086	↑	W
Испания / Spain	18	0,131	↑	W
Франция / France	7	0,735	↑	A
Хорватия / Croatia	13	0,455	↑	M
Италия / Italy	12	0,512	↑	S
Кипр / Cyprus	23	– 0,005	↓	W
Латвия / Latvia	10	– 0,615	↓	S
Литва / Lithuania	17	– 0,272	↓	W
Люксембург / Luxembourg	15	– 0,360	↓	M
Венгрия / Hungary	14	– 0,421	↓	M
Австрия / Austria	19	– 0,115	↓	W
Португалия / Portugal	24	0,000	–	–
Румыния / Romania	16	– 0,334	↓	M
Словения / Slovenia	3	– 0,834	↓	T
Словакия / Slovakia	8	– 0,721	↓	A
Финляндия / Finland	11	0,605	↑	S
Швеция / Sweden	24	0,000	–	–
Великобритания / United Kingdom	2	– 0,840	↓	T
Исландия / Iceland	5	– 0,767	↓	A
Сербия / Serbia	22	– 0,028	↓	W
Северная Македония / North Macedonia	9	0,617	↑	S

Примечания: 1) ↑ – прямая связь, ↓ – обратная связь; 2) сила связи: VT – очень тесная, T – тесная, A – приемлемая, S – значительная, M – умеренная, W – слабая; 3) рейтинги приведены по модулю коэффициента корреляции $|r|$.

Notes: 1) ↑ – direct relationship, ↓ – reverse relationship; 2) strength of relationship: VT – very tight, T – tight, A – acceptable, S – significant, M – moderate, W – weak; 3) rankings are based on the absolute value of the correlation coefficient $|r|$.

Отрицательная связь между расходами на наркотические средства и ИЧР обнаружена в 16 (62 %) из 26 стран. Из них в 11 самая низкая доля расходов на подобную покупку: на Кипре (9-е место), в Чехии (11-е), Исландии (12-е), Великобритании (13-е), Эстонии (15-е), Латвии (16-е), Болгарии (20-е), Румынии (21-е), Люксембурге (22-е), Австрии (23-е), Литве (24-е место). При этом у семи государств ИЧР относительно низкий: Чехии (17-е место), Болгарии (31-е), Эстонии (19-е), Кипра (21-е), Латвии (26-е), Литвы (23-е), Румынии (30-е место).

Таким образом, из 16 стран, в которых с ростом ИЧР сокращается доля расходов на наркотические средства, 11 входят в группу с относительно низкой долей расходов на наркотические средства (во 2-й половине списка из 26 стран). При этом 7 из 11 государств входят в группу с относительно низким ИЧР.

В 7 из 26 стран выявлена положительная связь между расходами на наркотические средства и ИЧР. В четырех из них самая высокая доля расходов на подобную покупку (в 1-й половине списка из 26 стран): в Италии (1-е место), Испании (3-е), Греции (5-е), Северной Македонии (10-е место). Для этих же территорий характерен относительно низкий ИЧР (во 2-й половине списка): Греции (20-е место), Испании (15-е), Италии (16-е), Северной Македонии (33-е место).

Среди 7 (из 26) стран, в которых с ростом ИЧР увеличивается доля расходов на наркотические средства, четыре, во-первых, входят в группу с относительно высокой долей таких расходов (в 1-й половине списка), во-вторых, относятся к категории с относительно низким ИЧР (во 2-й половине списка).

Три страны (из 26), в которых отсутствует связь между расходами на наркотические средства и ИЧР, образуют группу с относительно низкой долей расходов на наркотические средства (во 2-й половине списка), и из них две – имеют относительно высокий ИЧР (в 1-й половине списка).

ОБСУЖДЕНИЕ

Обзор современных исследований показал, что в XXI веке объектная база анализа зависимостей расширилась: помимо алкогольной продукции активно изучаются табачные и никотинсодержащие изделия, наркотические средства, азартные игры, а также цифровые аддикции – зависимость от телефона, интернета и социальных сетей²⁰. При этом уровень потребления аддиктивных благ, как правило, измеряется в натуральных единицах, а работы, оперирующие денежными расходами домохозяйств на подобные товары, относительно редки.

В фокусе большинства публикаций находятся оценка ценовой эластичности спроса, влияние акцизов, доходов, образования и социального статуса на потребление, а конечной целью выступает обоснование мер государственной и общественной политики. Появляются исследования потребления аддиктивных товаров в новых институциональных условиях, например на легальных рынках наркотиков в отдельных странах (Люксембурге, Нидерландах и др.). Однако взаимосвязь потребительских расходов с комплексными показателями человеческого развития до сих пор изучена фрагментарно, что и определило направленность настоящей работы.

²⁰ Allcott H., Gentzkow M., Song L. Digital Addiction [Online]. Available at: <https://ssrn.com/abstract=3870938> (accessed 01.03.2025).



Проведенный анализ позволил выявить существенные межстрановые различия в моделях потребления, а также подтвердил неоднородность связи между ИЧР и расходами на видовые аддиктивные товары. Повышение цен на подобные товары приводит к снижению их потребления и расходов на их покупку, причем потребители с низким и средним доходом более чувствительны к изменению цен, чем состоятельные.

Полученные данные о структуре расходов в странах с разным уровнем ИЧР косвенно согласуются с приведенным тезисом: в группе с обратной зависимостью между тратами на алкоголь, табак или наркотики и человеческим развитием часто фигурируют государства с пока невысоким ИЧР.

В то же время рынкам цифровых аддиктивных товаров свойственны гораздо более сложные механизмы ценообразования, учитывающие степень наивности потребителей. В соответствии с этим меры регулирования должны быть более технологичными, включая, например, информирование наивных пользователей об ошибочных убеждениях.

Новые видовые аддиктивные товары, на которые государство еще не установило регулирующие меры, требуют превентивного подхода. Так, налоговая политика, синхронно повышающая цены на нагреваемые табачные изделия и традиционные сигареты, способна снизить потребление первых без роста востребованности вторых.

На рынке азартных игр, помимо финансовых факторов, важны цены ставок, доходы и наличие конкурирующих продуктов, а вмешательство на уровне платежных инструментов может повышать финансовую грамотность игроков, служить профилактической мерой.

На теневых рынках запрещенных аддиктивных товаров ограничение спроса эффективнее прямых запретов.

Перспективны исследования лечения наркозависимости по принципу «равный равному»²¹ с использованием социальных сетей.

Методологическое ограничение исследования связано с недостаточными достоверностью и надежностью статистических наблюдений. В ряде случаев отсутствуют сведения по расходам домашних хозяйств на наркотические средства (по России, Дании, Германии, Нидерландам, Польше, Норвегии, Мальте, Боснии и Герцеговине) и табачные изделия (по Германии, Нидерландам, Польше, Норвегии). Расходы домашних хозяйств на алкогольную продукцию, например в России, приводятся без учета теневого сектора и домашнего производства.

Тем не менее работа базируется на новейших регулярных данных и предложенная методология может использоваться для ежегодного мониторинга, что повысит обоснованность регуляторных решений в рассматриваемой сфере.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На фоне кризисных явлений в 2011, 2016, 2020 и 2021 гг. в экономиках всех европейских государств растет ИЧР. Зафиксированы тенденции к снижению потребления алкогольной продукции и табачных изделий в 15 странах, наркотических

²¹ Gunton A. Title: Social Media as the Fastest Growing Peer-To-Peer Addiction Recovery Program [Online]. Available at: <https://clck.ru/3TtX2T> (accessed 06.06.2025).

средств – в 16. Тренд на рост потребления алкогольной продукции обнаружен в 19 странах, табачных изделий – в 15, наркотических средств – в 7 странах.

В анализируемый период выявлены следующие закономерности:

– наиболее высокие траты на алкогольные изделия демонстрируют страны Балтии (Эстония, Латвия, Литва), Восточной (Польша, Чехия, Венгрия, Хорватия, Румыния, Сербия), а также Северной Европы (Исландия и Финляндия);

– сочетание высоких расходов на алкоголь и низкого ИЧР наблюдается в ряде стран с обратной зависимостью между тратами на алкоголь и ИЧР (в Эстонии, Литве, Польше, Венгрии, Румынии, Сербии, Словакии, Болгарии, Чехии);

– в странах с прямой зависимостью между тратами на алкоголь и ИЧР (Франции, Дании, Германии, Австрии, Нидерландах, Испании, Италии, Швеции, Норвегии, Люксембурге, Мальте) отмечены низкие расходы на алкоголь и высокий уровень индекса;

– среди стран с обратной связью между расходами на табачные изделия и ИЧР выделены две группы: шесть с относительно высокими тратами и низким ИЧР (Чехия, Болгария, Северная Македония, Греция, Кипр, Эстония) и восемь с низкими тратами и высоким ИЧР (Дания, Ирландия, Испания, Италия, Португалия, Швеция, Великобритания, Исландия);

– в странах с прямой зависимостью между расходами на табачные изделия и ИЧР преобладают государства с высокими тратами и относительно низким индексом (Босния и Герцеговина, Сербия, Венгрия, Хорватия, Румыния, Латвия, Мальта);

– страны с обратной связью между расходами на наркотические средства и ИЧР в основном представлены государствами с низкими тратами и низким ИЧР (Чехия, Болгария, Эстония, Кипр, Латвия и др.);

– в странах с прямой зависимостью между расходами на наркотики и ИЧР преобладают государства со сравнительно высокими тратами и низким индексом (Италия, Испания, Греция, Северная Македония);

– благоприятная ситуация наблюдается в Болгарии, Эстонии и Великобритании, где на фоне улучшения показателей человеческого развития сокращаются расходы на все виды аддитивных товаров, что свидетельствует об обратной взаимосвязи;

– неблагоприятная тенденция отмечена во Франции и Хорватии, где рост индекса сопровождается увеличением расходов на все виды аддитивных товаров, что указывает на прямую взаимосвязь.

Выявленные паттерны потребительского поведения в 34 странах подчеркивают необходимость учета подобной специфики при появлении новых заменителей и формировании межстрановых сопоставлений.

Результаты исследования применимы для методологического, аналитического, прогностического построения и сопровождения регуляторной политики в европейских государствах.

На современном этапе развитие системного подхода к статистическим наблюдениям на рынке аддитивных товаров позволит повысить полноту и оперативность информации, что впоследствии даст возможность работать над улучшением качества управленческих решений на таком специфическом рынке.



REFERENCES

1. Skokov R.Yu., Rogachev A.F. Human Development and Alcohol Consumption: State and Relationship in Russian Regions. *Russian Journal of Regional Studies*. 2022;30(2):342–358. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.15507/2413-1407.119.030.202202.342-358>
2. Piccoli L., Tiezzi S. Rational Addiction and Time-Consistency: An Empirical Test. *Journal of Health Economics*. 2021;(80):102546. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2021.102546>
3. Deiana C., Dragone D., Giua L. Addictive Consumption, Imperfect Substitutes and Self Control: A Model and an Application to Slot Machines. *Quaderni-Working Paper DSE*. 2024;1197:4. <https://doi.org/10.6092/unibo/amsacta/8037>
4. Burton R., Sharpe C., Bhuptani S., et al. The Relationship between the Price and Demand of Alcohol, Tobacco, Unhealthy Food, Sugar-Sweetened Beverages, and Gambling: An Umbrella Review of Systematic Reviews. *BMC Public Health*. 2024;(24):1286. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-18599-3>
5. Gligoric D., Kulovac D.P., Micic L., Pepic A. Price and Income Elasticity of Cigarette Demand in Bosnia and Herzegovina by Different Socioeconomic Groups. *Tobacco Control*. 2022;31(Suppl2):s101–s109. Available at: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/31/suppl_2/s101.abstract (accessed 01.03.2025).
6. Guindon G.E., Zhao K., Fatima T., et al. Prices, Taxes and Alcohol Use: A Systematic Umbrella Review. *Addiction*. 2022;117(12):3004–3023. <http://dx.doi.org/10.1111/add.15966>
7. Dauchy E., Shang C. The Price Elasticity of Heated Tobacco and Cigarette Demand: Empirical Evaluation Across Countries. *Health Economics*. 2024;33(12):2708–2722. <https://doi.org/10.1002/hec.4888>
8. Guindon G.E., Abbas U., Trivedi R., Garasia S., Johnson S., John R.M. Socioeconomic Differences in the Impact of Prices and Taxes on Tobacco Use in Low- and Middle-Income Countries – A Systematic Review. *PLOS Global Public Health*. 2023;3(9):e0002342. <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0002342>
9. Dalal A., Raju S. Decision-Making under Risk in the Market for Illegal Drugs: A Supply-Side Analysis. *Bulletin of Economic Research*. 2025;77:135–147. <https://doi.org/10.1111/boer.12475>
10. Dahm G., Roschel K., Marson C., et al. Consumer Expectations, Drug Effects, Price and Purity of Heroin and Cocaine Purchased at Drug Consumption Rooms. *Harm Reduction Journal*. 2023;20(1):106. <https://doi.org/10.1186/s12954-023-00837-3>
11. Moore S.C., Orpen B., Smith J., et al. Alcohol Affordability: Implications for Alcohol Price Policies. A Cross-Sectional Analysis in Middle and Older Adults from UK Biobank. *Journal of Public Health*. 2022;44(2):e192–e202. <http://dx.doi.org/10.1093/pubmed/fdab095>
12. Čiderová T., Ščasný M. Estimation of Alcohol Demand Elasticity: Consumption of Wine, Beer, and Spirits at Home and away from Home. *Journal of Wine Economics*. 2022;17(4):329–337. <http://dx.doi.org/10.1017/jwe.2022.42>
13. Ramezani C.A., Ahern J.J. How do Financial Market Outcomes Affect Gambling? *Journal of Risk and Financial Management*. 2023;16(6):294. <https://doi.org/10.3390/jrfm16060294>
14. Lakew N. Show Me the Money: Preliminary Lessons from an Implementation of Intervention Tools at the Payment Gateway Level. *Journal of Gambling Studies*. 2022;(38):297–317. <https://doi.org/10.1007/s10899-021-10023-4>
15. Cadahia P., Golpe A.A., Martín-Álvarez J.M., Asensio E. The Importance of Price, Income, and Affordability in the Demand for Cigarettes in Spain. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*. 2022;9(3):241–251. <https://doi.org/10.5152/ADDICTA.2022.22054>
16. Anderson K. Nudging Alcohol Moderation via Excise Tax Reform: The Case of Beer in Australia. *The Australian Economic Review*. 2025;58(3):211–221. <https://doi.org/10.1111/1467-8462.70006>
17. Clements K.W., Mariano M.J.M., Verikios G., Wong B. How Elastic is Alcohol Consumption? *Economic Analysis and Policy*. 2022;(76):568–581. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.09.003>
18. Selvanathan E.A., Jayasinghe M., Selvanathan S. Modelling the Alcohol Consumption Patterns of Australian Households. *Economic Analysis and Policy*. 2025;(85):754–767. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2024.12.038>

19. Nguyen C.V., Le T.T., Nguyen N.H. The Impact of Cigarette Prices on Smoking Participation and Tobacco Expenditure in Vietnam. *PLOS One*. 2021;16(12):e0260415. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0260415>
20. Nguyen A., Nguyen H.T. Income and Cigarette Price Responsiveness: Evidence from Vietnam. *Tobacco Control*. 2022;31(Suppl2):s152–s157. Available at: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/31/Suppl_2/s152.short (accessed 01.03.2025).
21. Wang X., Chen Q., Zhao Q., Zhu C. Alcohol Consumption and Income: Evidence from One-Sample and Two-Sample Mendelian Randomizations. *Economics Letters*. 2022;219:110788. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2022.110788>
22. Nguyen A., Nguyen H.T. Income and Cigarette Price Responsiveness: Evidence from Vietnam. *Tobacco Control*. 2022;31(Suppl2):s152–s157. Available at: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/31/Suppl_2/s152.short (accessed 01.03.2025).

Об авторе:

Скоков Роман Юрьевич, доктор экономических наук, доцент, ректор Волжского института экономики, педагогики и права (404111, Российская Федерация, г. Волжский, ул. Советская, д. 6), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1026-0538>, Scopus ID: 57216922992, SPIN-код: 3039-7957, rskokov@mail.ru

Доступность данных и материалов. Наборы данных, использованные и/или проанализированные в ходе текущего исследования, можно получить у автора по обоснованному запросу.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Поступила 10.05.2025; одобрена после рецензирования 02.10.2025; принята к публикации 15.10.2025.

About the author:

Roman Yu. Skokov, Dr.Sci. (Econ.), Associate Professor, Rector of the Volzhsky Institute of Economics, Pedagogy and Law (6 Sovetskaya St., Volzhsky 404111, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1026-0538>, Scopus ID: 57216922992, SPIN-code: 3039-7957, rskokov@mail.ru

Availability of data and materials. The datasets used and/or analyzed during the current study are available from the author on reasonable request.

The author has read and approved the final manuscript.

Submitted 10.05.2025; revised 02.10.2025; accepted 15.10.2025.