

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Я. М. Рощина, М. Б. Богданов

Что влияет на потребление алкоголя и табака: обзор экономических, социологических концепций и эмпирических результатов

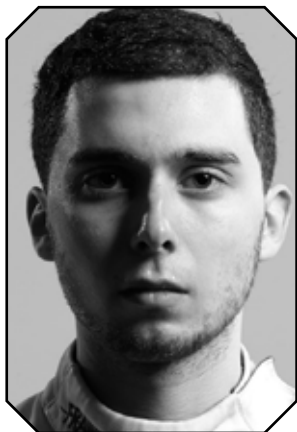


РОЩИНА Яна Михайловна — к. э. н., доцент департамента социологии, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований, ведущий научный сотрудник Центра лонгитюдных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: yroshchina@hse.ru

Со времени возникновения классических теоретических работ о сущности аддиктивных благ ежегодно публикуется огромное количество эмпирических исследований на данных разных стран, посвящённых выявлению детерминант склонности к потреблению алкоголя и табака. Из всех аддиктивных благ мы выбрали именно алкоголь и табак в силу их большой распространённости, легальности в подавляющем большинстве стран, возможности контролируемого потребления. Во многих странах и на мировом уровне разрабатываются меры, направленные на снижение потребления этих товаров или, по крайней мере, на «ответственное потребление» (это касается, скорее, алкоголя). Хотя в последние годы в России снижается доля пьющих и курящих, страна до сих пор находится среди лидеров по потреблению как алкоголя, так и табака. Кроме того, несмотря на то что за последнее десятилетие государством были приняты меры, направленные на снижение потребления алкоголя и табака, нет оснований полагать, что эта тенденция продиктована именно реализуемой политикой. Этот тренд также мог быть продиктован другими факторами, например распространением ценностей здорового образа жизни или эффектом когорты, поэтому, несмотря на наличие ряда работ, обзорающих детерминанты потребления алкоголя и табака, важно вернуться к систематизации эмпирических результатов факторов спроса на аддиктивные блага. Особенностью данного текста является также то, что мы рассматриваем факторы, влияющие на потребление как алкоголя, так и табака, хотя традиционно их изучают отдельно. Однако и табак, и алкоголь относятся к так называемым аддиктивным благам, поэтому экономические и социологические концепции, объясняющие приверженность им, одни и те же. В эмпирических исследованиях также используется сходный модельный аппарат. Сделанный обзор показал, что обнаруживаются сходные закономерности зависимости спроса на алкоголь и табак от социально-экономических детерминант. Факторы спроса на эти блага можно разделить на экономические, индивидуальные, социально-культурные и связанные с внешней средой (а также не рассматриваемые нами биологические факторы). На российских данных в основном подтверждаются теоретические предположения и результаты, полученные для других стран. Не-

¹ Работа осуществлена при поддержке Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в рамках проекта «Российская экономика после кризиса: пересматривая социальные основания рыночного обмена» (раздел «Динамика потребления алкогольной продукции в современной России»).



Богданов Михаил Богданович — студент магистерской программы «Прикладная статистика с методами сетевого анализа», Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Адрес: Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: bogdanovmikle@mail.ru

которой особенностью российских потребителей можно считать более слабое воздействие цен на спрос на эти блага.

Ключевые слова: аддиктивное поведение; потребление алкоголя и табака; спрос на аддиктивные блага; потребительский капитал; модель рациональной аддиктивности; факторы потребления алкоголя и табака.

Факторам потребления алкоголя и табака посвящено множество исследований. Этому в том числе поспособствовало продвижение в области экономической теории и разработки эконометрических моделей в конце 1990-х и начале 2000-х гг. Также появились обзоры основных подходов и эмпирических результатов [Chaloupka, Warner 2000; Pettigrew 2003; Nolen-Hoeksema 2004; Cawley, Ruhm 2011; Фенько, Левин 2008; Букин, Левин, Шилова 2016]. Хотя с конца 2000-х гг. в России, как и в ряде других европейских стран², наблюдается снижение потребления алкоголя и табака, страна до сих пор находится среди лидеров такого потребления. Хотя в последнее десятилетие был принят ряд государственных мер, направленных на уменьшение потребления алкоголя и табака, нет уверенности, что наблюдаемый тренд является результатом именно этой политики, а не других факторов, например — эффекта когорты или изменения ценностей в сторону переориентации на здоровый образ жизни. Несмотря на существование ряда обзоров, посвященных аддиктивному поведению, мы считаем важным вернуться к систематизации объяснений причин и детерминант спроса на эти блага.

Особенностью настоящего обзора является то, что мы рассматриваем факторы, влияющие на потребление как алкоголя, так и табака, хотя традиционно их рассматривают отдельно. Однако и табак, и алкоголь относятся к так называемым аддиктивным благам, поэтому экономические и социологические концепции, объясняющие приверженность им, одни и те же, а в эмпирических исследованиях используются аналогичные модели. Кроме того, как мы увидим ниже, в теории и эмпирических исследованиях обнаруживаются сходные закономерности зависимости спроса на алкоголь и табак от социально-экономических детерминант, а также взаимозависимость между потреблением этих благ. Мы также полагаем важным вписать эмпирические исследования последних лет на российских данных в мировой контекст. В обзоре не рассматриваются другие аддиктивные блага, такие как наркотики, поскольку их приобретение нелегально и, следовательно, на него влияют дополнительные факторы.

В данной статье сначала кратко характеризуются основные экономические и социологические концепции, объясняющие потребление аддиктивных благ; это необходимо для понимания того, что влияет на потребление с теоретической точки зрения. Однако мы делаем акцент не на экономических моделях аддиктивного поведения (они обстоятельно были представлены в публикации М. Левина и А. Фенько [Левин, Фенько 2008] и не на развитии подходов к его исследованию за последние 60 лет, рассмотренных, например, К. Букиным, М. Левиным и Н. Шиловой [Букин, Левин, Шилова 2016],

² См. подробнее: URL: <http://apps.who.int/gho/data/node.main.A1039?lang=en>

а на обзоре эмпирических исследований, систематизируя их по факторам, для которых было обнаружено влияние на потребление алкоголя и табака. При прочих равных условиях отдаётся предпочтение статьям, опубликованным в течение последних 25 лет, а также исследованиям с использованием российских данных.

Теоретические подходы к анализу факторов аддиктивного поведения

Имеет ли значение различие во вкусах?

Очевидно, что использование некоторых благ (табак, алкоголь, наркотики и т. д.) имеет эффект привыкания (*addiction*) и их потребление со временем увеличивается. Такие блага принято называть аддиктивными. Данный эффект часто объясняется изменением вкуса: чем больше человек слушает хорошую музыку, тем больше хочет ее слушать (привыкание к хорошей музыке). В случае потребления алкоголя, никотина, наркотиков, несомненно, эффект привыкания возникает в том числе из-за медицинской зависимости от данных веществ. Однако экономисты Г. Беккер и Дж. Стиглер объясняют такую склонность, не опираясь на аргумент об изменении вкуса: «Сущность нашего объяснения состоит в накоплении того, что можно назвать потребителем капиталом, и мы отличаем позитивную склонность, например, к хорошей музыке у Маршалла от вредной склонности, например, к героину» [Becker, Stigler 1977: 78].

Согласно теории Г. Беккера и Дж. Стиглера, потребитель является производителем блага, теневая цена которого равна издержкам на приобретение товара на рынке (например, алкоголя, сигарет, музыкальных дисков и т. д.), времени, потраченного на потребление (оцениваемого в заработной плате, которую можно было получить), а также специфического «потребительского капитала», привязанного к конкретному благу. Его величина зависит от уровня потребления блага в прошлом, а также от некоторых индивидуальных характеристик (например, от уровня образования). Дополнительный объём такого потребителем капитала увеличивает производительность потраченного времени. Тогда относительное потребление данного аддиктивного блага увеличивается в каждый следующий момент времени не потому, что вкусы смещаются в его пользу, но потому, что его теневая цена (предельные затраты на добавление единицы блага) снижается, поскольку умение и опыт получать удовольствие от данного товара возрастают вместе с длительностью потребления. Предельная полезность времени, израсходованного на потребление, растёт с увеличением количества потребителем капитала, даже если вкусы неизменны. Таким образом, аддиктивные блага — это такие блага, для которых существует прямая зависимость текущей предельной полезности от объёма прошлого потребления, и со временем их потребление индивидом возрастает, несмотря на их негативное воздействие на здоровье. Чаще всего исследователи фокусируются на тех привычках, которые имеют сильные отрицательные социальные последствия, то есть на потреблении алкоголя, табака и наркотиков.

Накопление потребителем капитала может зависеть от уровня образования и других видов человеческого капитала, и это позволяет объяснить, почему структура потребления варьируется в зависимости от уровня образования. Кроме того, это может означать различные последствия потребления алкоголя и табака для людей с разным уровнем образования, заработков и здоровья. Как утверждают Г. Беккер и Дж. Стиглер, привыкание увеличивает время, уделяемое потреблению в младших возрастах, или объём потребления, потому что это время можно рассматривать как инвестиции, которые увеличивают потребителем капитал [Becker, Stigler 1977]. Несмотря на то что теневая цена имеет тенденцию падать с возрастом, потребление алкоголя и табака необязательно увеличивается, поскольку рост потребителем капитала означает, что удовольствие могло вырасти, даже если объём потребления упал. В то же время снижение потребления, и тем более отказ от него, требуют от потребителя существенных издержек на отвыкание [Chaloupka, Isha 2000]. В этом случае, скорее всего, рост цен на

эти блага вследствие увеличения акцизов не приведет к отказу от потребления, хотя и может повлиять на уменьшение его объема.

Что такое «аддиктивное поведение» с экономической точки зрения?

Принято выделять три важнейших свойства аддиктивных благ. Укрепление означает, что предельная полезность текущего потребления возрастает с запасом потребительского капитала. Толерантность подразумевает снижение полезности с ростом запаса прошлого потребления для вредных привычек (и повышение — для полезных). Отказ предполагает положительную предельную полезность от текущего потребления [Chaloupka, Tauras, Grossman 2000; Cawley, Ruhm 2011]. Объяснение спроса на эти блага было дано в теории рациональной аддиктивности Г. Беккера и К. Мерфи [Becker, Murphy 1988; Becker, Grossman, Murphy 1994]. Главная особенность этой модели: прошлое потребление некоторых товаров влияет на их текущее потребление путем влияния на предельную полезность текущего и будущего потребления. Эта модель была также обобщена Ф. Куком и М. Муром [Cook, Moore 2000].

В более простом варианте модели спроса на алкоголь и табак потребитель «нерационален» или «близоруку» [Becker, Grossman, Murphy 1994], то есть потребление зависит только от прошлого, но не от будущего уровня потребления. Близорукость, или недалёковидность, в данном случае означает, что индивид не способен оценить влияние прошлого и настоящего потребления на будущий его уровень, а значит, и предвидеть последствия для здоровья. Такие варианты моделей спроса на аддиктивные блага были предложены еще в 1970-х гг. [Pollak 1970]. На основании эмпирических данных было подтверждено, что накопленный потребительский капитал положительно влияет на потребление аддиктивных благ [Houthakker, Taylor 1970]. Еще более упрощенная статическая модель исключает и прошлое, и будущее потребление. Но модель рациональной аддиктивности является обобщенным случаем «близорукой» и статической моделей.

Г. Беккер и К. Мерфи также показали, что степень близорукости потребителя зависит от его информированности (так, уровень потребления табака в США упал после публикации в 1964 г. доклада о вреде курения), а также от нормы дисконтирования (прямо влияющей на вероятность привыкания) [Becker, Murphy 1988]. Нужно учесть и ограниченность познавательных возможностей человека, а также то, что потреблять алкоголь и табак чаще всего люди начинают в юности, когда еще не могут полностью предвидеть последствий. В этом случае важными факторами могут оказаться знания, которые зависят от образования и окружающей среды и даже от психологических черт, таких как уверенность в своей способности избежать зависимости, склонность к риску и т. д. [Orphanides, Zervos 1995].

Теоретическая кривая спроса на алкоголь и табак имеет классический отрицательный наклон, то есть потребление падает с ростом цен. Более того, для аддиктивных благ эффект постоянного роста цен может быть сначала невелик, но со временем он увеличивается. На потребление в настоящем влияют также цены прошлого периода (через объем потребительского капитала) и будущего периода (через объем будущего потребления); так, ожидаемый рост цен снижает текущий спрос. Важным влияющим фактором является доход. Кроме того, при принятии решения о начале потребления аддиктивных благ (таких, как табак, алкоголь, азартные игры, наркотики) важными факторами могут быть негативные жизненные события, сопровождающиеся стрессом для человека (такие, как развод, потеря работы и др.) [Becker, Murphy 1988].

Однако включение в классическую модель дополнительных предположений о гиперболическом дисконтировании будущего и динамической несостоятельности потребителей позволило показать, что в этом случае выводы об оптимальной налоговой политике на цену сигарет отличаются от сделанных ра-

нее [Gruber, Koszelgi 2001]. В частности, будущее повышение цен будет снижать текущее потребление. Однако эмпирический анализ не позволяет отделить этот эффект от эффекта рациональной аддикции.

Как социологические теории объясняют потребление алкоголя и табака?

Существуют несколько социологических объяснений склонности людей к алкоголю и табаку, несмотря на губительные последствия для здоровья такого потребления. Во-первых, потребление аддиктивных благ может рассматриваться как одно из отклонений от норм поведения, когда индивид не соблюдает социальные нормы и правила, то есть воспроизводит девиантное (или отклоняющееся) поведение. Основоположник теории девиации Э. Дюркгейм полагал, что отнесение того или иного поведения к отклоняющемуся зависит от принятых в обществе норм, поэтому то, что будет считаться общепринятым в одной стране, может быть недопустимым в другой, или наоборот (например, разное отношение к потреблению алкоголя в мусульманских и христианских странах).

В концепции аддиктивного поведения как отклоняющегося принято считать, что потребление таких благ находится под влиянием какой-либо субкультуры и социальной среды. Теория социальных обручей [Hirschi 2002; 2014] утверждает, что человек является ненормативным по своему характеру, но его воздержание от отклонения от правил поведения складывается под влиянием таких факторов, как внушение и самоконтроль (например, под влиянием религиозности), поощрения и штрафа (включая исключение из сообщества) или участие в социально одобряемой деятельности (работа или учеба). Чем больше таких обручей, тем ниже вероятность отклоняющегося поведения; так, запрет на потребление алкоголя в исламе, очевидно, приводит почти к полному его отсутствию среди мусульман. Понятие дифференцируемой ассоциации [Sutherland, Willner 1998], напротив, предполагает, что отклонение от норм поведения может быть следствием обучения и складываться под влиянием субкультуры, поощряющей его. Так, хорошо известно, что в некоторых сообществах (например, в криминальных) курение и употребление алкоголя — общепринятые нормы, хотя эти привычки не являются таковыми в обществе в целом. В то же время возникают субкультуры, ориентированные, наоборот, на самоограничение потребления аддиктивных благ (а также и других «радостей жизни»), например, такие как Straight Edge (движение за отказ от употребления алкоголя, табака и наркотических веществ, возникшее в 1980-х гг. в США)³.

Несколько иначе рассматривает девиации теория маркировки [Becker 1997]. В этой концепции последователи поведения, которое не принято в данном обществе (например, употребления наркотиков, курения, чрезмерного потребления алкоголя и др.), попадают под какие-либо санкции или ограничения (от порицания до заключения в тюрьму или даже казни) и, таким образом, превращаются в аутсайдеров, то есть фактически формируют особую социальную группу. При этом нередко такая ситуация заставляет этих людей противостоять стигматизации своего статуса, объединяясь в формальные и неформальные союзы, движения, защищая свои права [Glaser 1974].

Еще один подход предполагает, что потребление алкоголя является способом изменения психологического состояния, побегом от проблем или попыткой расслабиться. Если потребление алкоголя — это реакция на неблагоприятные социальные факторы и на психологическое и эмоциональное здоровье человека, тогда личные ресурсы могли бы противодействовать ему. Как показали Р. Пирс и его коллеги, этими ресурсами являются уровень чувства собственного достоинства и самодоверия, а также социальные контакты и ожидаемая поддержка от сообщества [Peirce et al. 1994]. Д. Паркер и Дж. Бродди обнаружили следующие факторы, положительно влияющие на потребление алкоголя: эмоциональные трудности на работе; отсутствие социального взаимодействия на работе; низкий общественный контроль [Parker, Brody 1982].

³ См. подробнее: URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Straight_edge

Кроме отмеченных трёх подходов, есть ещё и четвёртый. Он состоит в том, что помимо аддиктивного эффекта, очевидно, существует также эффект «коллективного потребления», потому что люди чаще всего курят и пьют алкоголь не в одиночестве, по крайней мере, в момент инициации. Таким образом, начало использования аддиктивных благ может быть элементом социализации. В дальнейшем потребление алкоголя и табака также зависит от социальной среды. Она может влиять на потребление и косвенно, и непосредственно через более высокую доступность. Кроме воздействия на решение пить и курить, социальная среда воздействует не только на решение пить и курить, но может влиять и на предпочтения потребителей в выборе напитков и табачных изделий.

Пятый подход объясняет распространение таких обычаев, как курение, распитие алкогольных напитков и т. д., на основе теории «диффузия инноваций», постулирующей, что новая незнакомая практика первоначально укореняется среди высокостатусных социальных групп, которые наиболее открыты к инновациям и обладают ресурсами для их адаптации, а затем постепенно распространяется на другие слои населения [Rampel 2005]. Похожее объяснение было дано Г. Зиммелем в рамках теории просачивания [Зиммель 1996], идея которой состоит в том, что высшие статусные группы начинают воспроизводить отличающие их от других групп практики, которые на этом этапе могут считаться роскошью, однако в дальнейшем, через механизм подражания, эти практики «просачиваются» до более низких социальных слоев, в то же время переставая быть престижными. Так, Ф. Бродель показал, что после изобретения процесса перегонки алкоголя крепкие напитки какое-то время считались лекарственными, затем потреблялись преимущественно богатыми людьми, пока не стали массовыми [Бродель 2006].

В то же время алкоголь и табак могут представлять собой и блага, при помощи которых человек находит свою идентичность [Douglas 2003]. Прежде всего это происходит в случаях, связанных с культурными и социальными особенностями общества, что объясняет разнообразие алкогольных практик в мире и различия придаваемых этому процессу смыслов и значений [Wilson 2005]. Однако через потребление алкоголя и табака люди выражают не только свою этничность, но и процесс взросления или гендерную принадлежность [Gutmann 2006].

Какие факторы влияют на объём потребления алкоголя и табака?

Как мы уже видели, согласно экономической теории, на потребление аддиктивных товаров должно влиять прошлое (в случае близорукой аддиктивности) и будущее (в случае рациональной аддиктивности) потребление, цены на эти продукты (а значит, имплицитно учитывается и влияние акцизов) и цены на медицинские услуги, а также доходы потребителей. Кроме того, практически все данные подтверждают наличие различий в потреблении по возрасту, образованию и полу.

Международный центр по алкогольной политике (International Center for Alcohol Policies — ICAP)⁴ разделял детерминанты потребления алкоголя на четыре группы: генетическая предрасположенность; индивидуальные характеристики; социальные и экономические факторы; факторы внешней среды [ICAP 2009]. Мы полагаем, что эту классификацию в целом допустимо распространить и на потребление табака, имея в виду, что влияние цен и прошлого потребления (не упомянутых в данной классификации) можно отнести к экономическим факторам. Учитывая, что многие эмпирические исследования подтверждают генетическую предрасположенность и влияние наследственности на склонность к потреблению алкоголя и табака (см., например: [Li 2003; Edenberg, Foroud 2006; Dick et al. 2007]), мы не будем подробнее останавливаться на этом аспекте, так как он связан с медико-биологическими, а не социально-экономическими исследованиями.

⁴ Преобразован в Международный союз ответственного потребления алкоголя (International Alliance for Responsible Drinking — IARD); см. подробнее: URL: <http://www.iard.org/>

Экономические факторы

К внешним экономическим факторам прежде всего относятся цены на аддитивные блага. В теории кривая спроса на алкоголь и табак имеет отрицательный наклон, то есть потребление снижается с ростом цены. Подтверждение этому факту было найдено во многих исследованиях, в том числе в рассмотренных далее. Потребление алкоголя в целом зависит от цены на все типы напитков, а спрос на конкретные алкогольные напитки должен снижаться с ростом цены данного напитка, но может расти, если увеличивается цена на другие напитки. Например, при увеличении цен на пиво и вино и неизменности цен на водку может расти потребление водки и падать потребление пива и вина. Тем не менее различия в эластичности спроса по цене для разных алкогольных напитков иногда весьма велики. Как правило, наименьшая эластичность потребления по цене у слабоалкогольных напитков (пиво), а наибольшая — у крепких (водка, виски и т. д.). Согласно некоторым исследованиям, проведенным в Австралии, Канаде, Новой Зеландии, Норвегии, Соединенном Королевстве, Финляндии и Швеции, оценки эластичности по цене составили $(-0,35)$ для пива, $(-0,68)$ для вина и $(-0,98)$ для крепкого алкоголя [Clements, Yang, Zheng 1997]. Оценка регрессионных моделей показала, что зависимость спроса от цены отличается по двум группам напитков — высокого и низкого качества [Gruenewald et al. 2006]. Самый важный обнаруженный факт заключается в том, что увеличение цен на высококачественный алкоголь вызывает рост спроса на алкоголь низкого качества, именно поэтому легальный алкоголь может быть заменен дешевым самогоном. Исследование К. Дорэна и Е. Диджиусто также показывает, что рост акцизов более вероятно приводит к изменению структуры потребления алкоголя, чем к снижению потребления чистого алкоголя [Doran, DiGiusto 2011].

Эмпирически было показано, что рост цен на крепкие алкогольные напитки влияет на снижение потребления даже среди людей, склонных к чрезмерному потреблению алкоголя, а следовательно, влияет и на падение смертности [Cook, Tauchen 1982]. Ю. Андриенко и А. Немцов на российских данных за 1994–2003 гг. нашли ожидаемое влияние цен на потребление различных алкогольных напитков, включая оценки перекрестной эластичности. Спрос на самогон значимо положительно зависит от цен на сахар и водку и отрицательно — от цен на пиво, вино и табак. Эти результаты были получены только в статических моделях [Andrienko, Nemtsov 2005]. Среди популярных мер антиалкогольной политики — введение так называемой минимальной цены. Эмпирические исследования в разных странах показывают, что, действительно, повышение минимальной цены на алкоголь приводит к снижению его потребления [Arnoult, Tiffin 2010; Stockwell et al. 2012; Колосницына, Хоркина, Доржиев 2015].

Г. Беккер, М. Гроссман и К. Мерфи анализировали спрос на табак на агрегированных данных для отдельных штатов США за 1955–1985 гг. [Becker, Grossman, Murphy 1994]. В разных вариантах оцененной модели спрос отрицательно зависел и от текущих, и от будущих цен, что соответствует модели рациональной аддиктивности. Однако краткосрочный и долгосрочный эффекты различались: в первом случае 10% снижения цен вызывает рост потребления на 4%, а во втором случае — на 7,5%. Ф. Чалупка одним из первых апробировал модель рациональной аддиктивности на индивидуальных данных второй волны Национального обследования здоровья и питания в США (Second National Health and Nutrition Examination Survey for the United States) о курении [Chaloupka 1990; 1991; 1999; Chaloupka, Pacula 1999; Chaloupka et al. 2002]. Оценки эластичности спроса по цене в долгосрочном периоде находились в диапазоне от $(-0,27)$ до $(-0,48)$, что больше, чем результаты, полученные из обычных уравнений спроса на тех же данных [Chaloupka 1991].

Х. Лабеага на данных по домохозяйствам Испании за 1977–1983 гг. оценил модель рациональной аддиктивности с двойным препятствием (*double-hurdle rational addiction model*) спроса на табак [Labeaga 1999]. Его результаты показали невысокую эластичность спроса на табак по цене в краткосрочной и долгосрочной перспективе, что автор трактует как следствие привычки к курению. Так,

постоянное снижение цены на 10% ведет к сокращению потребления всего на 1,8%. Кроме того, он обнаружил различия в эластичности спроса по цене для разных групп домохозяйств в зависимости от их доходов, занятости главы семьи, образования и возраста членов домохозяйства. Наибольшая эластичность была найдена для бедных домохозяйств, людей старшего возраста и менее образованных; именно для этих категорий можно ожидать наибольшее снижение потребления при росте цен.

С теоретической точки зрения на чувствительность спроса к цене влияют межвременные предпочтения, то есть реакция на изменение цены будет выше у молодежи, людей с низкими доходами и образованием [Букин, Левин, Шилова 2016]. Действительно, многие исследования показали различия в эластичности спроса на табак и алкоголь по цене среди разных социально-экономических групп. Так, Е. Льюит и Д. Коут на опросных данных национального исследования здоровья населения в США выявили, что чувствительность потребления к цене различается среди мужчин и женщин, а также среди разных возрастных групп [Lewit, Coate 1982]. Их результаты показали, что цена имеет наибольшее влияние на курение в младших возрастных группах, а также сильнее воздействует на решение о начале курения, чем о его объеме. Кроме того, женщины оказались нечувствительны к изменениям цен, в отличие от мужчин. Сходные результаты были получены и другими исследователями (см., например: [Lewit, Coate, Grossman 1981; Mullahy 1985; Chaloupka 1990; Chaloupka, Grossman 1996]). В то же время прямо противоположные выводы были сделаны в исследовании на основе британских данных обследования домохозяйств (British General Household Surveys). Оказалось, что к изменениям цены более чувствительны женщины, люди старшего возраста и более низкого социоэкономического статуса [Townsend, Roderick, Cooper 1994]. Исследование Дж. Вассермана и его коллег показало отсутствие влияния цен на курение среди молодежи [Wasserman et al. 1991]. Одним из объяснений большей чувствительности молодежи к цене может быть меньший объем потребительского капитала курения; на молодых людей также большее влияние оказывает поведение друзей [Lewit, Coate, Grossman 1981]. Кроме того, более высокая чувствительность молодежи к цене может объясняться большей долей дохода, которую они тратят на сигареты, а также высокой нормой дисконтирования, то есть ориентированностью на настоящее, а не на будущее [Grossman, Chaloupka 1997]. Исследование Дж. Маллахи показало более высокую чувствительность к цене курильщиков с невысоким капиталом привыкания, то есть с меньшим стажем курения [Mullahy 1985]. Некоторые исследования обнаруживали, что люди с более низким уровнем образования более чувствительны к изменению цен [Chaloupka 1991; Labeaga 1999].

Исследование С. Арженовского, проведенное на российских данных за 1994–2001 гг., выявило, что цены влияют на спрос на табак по-разному в зависимости от ценового сегмента этого товара [Арженовский 2006]. Оказалось, что повышение стоимости дешёвых сигарет приводит к увеличению вероятности курения среди некурящих. Автор связывает это с повсеместно падающим уровнем жизни в России в те годы, что выражалось в повышении цен не только на сигареты, но и на другие товары повседневного спроса и, как следствие, могло приводить к развитию стресса и появлению вредных привычек. С дорогими сигаретами наблюдалась обратная зависимость: еще большее повышение цен на и без того дорогие сигареты снижало вероятность курения у некурящего. Л. Засимова и О. Лукиных на российских данных за 1994–2006 гг. обнаружили, что реальные цены на табак не влияют на потребление, а так называемые субъективные цены (то есть цены, нормированные по среднедушевому доходу каждого индивида) оказывают статистически значимое отрицательное влияние на количество потребляемых сигарет для мужчин, причем как настоящего, так и прошлого и будущего периодов [Засимова, Лукиных 2009]. Это означает, что потребители готовы снизить объем курения только в том случае, если рост реальных цен на табак обгоняет рост их доходов.

Обобщение большого числа исследований спроса как на табак [Chaloupka et al. 2002], так и на алкоголь [Chaloupka, Grossman, Saffer 2002] позволило Чалупке и его коллегам сделать вывод о подтверждении теоретического вывода о негативном влиянии роста цен на спрос на аддиктивные блага. Так,

в большинстве исследований на данных США оценки эластичности спроса на табак по цене показали, что при росте цен на сигареты на 10% количество потребляемых сигарет уменьшается на 2,5–5% [Chaloupka, Grossman, Saffer 2002: i64].

Примечательно, что многие исследования показывают взаимосвязь потребления алкоголя и табака [Dawson 2000; Демьянова 2005; Falk, Yi, Hiller-Sturmhöfel 2006; Aristei, Pieroni 2010]. Однако эти продукты могут выступать и как комплементы, и как заменители: так, в Германии снижение потребления табака было связано с небольшим уменьшением потребления алкоголя [Tauchmann et al. 2013]. В исследовании Дж. Ю на данных по Китаю показано, что хотя алкоголь и табак до некоторой степени являются заменителями друг друга, однако перекрёстное влияние цен не симметрично; так, спрос на оба аддиктивных блага чувствителен к ценам на алкоголь, но не зависит от цен на сигареты [Yu 2003]. Исследование на данных США показало аналогичный результат для цен на алкоголь, однако влияние цен на табак оказалось прямым для сигарет и обратным для алкоголя [Decker, Schwartz 2000]. Исследование на данных национальной статистики Италии за 1960–2002 гг. показало, что алкоголь и табак являются взаимодополняемыми товарами, так как перекрестные эластичности по цене для обоих благ были негативными [Pierani, Tiezzi 2009]. Более того, авторы отмечают, что эластичность потребления табака по цене на алкоголь больше по модулю, чем потребление алкоголя по цене на табак. Из этого делается вывод, что увеличение налогов на алкоголь также снизит и потребление табака.

Целый ряд публикаций был посвящён тестированию близорукой модели и модели рациональной аддиктивности. В исследовании Маллахи на индивидуальных данных по США использовалась близорукая модель с инструментальными переменными для учета ненаблюдаемой индивидуальной гетерогенности, которая отражает объём прошлого потребления [Mullahy 1985]. Было обнаружено значимое влияние капитала привычки к курению как на решение об участии, так и на объём спроса, что подтвердило наличие привычки к курению. Для агрегированных данных положительное влияние прошлого и будущего потребления было обнаружено в работе Беккера, Гроссмана и Мерфи, что подтверждает гипотезу рациональной аддиктивности, а не близорукости потребления [Becker, Grossman, Murphy 1994]. Многочисленные исследования Чалупки на индивидуальных данных о курении в США показали значимое влияние как прошлого, так и будущего потребления [Chaloupka 1990; 1991; 1992; 1999]. Он также обнаружил, что более близорукими относительно курения являются мужчины и молодёжь [Chaloupka 1990; 1991]. Оценка модели рациональной аддиктивности с двойным препятствием, проведенная Х. Лабеегой на данных по Испании, тоже позволила подтвердить позитивную роль капитала привычки в спросе домохозяйств на табак, то есть была выявлена зависимость потребления в настоящем от прошлого потребления [Labeaga 1999]. Исследование Андриенко и Немцова для российских данных показало значимое позитивное влияние прошлого и будущего потребления алкоголя на спрос на этанол в текущем периоде [Andrienko, Nemtsov 2005]. В то же время Б. Балтажи и И. Гейшекер делают вывод о том, что в России потребление алкоголя женщинами не имеет аддиктивного характера [Baltagi, Geishecker 2006]. В работе Л. Засимовой и О. Лукиных было обнаружено, что увеличение стажа курения на один год увеличивает количество выкуриваемых сигарет на 1% и среди мужчин, и среди женщин, а уменьшение возраста начала курения на год приводит к росту спроса на 1,3% среди женщин и на 1,5% среди мужчин [Засимова, Лукиных 2009]. Авторы интерпретируют эти результаты как подтверждение аддиктивности табака, то есть формирования им привычки.

Алкоголь и табак являются нормальными товарами, поэтому объём их потребления должен увеличиваться с ростом доходов. Положительная зависимость спроса на табак от доходов была обнаружена в целом ряде публикаций (см.: [Lewit, Coate 1982; Becker, Grossman, Murphy 1994; Labeaga 1999; Chahine, Subramanian, Levy 2011]). В некоторых исследованиях для США была найдена положительная линейная зависимость между доходом и объёмом потребляемого алкоголя [Baltagi, Griffin 1995]; в других обнаружена квадратичная зависимость [Dawson et al. 1995]. Однако в исследовании Т. Дункана и его

коллег было выявлено, что потребление алкоголя выше в бедных семьях [Duncan, Duncan, Hops 1998]. Андриенко и Немцов также показали нелинейную форму связи между доходами и потреблением алкоголя в России в 1994–2003 гг.: бедные и богатые пьют больше, чем люди со средним доходом [Andrienko, Nemtsov 2005]. Эти исследователи также обнаружили, что дневная доза потребления самогона отрицательно зависит от дохода, несмотря на то что для других типов напитков зависимость обратная. Сходные результаты получены З. Котельниковой и В. Радаевым [Котельникова 2015; Радаев 2016]. Еще один важный фактор — существенный рост расходов на алкогольные напитки при увеличении дохода. Таким образом, более богатые люди предпочитают увеличивать не объём потребления алкоголя, но его качество, покупая более дорогие и качественные напитки [Paulin 2003]. Однако влияние дохода на потребление алкоголя оказалось различным для разных групп населения; в частности, оно незначимо для молодёжи и подростков [Hanson, Chen 2007]. Некоторые интересные результаты для России были найдены Т. Коссовой и ее коллегами: на региональном уровне средний объём потребления водки и пива зависит от душевого дохода, от доли мужчин среди населения и от уровня безработицы [Kossova, Kossova and Sukhodoev 2012].

Индивидуальные факторы

Статистические данные по всем странам показывают, что доля курящих и пьющих среди мужчин больше, чем среди женщин; у мужчин также выше объём потребления табака и алкоголя [Gruber, Koszelgi 2001; Nolen-Hoeksema 2004; WHO 2014: 38]. Как правило, это объясняется прежде всего нормами, принятыми в обществе: долгое время эти практики считались признаками мужественности и были нехарактерны для женщин [Nolen-Hoeksema 2004]. Большая склонность мужчин к потреблению алкоголя и табака объясняет включение переменной «гендерная принадлежность» практически во все регрессионные модели, а также позитивное значимое влияние мужского пола как на решение о курении или потреблении алкоголя, так и на спрос на эти блага. В то же время сила влияния гендера может отличаться для разных алкогольных напитков, а в России для спроса на вино было найдено позитивное влияние женского пола [Andrienko, Nemtsov 2005; Roshchina 2013]. Мужчины раньше начинают пить и курить [McBride, Farrington, Midford 2000], а также чаще прибегают к чрезмерному или запойному потреблению алкоголя [Epstein et al. 2004; Paul et al. 2011], а также к потреблению самогона [Радаев 2016]. Обнаружена и большая склонность мужчин к курению [Lewit, Coate 1982; Chaloupka 1990; 1991; Демьянова 2005; Арженовский 2006; Chahine, Subramanian, Levy 2011].

Поскольку, очевидно, инициализация потребления алкоголя и табака чаще всего происходит в юношеском возрасте (хотя может случиться и позже), доля потребителей сначала растёт с возрастом. Однако в дальнейшем часть людей отказывается от курения и алкоголя как вследствие осознания вредных последствий, так и по состоянию здоровья. Большинство исследований обнаруживают квадратичный характер зависимости вероятности потребления от возраста. Аддиктивный характер благ также предполагает, что объём потребления с возрастом увеличивается вместе с ростом капитала привычки, и это подтверждают эмпирические данные. Однако чаще всего в дальнейшем спрос снижается; прежде всего, под влиянием ухудшающегося здоровья, осознания последствий и уменьшения нормы дисконтирования [Andrienko, Nemtsov 2005; Kerr et al. 2009; Roshchina 2013; Kraus et al. 2015]. Обратная U-образная зависимость вероятности курения от возраста была установлена на данных по США за 2006–2007 гг. с максимумом в 25–34 года [Chahine, Subramanian, Levy 2011]. Зависимость спроса на табак от возраста в исследовании Е. Льюита и Д. Коэта оказалась отрицательной [Lewit, Coate 1982], а в работе Арженовского на данных по России за 1994–2001 гг. — квадратичной, с максимумом в 29 лет [Арженовский 2006]. Помимо возраста, в большинстве исследований, ориентированных на разделение эффекта возраста, периода и когорты, обнаруживаются также различия в потреблении людей, рожденных в разные периоды времени [Kerr et al. 2009; Meng et al. 2014; Kraus et al. 2015]. Как правило, это объясняется различиями в потребительской социализации в детском и юношеском возрасте, которые

различаются у людей из разных когорт. На российских данных Е. Яковлев показал, что более молодые поколения пьют больше пива и меньше водки, чем старшие, в связи с тем, что инициализация потребления у них происходила на основе разных напитков [Yakovlev 2012].

Ф. Пампель, тестируя теорию диффузии инновации, предположил, что социальные детерминанты потребления табака не постоянны, а зависят от социального контекста и периода [Pampel 2005]. Его гипотеза заключалась в том, что «социальные детерминанты курения будут изменяться между когортами так, что изначально положительные отношения между компонентами социально-экономического статуса и курением в ранних когортах становятся отрицательными в более поздних когортах» [Pampel 2005: 117]. Для большинства курящих инициация курения происходит в подростковом возрасте, поэтому установки и поведение возрастной когорты по отношению к табаку во время подросткового периода во многом определяют будущие паттерны потребления сигарет [Pampel 2005: 121]. Таким образом, этап социальной диффузии курения, существовавший в обществе во время подросткового возраста определённых когорт, может детерминировать все их будущие практики потребления сигарет.

Для измерения социальной диффузии, а следовательно, и социального контекста, Ф. Пампель посчитал пропорциональное изменение потребления сигарет на душу населения в конкретный год за предыдущие 10 лет. Каждой когорте был приписан показатель за тот год, когда всем её членам исполнилось 18 лет. Оценивалась двухуровневая мультиномиальная логистическая регрессионная модель, где в качестве зависимой переменной использовались три категории респондентов: (1) те, кто курит или курил регулярно; (2) те, кто курил, но бросил и (3) те, кто никогда не курил. В качестве независимых переменных на индивидуальном уровне выступали образование индивида, образование и доходы родителей, место жительства в подростковом возрасте, пол и раса; на контекстуальном уровне, то есть на уровне когорт, учитывался показатель социальной диффузии курения на момент 18-летия каждой когорты. Результаты данной модели действительно показали, что влияние образования индивида, образования отца, дохода родителей, места жительства и пола на потребление сигарет отличается от когорты к когорте и стадии диффузии курения. В старших когортах и на ранних стадиях диффузии курения показатели социально-экономического статуса в подростковом возрасте увеличивают потребление сигарет, но в младших когортах и на поздних стадиях диффузии этот статус уменьшает потребление сигарет [Pampel 2005: 137].

Как правило, в большинстве эмпирических работ о спросе на алкоголь и табак в качестве детерминанты рассматривается также образование. Многие исследования подтверждают, что уровень образования человека влияет на потребление алкоголя и табака отрицательно, так как они могут считать использование аддиктивных благ негативными инвестициями в здоровье [Lewit, Coate 1982]. М. Гроссман показал, что люди с более высоким уровнем образования делают более эффективные инвестиции в медицинский капитал, поэтому менее склонны к потреблению аддиктивных благ [Grossman 1972]. Придерживаясь другого подхода, Ф. Фаррелл и В. Фьюкс показали, что нет никакого непосредственного воздействия образовательного уровня на потребление алкоголя и сигарет, но то и другое подвержено фактору межвременного предпочтения [Farrell, Fuchs 1982]. Это объяснение следует из теории рациональной аддиктивности. Люди с университетским дипломом, которые расположены инвестировать в человеческий капитал, характеризуются низким уровнем дисконтирования, что объясняет, почему они думают о будущем и не выбирают текущее удовольствие, которое впоследствии принесет вред. По этой причине они с меньшей вероятностью станут зависимыми от аддиктивных благ.

Наконец, Д. Кенкель предложил такое объяснение: уровень образования отрицательно влияет на потребление алкоголя и табака из-за большего осознания образованными людьми их негативных последствий [Kenkel 1991]. Однако эта гипотеза не нашла эмпирического подтверждения. Действительно, было показано, что осознание негативных последствий курения отрицательно влияет на потребление

сигарет, но роль этого механизма намного слабее в случае потребления алкоголя. Кроме того, эмпирические результаты подтвердили, что отсутствие знаний о медицинских последствиях не является единственной причиной аддиктивного поведения. Таким образом, Кенкель приходит к заключению, что взаимосвязь образовательного уровня и здорового образа жизни опосредуется, скорее, личными особенностями индивидов.

Исследования показали влияние индивидуальной нормы дисконтирования на склонность к курению: эмпирическая оценка этой нормы оказалась в полтора раза выше среди курильщиков (на выборке занятого населения) [Scharff, Viscusi 2011]. Отчасти эти различия могут быть объяснены уровнем образования, хотя даже при одинаковом образовании разница между ними сохраняется. Но этот результат не позволяет понять, чем она вызвана: экзогенными различиями в межвременных предпочтениях, эндогенной дифференциацией, гиперболическим дисконтированием или динамической несостоятельностью. Однако другие результаты ставят под сомнение соображение, что высокая норма дисконтирования будущего является главной причиной начала курения у рациональных индивидов, когда они молоды [Grignon 2009]. Эмпирические оценки показали, что люди, более ориентированные на настоящее, не сильнее склонны к началу курения, чем остальные, и на это решение существенно влияет цена табака. На российских данных также было обнаружено, что более высокая индивидуальная ставка межвременных предпочтений положительно влияет на вероятность ведения нездорового образа жизни [Коссова, Коссова, Шепунцова 2014] и потребление алкоголя [Kossova, Kossova, Shepuncova 2017].

Различия в потреблении алкоголя отдельными группами населения России (имеются в виду возраст, пол, место жительства, уровень дохода, образование) были выявлены на данных «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения»⁵ за 1994–2002 гг. В. Тапилиной [Тапилина 2006] и за 2006–2008 гг. И. Денисовой [Денисова 2010]. Эти исследователи нашли, что пол, образовательный уровень и возраст влияют на потребление больше, чем доход. Обзор литературы, выполненный Д. Хенкелем, показал, что люди, не имеющие работы, более склонны к потреблению алкоголя, табака, а также других аддиктивных средств [Henkel 2011]. Причем при отсутствии работы возрастает как вероятность потребления, так и его объём. Безработные также чаще привержены к особенно опасным типам потребления алкоголя, таким как запой или чрезмерное потребление.

Включение этнической принадлежности также чаще всего оказывает значимый эффект на аддиктивное поведение. Так, исследование индивидуальных данных США показало, что среди различных расовых и (или) этнических групп у белых, не выходцев из Латинской Америки, были самые высокие показатели курения, а у латиноамериканцев — самые низкие [Chahine, Subramanian, Levy 2011]. Теми же авторами был проверен и эффект взаимодействия между полом и расой. Он оказался для мужчин статистически значим и имел положительный наклон для всех категорий, но был наибольшим для латиноамериканцев. Это показывает, что, хотя мужчины курят больше женщин во всех этнических группах, величина этого превалирования отличается от группы к группе и является наибольшей для латиноамериканцев. Е. Льюит и Д. Коэт также обнаружили более низкий спрос на сигареты среди темнокожих [Lewit, Coate 1982]. На данных для США было показано, что небелые мужчины более склонны к решению о потреблении алкоголя, чем белые и женщины, однако в количественном отношении объём их спроса не отличается [Wang et al. 1996]. Вывод о склонности к потреблению алкоголя и о том, что его паттерны существенно отличаются в зависимости от расы и этнической группы, был сделан для США [Caetano, Clark, Tam 1998] и Великобритании [Hurcombe, Bayley, Goodman 2010]; при этом отмечалось, что в Великобритании миноритарные группы пьют реже и меньше, чем коренные белые британцы.

⁵ Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ) НИУ ВШЭ, или *Russia Longitudinal Monitoring Survey — Higher School of Economics (RLMS—HSE)*.

Различия в мотивах могут сказываться на модели и объёме потребления алкоголя. Так, принято выделять четыре типа мотивов: (1) социальные (праздники и взаимодействие); (2) улучшение настроения; (3) подчинение (в компании и т. д.); (4) совладание (с проблемами, стрессом и т. д.) [Agrawal et al. 2008]. При этом оказывается, что склонность к чрезмерному и запойному потреблению связана, скорее, именно с четвёртым из них [Kuntsche et al. 2007]. Среди молодёжи социальный мотив связан с умеренным потреблением, а желание улучшить настроение — с чрезмерным [Kuntsche et al. 2005].

На потребление аддиктивных благ влияют и психологические характеристики: в частности, склонность к риску повышает вероятность курения и злоупотребления алкоголем [Anderson, Mellor 2008; Dave, Saffer 2008; Krosnick et al. 2017]. Чрезмерное потребление алкоголя негативно влияет на психику и ментальное здоровье, однако было выяснено, что, в свою очередь, молодые люди, имеющие такие психологические проблемы, как депрессия, недостаточный самоконтроль и поиск острых ощущений, раньше начинают пить и курить, а также склонны к более частому и интенсивному потреблению аддиктивных благ [Forthun et al. 1999; Baer 2002]. Социальное беспокойство также является фактором чрезмерного употребления алкоголя среди молодёжи [Burke, Stephens 1999]. Черты характера могут способствовать как снижению уровня потребления аддиктивных благ с возрастом, так и его росту. Лонгитюдное исследование студентов с высоким уровнем потребления алкоголя показало, что менее открытые к экспериментам индивиды через пять-семь лет стали пить реже, а экстраверты — чаще [Gotham, Sher, Wood 1997].

Социальные и культурные факторы

Потребление табака и алкоголя, подобно другим товарам, вписано в социальный контекст. На него могут оказывать влияние традиции и обычаи на уровне как целой страны, так и региона или поселения, а также принадлежность к социальному слою, поведение референтных групп и членов семьи. Хорошо известно, что ислам запрещает потребление алкоголя, и статистические данные подтверждают, что в странах с преобладающим мусульманским населением потребление алкоголя крайне низко. При сравнении разных стран религиозные нормы и воспитание чаще всего упоминаются как причины отказа от употребления алкоголя [Bernards et al. 2009]. Культурные различия также выражаются в разнице моделей потребления, случаев, по поводу которых принято пить, практик и ритуалов потребления [Heath 2000]. Как правило, исследования показывают, что более религиозные люди пьют и курят меньше, хотя для молодёжи этот вывод подтверждается не всегда [Engs, Mullen 1999; Forthun et al. 1999; Amonini, Donovan 2006]. Были также найдены различия в склонности к потреблению алкоголя студентами в зависимости от конфессии и культуры; так, в США католики и протестанты пили больше, чем в Канаде [Engs et al. 1990]. Исследователи делают вывод о том, что религиозные нормы имеют большее влияние в сплоченных религиозных группах, в то время как культурные нормы больше влияют среди менее связанных групп.

Кроме того, обычаи страны воздействуют и на выбор индивидом напитков и частоту их потребления [Heath 1995]. Хорошо известно, что для Северной Европы и США характерен так называемый северный тип потребления алкоголя, выражающийся в нечастом потреблении крепкого алкоголя типа водки в большом объёме, а для Южной Европы — южный тип, ориентированный на регулярное потребление вина в небольших количествах. Выделяют также пивной тип (Германия, Чехия) [Pорова et al. 2007]. В странах, ориентированных на северный тип потребления, в качестве замены промышленному крепкому алкоголю нередко используется самогон, а в регионах с южным типом — домашнее вино. Кустарный или домашний алкоголь весьма распространен во многих странах Азии, Африки и Латинской Америки. Международный центр по алкогольной политике (ICAP) выделял как минимум две причины употребления некоммерческого алкоголя: (1) высококачественные кустарные напитки могут быть важной частью местной культуры; (2) низкие цены на эти напитки. «Такие продукты не облагаются нало-

гом, их производители могут использовать недорогие компоненты и методы производства, эти товары имеют тенденцию быть более дешевыми, чем коммерческие напитки» [ICAP 2010].

Как уже отмечалось, аддиктивные товары часто являются благами коллективного потребления, способствующими социализации и коммуникации. Неудивительно, что ближайшее окружение человека (семья, друзья, соседи, коллеги), как правило, существенно влияет на его привычки. Ф. Кук и М. Мур полагают, что можно говорить о своего рода социальном мультипликаторе, так как влияние окружения может усиливать эффект воздействия цены, доходов и других переменных [Cook, Moore 2000]. Потребительские практики семьи и друзей способны воздействовать на выбор напитков и паттернов использования алкоголя. Лабеага показал, что спрос на табак растет вместе с размером домохозяйства, то есть наличие курильщиков в доме стимулирует курение другими членами семьи [Labeaga 1999]. Однако в исследованиях было также обнаружено, что люди, живущие отдельно или только с одним человеком, курят с большей вероятностью, чем люди, живущие в домохозяйстве из трех или более человек [Chahine, Subramanian, Levy 2011]. С. Арженовский тоже обнаружил, что при увеличении размера домохозяйства на одного человека риск начала курения уменьшается на 9%, хотя он не зависит от семейного статуса [Арженовский 2006].

В обзоре С. Нолен-Хоэксема приведены многочисленные примеры того, что между паттернами потребления алкоголя мужем и женой существует тесная взаимосвязь, но нельзя однозначно сказать, чье влияние сильнее [Nolen-Hoeksema 2004]. В исследовании Л. Засимовой и О. Лукиных было обнаружено, что женатые мужчины курят больше [Засимова, Лукиных 2009]. А. Демьянова показала, что если у респондента муж или жена курит, то вероятность его или ее собственного курения возрастает в 2,5 раза; объемы курения супругов также взаимозависимы [Демьянова 2005]. Аналогичные результаты были получены и для потребления алкоголя. В исследовании А. Демьяновой в качестве детерминант спроса на алкоголь и табак были использованы переменные, так или иначе измеряющие различные социальные установки (оптимизм, самооценка, восприятие гендерных ролей), а также религиозность, однако значимого влияния выявлено не было. Автор объясняет это прежде всего трудностями операционализации и измерения подобных концептов [Демьянова 2005].

Для подростков и молодёжи, особенно для мальчиков, обнаруживается сильное влияние родителей и друзей (так называемый *peer-effect*, или эффект окружения). Так, в США было обнаружено, что образ жизни, негативно влияющий на здоровье (курение, чрезмерное потребление алкоголя), передается от родителей детям, особенно это касается отцов и сыновей [Wickrama et al. 1999]. Однако исследование Дж. Ю, также проведенное на данных США, показало, что влияние на потребление алкоголя подростками имеет не сам факт, пьют отец и мать алкоголь или нет, а то, сколько времени дети проводят с пьющими родителями (положительное влияние), или наличие запрета (негативное влияние) [Yu 2003]. Регрессионный анализ на данных по шести европейским странам показал, что 38% вариации курения среди подростков объясняется потреблением табака их друзьями; почти такое же сильное влияние оказывает курение родителей [Vries et al. 2003]. Вышеупомянутый эффект окружения на потребление алкоголя, табака и марихуаны был найден среди подростков в Великобритании [McVicar, Polanski 2013] и студентов в США [Ding 2014]. Однако было также показано, что если на инициацию потребления алкоголя подростками большее влияние оказывает окружение, то на его паттерны — генетические факторы [Rose, Dick 2004]. Положительный эффект взаимодействия окружения и генетических факторов был обнаружен для подростков в США [Guo et al. 2009].

Однако на опросных данных по 15 странам было также выявлено влияние друзей на потребление алкоголя и среди взрослого населения [Astudillo et al. 2013]. Исследователи отмечают, что наибольшее воздействие как на увеличение объёмов потребления, так и на его уменьшение оказывают друзья того же пола, что и сам индивид. Кроме того, меньший эффект влияние друзей имеет в странах с высоким уровнем потребления алкоголя, а также в странах с высоким уровнем гендерного равенства.

В некоторых работах было выявлено влияние места жительства. Обзор М. Диксона и К. Чартье многочисленных исследований в США показал, что среди горожан выше доля тех, кто употребляет алкоголь. Однако распространённость запойного пьянства и расстройств, связанных с употреблением алкоголя, не зависит от места жительства [Dixon, Chartier 2016]. Исследования А. Демьяновой и Я. Рощиной для России показали более высокую вероятность потребления алкоголя в городах [Демьянова 2005; Roshchina 2013]. К. Смит и Р. Хахнем на основе структурных уравнений построили четыре модели, объясняющие подобный феномен [Smith, Hanham 1985]; это модели «обвиняющей жертвы», «социальных возможностей», «культуральной интеграции» и «распределения потребления». На основе оценки этих моделей на данных по штату Оклахома авторы делают вывод о том, что влияние уровня урбанизации на потребление алкоголя неоднозначно и может быть опосредовано, например, более высокой его доступностью или воздействием окружения.

Подобные различия были найдены также для потребления табака. На данных для шести европейских стран было показано, что вероятность курения растёт вместе с уровнем урбанизации [Idris et al. 2007]. В то же время для Таиланда такая зависимость неочевидна [Lim et al. 2009]. На российских данных С. Арженовский обнаружил, что горожане на 30% более склонны к началу курения, чем жители сельской местности. Эффект этого фактора выше для женщин [Арженовский 2006]. Автор исследования связывает это с тем, что «общественное мнение в сельской местности ещё остаётся влиятельным фактором и препятствует распространению курения, поскольку считается, что курящие, особенно женщины, нарушают социальные нормы» [Арженовский 2006]. Однако регрессионные модели, построенные Засимовой и Лукиных, показали, что спрос на сигареты выше как в мегаполисах (Москва и Санкт-Петербург), так и в селе, по сравнению с другими населёнными пунктами [Засимова, Лукиных 2009].

Место жительства может влиять также на потребительские практики, в частности на выбор напитков. На российских данных В. Радаев показал, что более склонны к потреблению самогона сельские жители и северяне, а домашнего вина — горожане и жители южных регионов [Радаев 2016]. Автор объясняет это как климатическими различиями (произрастание винограда и фруктов на юге и привычка «греться» крепким алкоголем на севере), так и разницей в доходах (люди беднее в деревне) и культуре потребления (приверженность сельских жителей к домашним продуктам).

Факторы внешней среды

Обзор многочисленных публикаций, сделанный Д. Хенкелем, подтвердил положительное влияние на потребление алкоголя и табака неблагоприятных экономических условий, прежде всего экономического спада и роста безработицы [Henkel 2011]. К такому же выводу пришли Б. Андерсон и М. Мого [Anderson, Mogo 2008]. Влияние экономического кризиса на спрос на алкоголь было рассмотрено в обзоре коллектива исследователей, которые показали, что это влияние может быть двояким [Goeij et al. 2015]. С одной стороны, кризис часто вызывает рост потребления алкоголя, прежде всего из-за необходимости совладать с психологическим стрессом, ухудшением социального статуса, а также в связи с увеличением свободного времени из-за сокращения занятости. Отмечается, что аддиктивные блага как способ справиться с депрессией более характерен для мужчин. С другой стороны, падение доходов в кризисный период может иметь обратный эффект, как и возрастание ответственности среди занятого населения.

Снижение потребления табака среди занятого населения в период экономического спада было зафиксировано для США в 1987–2000 гг. [Ruhm 2005]. Однако те же данные за 2005–2011 гг. показали отсутствие связи между рецессией и потреблением алкоголя [Tekin, McClellan, Minyard 2013]. В Исландии, испытавшей сильнейший экономический спад в 2008 г., а затем восстановление к 2012 г., наблюдалось снижение курения и чрезмерного потребления алкоголя в период кризиса, которое продолжилось и в

более благоприятное время [Ásgeirsdóttir et al. 2015]. В ряде других исследований было выявлено, что стрессовая ситуация повышает вероятность употребления или даже чрезмерного употребления алкоголя, прежде всего среди мужчин [Dawson, Grant, Ruan 2005; Ayer et al. 2011].

Считается, что реклама может оказывать существенное воздействие на потребление алкоголя и табака, используя несколько механизмов [Cook, Moore 2000]. Молодёжь и подростки могут под ее влиянием начать пить и курить (эффект новизны, ориентация на референтную группу и т. д.), а затем потребление поддерживается на основе привыкания. Реклама уменьшает желание индивида прекратить потребление алкоголя и табака в настоящем и способна стимулировать возобновление потребления у тех, кто когда-то прежде пил и курил. Наконец, ее влияние способно выражаться и в росте объёма потребления. Кроме того, влияние рекламы бывает косвенным — через сокращение публикаций о вреде алкоголя и табака или через воздействие на социальную среду, где аддиктивное поведение является социально одобряемым.

В целом реклама влияет, скорее, на распределение доли рынка между производителями, чем на уровень потребления алкоголя в обществе. При этом, по некоторым оценкам, запрет рекламы алкогольной продукции снижает смертность от цирроза печени и количество автокатастроф на несколько процентов. И наоборот: скорее всего, в существенный рост спроса на пиво в России в 1990-х гг. свой вклад внесла агрессивная реклама, прежде всего на телевидении. За постепенным введением запрета на рекламу алкогольных напитков и табака в 1995–2012 гг. последовало снижение потребления пива, а также алкоголя в целом. Однако влияние рекламы остаётся окончательно неподтверждённым; так, на данных нескольких европейских стран Дж. Калфи и К. Шерага показали, что реклама не оказывает существенного воздействия на продажи алкоголя [Calfee, Scheraga 1994], в то время как, согласно Г. Сафферу, запрет на рекламу снижает потребление на 11–16% [Saffer 1991]. Что касается курения, то, как свидетельствует обзор, сделанный Ф. Чалупкой и К. Уорнером, нельзя сделать однозначного вывода о влиянии рекламы на спрос на табак [Chaloupka, Warner 2000]. Тем не менее на данных США было показано, что более высокий уровень рекламы, более низкие цены на сигареты и их доступность влияют на потребление табака молодёжью [Slater et al. 2007]. Причём реклама влияет на долю начинающих курить, низкие цены — на вероятность курения, а доступность — на переход от экспериментирования к регулярному потреблению.

Как правило, среди мер антиалкогольной и антитабачной политики называют ограничение доступности этих благ [WHO 2010; 2012]. Это может касаться как пространственного принципа (малое количество точек продаж, их удалённость от места жительства), так и фактора времени (ограничения по времени продажи) или других действий (например, продажа по талонам и т. д.). Однако эффект именно ограничений, вводимых государством, проявляется с течением времени. Если говорить об индивидуальных различиях, то влияние на спрос на алкоголь разницы в количестве точек продаж в радиусе полукилометра от места жительства индивида было найдено очень слабым, и оно становилось незначимым при учёте индивидуального фиксированного эффекта [Picone et al. 2010]. В обзоре Ф. Айюки и Р. Барнетт показано, что сделать однозначный вывод о влиянии плотности сети алкогольных магазинов на индивидуальное потребление нельзя: в одних случаях оно было обнаружено, в других — нет или проявлялось для отдельных социальных групп либо типов потребления (например, запой) [Ayuka, Barnett 2015]. В то же время данные показывают, что политика ограничения доступности алкоголя и табака (при покупке или в условиях потребления) приводит к сокращению спроса. Как отмечают Чалупка и Уорнер, большинство эконометрических исследований в разных странах показали, что ограничения на курение приводят к сокращению как распространённости потребления табака среди населения, так и дневного объёма выкуриваемого среди курильщиков [Chaloupka, Warner 2000]. В СССР наблюдалось существенное падение потребления алкоголя во второй половине 1980-х гг. после введения жёстких мер (закрытие магазинов, запрет распития на улице и др.), что, в свою очередь, сказалось

на снижении смертности [Shkolnikov, Nemtsov 1997; Nemtsov 2000]. Уменьшение спроса на алкоголь, а затем и на табак в России с конца 2000-х гг., по некоторым оценкам, во многом было связано с ограничениями на время продажи алкоголя и с запретом курения в общественных местах [Kolosnitsyna, Sitdikov, Khorikina 2014; Скоробогатов 2016].

Заключение

Корпус теоретических и эмпирических исследований показывает, что потребление алкоголя и табака, хотя и имеет свою отличительную специфику, может анализироваться в едином контекстуальном и методологическом аспекте. Сделанный обзор позволяет сделать вывод, что факторы спроса на эти блага имеет смысл разделить на экономические, индивидуальные, социально-культурные и связанные с внешней средой (мы не рассматриваем здесь безусловно существующие биологические факторы). В эмпирических исследованиях часто обнаруживаются одни и те же детерминанты спроса на алкоголь и табак, что легко объяснимо с точки зрения экономической теории в части воздействия потребительского капитала, цен и доходов.

Однако и такие традиционно социальные факторы, как пол, возраст, группы влияния, этничность, религия, показывают сходное влияние. Во многих исследованиях обнаруживается также высокая корреляция между потреблением алкоголя и табака. Мы полагаем, что изучение литературы, посвящённой спросу на оба этих аддиктивных блага, помогает лучше понять и объяснить наблюдаемые эффекты и учитывать возможные детерминанты в будущих эмпирических исследованиях.

Сделанный обзор, включающий российские исследования потребления алкоголя и табака в течение последних 15 лет, позволил увидеть, что на российских данных в основном подтверждаются теоретические предположения и результаты, полученные для других стран. Некоторой особенностью российских потребителей можно считать более слабое воздействие цен на спрос на эти блага.

В свете заметного снижения спроса на алкоголь и табак в России в последние 8–10 лет, особенно среди молодёжи, важным остаётся вопрос, является ли оно следствием прежде всего активной антиалкогольной и антитабачной политики государства, выражающейся в первую очередь в повышении цен и введении ограничительных мер, или связано с другими факторами. Среди них могут быть изменение структуры ценностей в сторону здорового образа жизни, сложная экономическая ситуация в стране, замещение одних аддиктивных благ другими (наркотиками, например, или компьютерными играми либо общением в социальных сетях) и т. д. Для разделения эффекта этих факторов, очевидно, требуются новые эмпирические исследования, учитывающие, в частности, эффект когорты, ценности различных поколений, сопоставляющие объём потребления с досуговыми предпочтениями.

Литература

- Арженовский С. В. 2006. Социально-экономические детерминанты курения в России. *Квантиль*. 1: 81–100. URL: <http://quantile.ru/01/01-SA2.pdf>
- Бродель Ф. 2006. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв.: В 3 т. Т. 1: *Структуры повседневности*. М.: Весь мир.
- Букин К., Левин М., Шилова Н. 2016. Выбор аддиктивного поведения: соблазны, риски и самоконтроль. *Вопросы экономики*. 12: 104–128.
- Демьянова А. А. 2005. Факторы и типы потребления алкоголя и табака в России. *Экономическая социология*. 6 (1): 78–94. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204957/ecsoc_t6_n1.pdf

- Денисова И. 2010. *Потребление алкоголя в России: влияние на здоровье и смертность*. Центр экономических и финансовых исследований и разработок при Российской экономической школе. Серия «Аналитические отчёты и разработки». No. 31. Март. URL: www.cefir.ru/download.php?id=2437.
- Засимова Л. С., Лукиных О. А. 2009. Оценка индивидуального спроса на табачную продукцию в России. *Экономический журнал ВШЭ*. 4: 549–574.
- Зиммель Г. 1996. *Избранное*. М.: Юрист.
- Колосницына М., Хоркина Н., Доржиев Х. 2015. Влияние ценовых мер государственной антиалкогольной политики на потребление спиртных напитков в России. *Экономическая политика*. 10 (5): 171–190.
- Коссова Т., Коссова Е., Шепунцова М. 2014. Здоровый образ жизни и индивидуальные межвременные предпочтения жителей России. *Экономическая политика*. 9 (5): 172–190.
- Котельникова З. В. 2015. Взаимосвязь практик потребления алкоголя с социальной структурой современной России. *Социологические исследования*. 4: 105–112.
- Радаев В. В. 2016. Не самогоном единым: структура и факторы потребления домашнего алкоголя в современной России. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 19 (4): 121–141.
- Скоробогатов А. 2016. Влияние политики ограничения ночной продажи крепкого алкоголя на потребление и злоупотребление алкоголем в России. *Журнал институциональных исследований*. 8 (3): 72–90.
- Тапилина В. С. 2006. Сколько пьёт Россия? Объём, динамика и дифференциация потребления алкоголя. *Социологические исследования*. 2: 85–94.
- Фенько А., Левин М. 2008. Экономические модели аддиктивного поведения. *Финансы и бизнес*. 4: 1–23.
- Agrawal A. et al. 2008. Drinking Expectancies and Motives: a Genetic Study of Young Adult Women. *Addiction*. 103 (2): 194–204.
- Amonini C., Donovan R. J. 2006. The Relationship between Youth's Moral and Legal Perceptions of Alcohol, Tobacco and Marijuana and Use of These Substances. *Health Education Research*. 21 (2): 276–286.
- Anderson B., Moro M. 2008. *Depression Economics and Alcohol Consumption*. Dublin, Ireland: University College Dublin.
- Anderson L. R., Mellor J. M. 2008. Predicting Health Behaviors with an Experimental Measure of Risk Preference. *Journal of Health Economics*. 27 (5): 1260–1274.
- Andrienko Y., Nemtsov A. 2005. Estimation of Individual Demand for Alcohol. Economics Education and Research Consortium. *Working Paper Series*. No. 05/10. URL: <http://pdc.ceu.hu/archive/00003805/>
- Aristei D., Pieroni L. 2010. Habits, Complementarities and Heterogeneity in Alcohol and Tobacco Demand: A Multivariate Dynamic Model. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 72 (4): 428–457.

- Arnoult M. H., Tiffin R. 2010. *Minimum Pricing of Alcohol and its Impact on Consumption in the UK*. Agricultural Economics Society. 84th Annual Conference, March 29–31, 2010. Edinburgh, Scotland. URL: <https://econpapers.repec.org/paper/agsaesc10/91810.htm>
- Ásgeirsdóttir T. L. et al. 2015. *Lifecycle Effects of a Recession on Health Behaviors: Boom, Bust, and Recovery in Iceland*. Cambridge, MA; Oxford, UK: National Bureau of Economic Research.
- Astudillo M. et al. 2013. Influence from Friends to Drink More or Drink Less: A Cross-National Comparison. *Addictive Behaviors*. 38 (11): 2675–2682.
- Ayer L. A. et al. 2011. Drinking and Stress: An Examination of Sex and Stressor Differences Using IVR-Based Daily Data. *Drug and Alcohol Dependence*. 115 (3): 205–212.
- Ayuka F., Barnett R. 2015. Place Effects on Alcohol Consumption: A Literature Review. *Addiction Research & Therapy*. 6 (1): 1–12.
- Baer J. S. 2002. Student Factors: Understanding Individual Variation in College Drinking. *Journal of Studies on Alcohol, Supplement*. s14: 40–53.
- Baltagi B. H., Geishecker I. 2006. Rational Alcohol Addiction: Evidence from the Russian Longitudinal Monitoring Survey. *Health Economics*. 15 (9): 893–914.
- Baltagi B. H., Griffin J. M. 1995. A Dynamic Demand Model for Liquor: The Case for Pooling. *The Review of Economics and Statistics*. 77(3): 545–554.
- Becker G. S., Grossman M., Murphy K. M. 1994. An Empirical Analysis of Cigarette Addiction. *The American Economic Review*. 84 (3): 396–418.
- Becker G. S., Murphy K. M. 1988. A Theory of Rational Addiction. *Journal of Political Economy*. 96 (4): 675–700.
- Becker G. S., Stigler G. J. 1977. De Gustibus Non Est Disputandum. *The American Economic Review*. 67 (2): 76–90.
- Becker H. S. 1997. *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*. New York: Free Press.
- Bernards S. et al. 2009. “I have no Interest in Drinking”: A Cross-National Comparison of Reasons Why Men and Women Abstain from Alcohol Use. *Addiction*. 104 (10): 1658–1668.
- Burke R. S., Stephens R. S. 1999. Social Anxiety and Drinking in College Students: A Social Cognitive Theory Analysis. *Clinical Psychology Review*. 19 (5): 513–530.
- Caetano R., Clark C. L., Tam T. 1998. Alcohol Consumption among Racial/Ethnic Minorities: Theory and Research. *Alcohol Health and Research World*. 22 (4): 233–241.
- Calfee J. E., Scheraga C. 1994. The Influence of Advertising on Alcohol Consumption: A Literature Review and an Econometric Analysis of Four European Nations. *International Journal of Advertising*. 13 (4): 287–310.

- Cawley J., Ruhm C. 2011. *The Economics of Risky Health Behaviors*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Chahine T., Subramanian S. V., Levy J. I. 2011. Sociodemographic and Geographic Variability in Smoking in the U.S.: A Multilevel Analysis of the 2006–2007 Current Population Survey, Tobacco Use Supplement. *Social Science & Medicine*. 73 (5): 752–758.
- Chaloupka F. J. 1990. *Men, Women, and Addiction: The Case of Cigarette Smoking*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Chaloupka F. 1991. Rational Addictive Behavior and Cigarette Smoking. *Journal of Political Economy*. 99 (4): 722–742.
- Chaloupka F. 1999. Macro-Social Influences: The Effects of Prices and Tobacco-Control Policies on the Demand for Tobacco Products. *Nicotine & Tobacco Research*. 1 (1): 77–81.
- Chaloupka F., Jha P. (eds). 2000. *Tobacco Control in Developing Countries*. Oxford: Oxford University Press.
- Chaloupka F., Tauras J. A., Grossman M. 2000. The Economics of Addiction. In: Chaloupka F., Jha P. (eds). *Tobacco Control in Developing Countries*. Oxford: Oxford University Press; 107–130.
- Chaloupka F. J. et al. 2002. Tax, Price and Cigarette Smoking: Evidence from the Tobacco Documents and Implications for Tobacco Company Marketing Strategies. *Tobacco Control*. 11(suppl 1): i62–i72.
- Chaloupka F. J., Grossman M. 1996. *Price, Tobacco Control Policies and Youth Smoking*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Chaloupka F. J., Grossman M., Saffer H. 2002. The Effects of Price on Alcohol Consumption and Alcohol-Related Problems. *Alcohol Research and Health*. 26 (1): 22–34.
- Chaloupka F. J., Pacula R. 1999. The Impact of Price on Youth Tobacco Use. In: Burns D.M. (ed). *Changing Adolescent Smoking Prevalence: Where It Is and Why*. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services; Public Health Service; National Institutes of Health; National Cancer Institute; 193–200.
- Chaloupka F. J., Warner K. E. 2000. The Economics of Smoking. In: Pauly M., McGuire T., Barros T. (eds). *Handbook of Health Economics*. Ch. 29. North Holland: Elsevier; 1539–1627.
- Clements K. W., Yang W., Zheng S. W. 1997. Is Utility Additive? The Case of Alcohol. *Applied Economics*. 29 (9): 1163–1167.
- Cook P. J., Moore M. J. 2000. Alcohol. In: Pauly M., McGuire T., Barros T; (eds). *Handbook of Health Economics*. Ch. 30. North Holland: Elsevier; 1629–1673.
- Cook P. J., Tauchen G. 1982. The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking. *The Bell Journal of Economics*. 13 (2): 379–390.
- Dave D., Saffer H. 2008. Alcohol Demand and Risk Preference. *Journal of Economic Psychology*. 29 (6): 810–831.

- Dawson D. A. 2000. Drinking as a Risk Factor for Sustained Smoking. *Drug and Alcohol Dependence*. 59 (3): 235–249.
- Dawson D. A. et al. 1995. Subgroup Variation in U.S. Drinking Patterns: Results of the 1992 National Longitudinal Alcohol Epidemiologic Study. *Journal of Substance Abuse*. 7 (3): 331–344.
- Dawson D. A., Grant B. F., Ruan W. J. 2005. The Association Between Stress and Drinking: Modifying Effects of Gender and Vulnerability. *Alcohol and Alcoholism*. 40 (5): 453–460.
- Decker S. L., Schwartz A. E. 2000. *Cigarettes and Alcohol: Substitutes or Complements?* Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Dick D. M. et al. 2007. Alcohol Dependence with Comorbid Drug Dependence: Genetic and Phenotypic Associations Suggest a More Severe Form of the Disorder with Stronger Genetic Contribution to Risk. *Addiction*. 102 (7): 1131–1139.
- Ding L. 2014. *Drinking in Context: The Influence of Peer Pressure on Drinking Among Chinese College Students*. Lincoln, NE: University of Nebraska-Lincoln. URL: <http://digitalcommons.unl.edu/cehsdiss/224/>
- Dixon M. A., Chartier K. G. 2016. Alcohol Use Patterns Among Urban and Rural Residents. *Alcohol Research: Current Reviews*. 8 (1): 69–77.
- Doran C. M., Digiusto E. 2011. Using Taxes to Curb Drinking: A Report Card on the Australian Government's Alcopops Tax. *Drug and Alcohol Review*. 30 (6): 677–680.
- Douglas M. 2003. A Distinctive Anthropological Perspective. In: Douglas M. *Collective Works*, 12 vols. Vol. 10. Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology. New York: Routledge; 3–15..
- Duncan T. E., Duncan S. C., Hops H. 1998. Latent Variable Modeling of Longitudinal and Multilevel Alcohol Use Data. *Journal of Studies on Alcohol*. 59 (4): 399–408.
- Edenberg H. J., Foroud T. 2006. The Genetics of Alcoholism: Identifying Specific Genes Through Family Studies. *Addiction Biology*. 11 (3–4): 386–396.
- Engs R. C. et al. 1990. Influence of Religion and Culture on Drinking Behaviours: A Test of Hypotheses Between Canada and the USA. *British Journal of Addiction*. 85 (11): 1475–1482.
- Engs R. C., Mullen K. 1999. The Effect of Religion and Religiosity on Drug Use Among a Selected Sample of Post Secondary Students in Scotland. *Addiction Research*. 7 (2): 149–170.
- Epstein E. E. et al. 2004. Development and Validity of Drinking Pattern Classification: Binge, Episodic, Sporadic, and Steady Drinkers in Treatment for Alcohol Problems. *Addictive Behaviors*. 29 (9): 1745–1761.
- Falk D. E., Yi H., Hiller-Sturmhöfel S. 2006. An Epidemiologic Analysis of Co-Occurring Alcohol and Tobacco Use and Disorders: Findings from the National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. *Alcohol Research & Health: The Journal of the National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism*. 29 (3): 162–171.

- Farrell P., Fuchs V. R. 1982. Schooling and Health. *Journal of Health Economics*. 1 (3): 217–230.
- Forthun L. F. et al. 1999. Religiosity, Sensation Seeking, and Alcohol/Drug Use in Denominational and Gender Contexts. *Journal of Drug Issues*. 29 (1): 75–90.
- Glaser D. 1974. *Social Deviance*. Chicago: Markham Publishing Company.
- Goeij M. C. M. de et al. 2015. How Economic Crises Affect Alcohol Consumption and Alcohol-Related Health Problems: A Realist Systematic Review. *Social Science & Medicine*. 131 (1): 131–146.
- Gotham H. J., Sher K. J., Wood P. K. 1997. Predicting Stability and Change in Frequency of Intoxication from the College Years to Beyond: Individual-Difference and Role Transition Variables. *Journal of Abnormal Psychology*. 106 (4): 619–629.
- Grignon M. 2009. An Empirical Investigation of Heterogeneity in Time Preferences and Smoking Behaviors. *The Journal of Socio-Economics*. 38 (5): 739–751.
- Grossman M. 1972. On the Concept of Health Capital and the Demand for Health. *Journal of Political Economy*. 80 (2): 223–255.
- Grossman M., Chaloupka F. J. 1997. Cigarette Taxes. The Straw to Break the Camel's Back. *Public Health Reports*. 112 (4): 290–297.
- Gruber J., Koszelgi B. 2001. Is Addiction “Rational”? Theory and Evidence. *Quarterly Journal of Economics*. 116 (4): 1261–1303.
- Gruenewald P. J. et al. 2006. Alcohol Prices, Beverage Quality, and the Demand for Alcohol: Quality Substitutions and Price Elasticities. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*. 30 (1): 96–105.
- Guo G. et al. 2009. Gene-Environment Interactions: Peers' Alcohol Use Moderates Genetic Contribution to Adolescent Drinking Behavior. *Social Science Research*. 38 (1): 213–224.
- Gutmann M. C. 2006. *The Meanings of Macho: Being a Man in Mexico City*. 10th Anniversary ed. (with a New Preface). Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press.
- Hanson M. D., Chen E. 2007. Socioeconomic Status and Substance Use Behaviors in Adolescents: The Role of Family Resources Versus Family Social Status. *Journal of Health Psychology*. 12 (1): 32–35.
- Heath D. B. 1995. *International Handbook on Alcohol and Culture*. Westport, Conn.: Greenwood Press.
- Heath D. B. 2000. *Drinking Occasions: Comparative Perspectives on Alcohol and Culture*. Philadelphia: Psychology Press.
- Henkel D. 2011. Unemployment and Substance Use: A Review of the Literature (1990–2010). *Current Drug Abuse Reviews*. 4 (1): 4–27.
- Hirschi T. 2002. *Causes of Delinquency*. New Brunswick; London: Transaction Publishers.
- Hirschi T. 2014. Social Bond Theory. In: Cullen F. T., Agnew R., Wilcox P. (eds) *Criminological Theory: Past to Present, Essential Readings*. New York: Oxford University Press; 229–237.

- Houthakker H. S., Taylor L. D. 1970. *Consumer Demand in the United States, 1929–1970: Analyses and Projections*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hurcombe R., Bayley M., Goodman A. 2010. *Ethnicity and Alcohol: A Review of the UK Literature*. New York: The Joseph Rowntree Foundation. July. URL: www.jrf.org.uk
- ICAP 2009. *Determinants of Drinking*. Washington, DC: International Center for Alcohol Policies (ICAP). URL: <http://www.iard.org/wp-content/uploads/2016/01/Determinants-of-Drinking.pdf>
- ICAP 2010. *Noncommercial Alcohol: Understanding the Informal Market*. Washington, DC: International Center for Alcohol Policies (ICAP). URL: <https://storageicap.blob.core.windows.net/pdfs/Unrecorded%20Alcohol%20-%202015%20-%20FINAL%20DRAFT.pdf>
- Idris B. I. et al. 2007. Higher Smoking Prevalence in Urban Compared to Non-Urban Areas: Time Trends in Six European Countries. *Health & Place*. 13 (3): 702–712.
- Kenkel D. 1991. Health Behavior, Health Knowledge, and Schooling. *The Journal of Political Economy*. 99 (2): 287–305.
- Kerr W. C. et al. 2009. Age-Period-Cohort Modelling of Alcohol Volume and Heavy Drinking Days in the US National Alcohol Surveys: Divergence in Younger and Older Adult Trends. *Addiction*. 104 (1): 27–37.
- Kolosnitsyna M., Sitdikov M., Khorkina N. 2014. Availability Restrictions and Alcohol Consumption: A Case of Restricted Hours of Alcohol Sales in Russian Regions. *The International Journal of Alcohol and Drug Research*. 3 (3): 193–201.
- Kossova T., Kossova E., Sheluntcova M. 2017. Alcohol Consumption and Individual Time Preferences of Russians. *International Review of Economics*. 64 (1): 47–85.
- Kossova T., Kossova E., Suhodoev V. 2012. *Revealing Macroeconomic Determinants of Alcohol Abuse and its Influence on Life Expectancy in Russia*. Working Papers. Series: Economics. WP BRP 14/EC/2012. National Research University Higher School of Economics. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2065838
- Kraus L. et al. 2015. Age, Period and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the Swedish Adult Population 1979–2011. *Alcohol and Alcoholism*. 50 (3): 319–327.
- Krosnick J. A. et al. 2017. Perceptions of Health Risks of Cigarette Smoking: A New Measure Reveals Widespread Misunderstanding. *PLOS ONE*. 12 (8): 1–23.
- Kuntsche E. et al. 2005. Why Do Young People Drink? A Review of Drinking Motives. *Clinical Psychology Review*. 25 (7): 841–861.
- Kuntsche E. et al. 2007. Drinking Motives as Mediators of the Link between Alcohol Expectancies and Alcohol Use among Adolescents. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*. 68 (1): 76–85.
- Labeaga J. M. 1993. Individual Behaviour and Tobacco Consumption: A Panel Data Approach. *Health Economics*. 2 (2): 103–112.

- Labeaga J. M. 1999. A Double-Hurdle Rational Addiction Model with Heterogeneity: Estimating the Demand for Tobacco. *Journal of Econometrics*. 93 (1): 49–72.
- Lewit E. M., Coate D. 1982. The Potential for Using Excise Taxes to Reduce Smoking. *Journal of Health Economics*. 1 (2): 121–145.
- Lewit E. M., Coate D., Grossman M. 1981. The Effects of Government Regulation on Teenage Smoking. *The Journal of Law and Economics*. 24 (3): 545–569.
- Li M. D. 2003. The Genetics of Smoking Related Behavior: A Brief Review. *The American Journal of the Medical Sciences*. 326 (4): 168–173.
- Lim L. L.-Y. et al. 2009. Associations Between Urbanisation and Components of the Health-Risk Transition in Thailand. A Descriptive Study of 87,000 Thai Adults. *Global Health Action*. 2 (1): 1–13.
- McBride N., Farrington F., Midford R. 2000. What Harms Do Young Australians Experience in Alcohol-Use Situations? *Australian and New Zealand Journal of Public Health*. 24 (1): 54–59.
- McVicar D., Polanski A. 2013. Peer Effects in UK Adolescent Substance Use: Never Mind the Classmates? *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 76 (4): 589–604.
- Meng Y. et al. 2014. Trend Analysis and Modelling of Gender-Specific Age, Period and Birth Cohort Effects on Alcohol Abstention and Consumption Level for Drinkers in Great Britain Using the General Lifestyle Survey 1984–2009: Model APC on Abstention and Consumption in Great Britain. *Addiction*. 109 (2): 206–215.
- Mullahy J. 1985. *Cigarette Smoking: Habits, Health Concerns, and Heterogeneous Unobservables in a Microeconomic Analysis of Consumer Demand*. PhD Thesis. Charlottesville, VA: University of Virginia.
- Nemtsov A. V. 2000. Estimates of Total Alcohol Consumption in Russia, 1980–1994. *Drug and Alcohol Dependence*. 58 (1–2): 133–142.
- Nolen-Hoeksema S. 2004. Gender Differences in Risk Factors and Consequences for Alcohol Use and Problems. *Clinical Psychology Review*. 24 (8): 981–1010.
- Orphanides A., Zervos D. 1995. Rational Addiction with Learning and Regret. *Journal of Political Economy*. 103 (4): 739–758.
- Pampel F. C. 2005. Diffusion, Cohort Change, and Social Patterns of Smoking. *Social Science Research*. 34 (1): 117–139.
- Parker D. A., Brody J. A. 1982. Risk Factors for Alcoholism and Alcohol Problems among Employed Women and Men. In: *Occupational Alcoholism: A Review of Research Issues: Proceedings of a Workshop, May 22–24, 1980, Reston, Virginia*. Series: NIAAA Research Monograph. No. 8. Rockville, MD: U.S. Dept. of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism; Washington, DC: US Government Printing Office. URL: <http://archive.org/details/occupationalalco08nati>

- Paul L. A. et al. 2011. Associations between Binge and Heavy Drinking and Health Behaviors in a Nationally Representative Sample. *Addictive Behaviors*. 36 (12): 1240–1245.
- Paulin G. 2003. Consumer Expenditures for Alcohol in 2000. In: Henderson S., Rogers J. M. (eds). *Consumer Expenditure Survey Anthology 2003*. Washington, DC.: U.S. Department of Labor; Bureau of Labor Statistics; 39–60.
- Peirce R. S. et al. 1994. Relationship of Financial Strain and Psychosocial Resources to Alcohol Use and Abuse: The Mediating Role of Negative Affect and Drinking Motives. *Journal of Health and Social Behavior*. 35 (4): 291–308.
- Pettigrew S. 2003. *A Literature Review of the Factors that Influence Alcohol Consumption and the Effectiveness of Past Interventions*. Perth: Curtin University of Technology.
- Picone G. et al. 2010. The Effects of Residential Proximity to Bars on Alcohol Consumption. *International Journal of Health Care Finance and Economics*. 10 (4): 347–367.
- Pierani P., Tiezzi S. 2009. Addiction and interaction between alcohol and tobacco consumption. *Empirical Economics*. 37 (1): 1–23.
- Pollak R. A. 1970. Habit Formation and Dynamic Demand Functions. *Journal of Political Economy*. 78 (4. Part 1): 745–763.
- Popova S. et al. 2007. Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol and Alcoholism*. 42 (5): 465–473.
- Rose R. J., Dick D. M. 2004. Gene-Environment Interplay in Adolescent Drinking Behavior. *Alcohol Research & Health*. 28 (4): 222–229.
- Roshchina Y. 2013. *To Drink or not to Drink: the Microeconomic Analysis of Alcohol Consumption in Russia in 2006–2010*. Working Papers. Series: Sociology. WP BRP 20/SOC/2013. Moscow: HSE Publishing House. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2286169
- Ruhm C. J. 2005. Healthy Living in Hard Times. *Journal of Health Economics*. 24 (2): 341–363.
- Saffer H. 1991. Alcohol Advertising Bans and Alcohol Abuse: An International Perspective. *Journal of Health Economics*. 10 (1): 65–79.
- Scharff R. L., Viscusi W. K. 2011. Heterogeneous Rates of Time Preference and the Decision to Smoke. *Economic Inquiry*. 49 (4): 959–972.
- Shkolnikov V., Nemtsov A. 1997. The Anti-Alcohol Campaign and Variations in Russian Mortality. In: Bobadilla J. L., Costello C. A., Mitchell F. (eds). *Premature Deaths in the New Independent States*. Washington: National Academy Press; 239–261.
- Slater S. J. et al. 2007. The Impact of Retail Cigarette Marketing Practices on Youth Smoking Uptake. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*. 161 (5): 440–445.

- Smith C. J., Hanham R. Q. 1985. What Drives People to Drink? Interpreting the Effect of Urban Living on the Use and Abuse of Alcohol. *Urban Ecology*. 9 (2): 195–213.
- Stockwell T. et al. 2013. Minimum Alcohol Prices and Outlet Densities in British Columbia, Canada: Estimated Impacts on Alcohol-Attributable Hospital Admissions. *American Journal of Public Health*. 103 (11): 2014–2020.
- Sutherland I., Willner P. 1998. Patterns of Alcohol, Cigarette and Illicit Drug Use in English Adolescents. *Addiction*. 93 (8): 1199–1208.
- Tauchmann H. et al. 2013. Tobacco and Alcohol: Complements or Substitutes? *Empirical Economics*. 45 (1): 539–566.
- Tekin E., McClellan C., Minyard K. J. 2013. Health and Health Behaviors during the Worst of Times: Evidence from the Great Recession. *IZA Discussion Paper*. No. 7538. Bonn: The Institute for the Study of Labor. URL: <http://ftp.iza.org/dp7538.pdf>.
- Townsend J., Roderick P., Cooper J. 1994. Cigarette Smoking by Socioeconomic Group, Sex, and Age: Effects of Price, Income, and Health Publicity. *British Medical Journal (Clinical research ed.)*. 309 (6959): 923–927.
- Vries H. de et al. 2003. Parents' and Friends' Smoking Status as Predictors of Smoking Onset: Findings from Six European Countries. *Health Education Research*. 18 (5): 627–636.
- Wang J. et al. 1996. U.S. Consumer Demand for Alcoholic Beverages: Cross-Section Estimation of Demographic and Economic Effects. *Applied Economic Perspectives and Policy*. 18 (3): 477–489.
- Wasserman J. et al. 1991. The Effects of Excise Taxes and Regulations on Cigarette Smoking. *Journal of Health Economics*. 10 (1): 43–64.
- WHO. 2010. *Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol*. Geneva: World Health Organization.
- WHO. 2012. *European Action Plan to Reduce the Harmful Use of Alcohol: 2012–2020*. Copenhagen, Denmark: World Health Organization, Regional Office for Europe.
- WHO. 2014. *Global Status Report on Alcohol and Health 2014*. Geneva: World Health Organization.
- Wickrama K. A. S. et al. 1999. The Intergenerational Transmission of Health-Risk Behaviors: Adolescent Lifestyles and Gender Moderating Effects. *Journal of Health and Social Behavior*. 40 (3): 258–272.
- Wilson T. M. (ed.) 2005. *Drinking Cultures: Alcohol and Identity*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Yakovlev E. 2012. *USSR Babies: Who Drinks Vodka in Russia?* Working Paper. No. w0183. Center for Economic and Financial Research (CEFIR). URL: <http://econpapers.repec.org/paper/cfrcefirw/w0183.htm>
- Yu J. 2003. The Association Between Parental Alcohol-Related Behaviors and Children's Drinking. *Drug and Alcohol Dependence*. 69 (3): 253–262.

PROFESSIONAL REVIEWS

Yana Roshchina, Mikhail Bogdanov

What Influences Alcohol and Tobacco Consumption: Review of Economic and Sociological Concepts and Empirical Results

ROSHCHINA, Yana — PhD in Economics, Associate Professor, Department of Economic Sociology; Senior Researcher, Center of Longitudinal Research; Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: yroshchina@hse.ru

BOGDANOV, Mikhail — Student of Masters Programme «Applied Statistics with Network Analysis», National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: bogdanovmikle@mail.ru

Abstract

Starting with classical theoretical works on the nature of addictive goods, an enormous amount of empirical research about determinants of a propensity to consume alcohol and tobacco is published annually based on data from different countries. We chose alcohol and tobacco among other addictive goods because of their high prevalence, their legality in the vast majority of countries, and the possibility of controlled consumption. In many countries and at the world level, measures are being developed to reduce the consumption of these products or to at least encourage more “responsible consumption” (this refers more to alcohol). Although the share of drinkers and smokers in Russia has fallen in recent years, Russia is still among the leaders in both alcohol and tobacco consumption. Despite government measures aimed at reducing alcohol and tobacco consumption, there is no certainty that the observed tendency towards a fall in numbers is the result of this policy and not of other factors, e.g., the effect of a cohort or a change in values towards a healthy lifestyle. Therefore, despite the existing reviews devoted to addictive behavior, we consider it important to return to systematizing explanations for the causes and determinants of the demand for addictive goods. The specificity of this paper is also that we consider the factors affecting both alcohol and tobacco consumption, although they are traditionally considered separately. However, both tobacco and alcohol are so-called addictive goods; therefore, the economic and sociological concepts that explain commitment to them are the same. Empirical

studies also use a similar type of model. This review shows similar patterns in the demand for alcohol and tobacco and social and economic determinants. The factors of demand for these goods could be divided into economic, individual, socio-cultural, and external environmental factors (as well as biological factors that are not considered in this paper). The Russian data primarily confirms the theoretical assumptions and empirical results obtained for other countries. It could be concluded that a certain characteristic of Russian consumers is a weaker effect of prices on demand for these goods.

Keywords: addictive behavior; consumption of alcohol and tobacco; demand for the addictive goods; consumer capital; model of a rational addiction; factors of alcohol and tobacco consumption.

Acknowledgements

The work was carried out with the support of the Program of Fundamental Research of the National Research University “Higher School of Economics” within the framework of the project “The Russian economy after

the crisis: reviewing the social foundations of market exchange” (section “Dynamics of alcohol consumption in modern Russia”).

References

- Agrawal A., Dick D. M., Bucholz K. K., Madden P. A. F., Cooper M. L., Sher K. J., Heath A. C. (2008) Drinking Expectancies and Motives: A Genetic Study of Young Adult Women. *Addiction*, vol. 103, no 2, pp. 194–204.
- Amonini C., Donovan R. J. (2006) The Relationship between Youth’s Moral and Legal Perceptions of Alcohol, Tobacco and Marijuana and Use of These Substances. *Health Education Research*, vol. 21, no 2, pp. 276–286.
- Anderson B., Moro M. (2008) *Depression Economics and Alcohol Consumption*, Dublin, Ireland: University College Dublin.
- Anderson L. R., Mellor J. M. (2008). Predicting Health Behaviors with an Experimental Measure of Risk Preference. *Journal of Health Economics*, vol. 27, no 5, pp. 1260–1274.
- Andrienko Y., Nemtsov A. (2005) *Estimation of Individual Demand for Alcohol*. Working Paper Series, no 05/10. Economics Education and Research Consortium. Available at: <http://pdc.ceu.hu/archive/00003805/> (accessed 4 February 2017).
- Aristei D., Pieroni L. (2010) Habits, Complementarities and Heterogeneity in Alcohol and Tobacco Demand: A Multivariate Dynamic Model. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 72, no 4. pp. 428–457.
- Arnoult M. H., Tiffin R. (2010) *Minimum Pricing of Alcohol and its Impact on Consumption in the UK*. 84th Annual Conference, March 29–31, 2010, Edinburgh, Scotland. Agricultural Economics Society. Available at: <https://econpapers.repec.org/paper/agsaesc10/91810.htm> (accessed 18 April 2018).
- Arzhenovsky S. V. (2006) Sotsial’no-ekonomicheskie determinanty kureniya v Rossii. [Socioeconomic Determinants of Smoking in Russia]. *Quantile*, no 1, pp. 81–100. Available at: <http://quantile.ru/01/01-SA2.pdf> (accessed 4 February 2017) (in Russian).
- Ásgeirsdóttir T. L., Corman H., Noonan K., Reichman N. (2015) *Lifecycle Effects of a Recession on Health Behaviors: Boom, Bust, and Recovery in Iceland*. NBER Working Paper, Cambridge, MA; Oxford, UK: National Bureau of Economic Research.
- Astudillo M., Connor J., Roiblatt R. E., Ibanga A. K. J., Gmel G. (2013) Influence from Friends to Drink More or Drink Less: A Cross-National Comparison. *Addictive Behaviors*, vol. 38, no 11, pp. 2675–2682.
- Ayer L. A., Harder, V. S., Rose, G. L., Helzer, J. E. (2011) Drinking and Stress: An Examination of Sex and Stressor Differences Using IVR-Based Daily Data. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 115, no 3, pp. 205–212.
- Ayuka F., Barnett R. (2015) Place Effects on Alcohol Consumption: A Literature Review. *Addiction Research & Therapy*, vol. 6, no 1, pp. 1–12.
- Baer J. S. (2002) Student Factors: Understanding Individual Variation in College Drinking. *Journal of Studies on Alcohol, Supplement*, no s14, pp. 40–53.

- Baltagi B. H., Geishecker I. (2006) Rational Alcohol Addiction: Evidence from the Russian Longitudinal Monitoring Survey. *Health Economics*, vol. 15, no 9, pp. 893–914.
- Baltagi B. H., Griffin J. M. (1995) A Dynamic Demand Model for Liquor: The Case for Pooling. *The Review of Economics and Statistics*, vol. 77, no 3, pp. 545–554.
- Becker G. S., Grossman M., Murphy K. M. (1994) An Empirical Analysis of Cigarette Addiction. *The American Economic Review*, vol. 84, no 3, pp. 396–418.
- Becker G. S., Murphy K. M. (1988) A Theory of Rational Addiction. *Journal of Political Economy*, vol. 96, no 4, pp. 675–700.
- Becker G. S., Stigler G. J. (1977) De Gustibus Non Est Disputandum. *The American Economic Review*, vol. 67, no 2, pp. 76–90.
- Becker H. S. (1997) *Outsiders: Studies in The Sociology of Deviance*, New York: Free Press.
- Bernards S., Graham K., Kuendig H., Hettige S., Obot I. (2009) “I Have no Interest in Drinking”: A Cross-National Comparison of Reasons Why Men and Women Abstain from Alcohol Use. *Addiction*, vol. 104, no 10, pp. 1658–1668.
- Brodel F. (2006) Materialnaya tsivilizatsiya, ekonomika i kapitalizm, XV–XVIII vv. *Tom 1. Structure povsed-nevnosti* [Material Civilization, Economy and Capitalism, XV–XVIII. 3 vols. Vol. 1. Structures of Daily Occurrence], Moscow: Ves' Mir (in Russian).
- Bukin K., Levin M., Shilova N. (2016) Vybor addiktivnogo povedeniya: soblazny, risky i samokontrol [Choice of Addictive Behavior: Temptations, Risks and Self-control]. *Voprosy Ekonomiki*, no 12, pp. 104–128 (in Russian).
- Burke R. S., Stephens R. S. (1999) Social Anxiety and Drinking in College Students: A Social Cognitive Theory Analysis. *Clinical Psychology Review*, vol. 19, no 5, pp. 513–530.
- Caetano R., Clark C. L., Tam T. (1998) Alcohol Consumption among Racial/Ethnic Minorities: Theory and Research. *Alcohol Health and Research World*, vol. 22, no 4, pp. 233–241.
- Calfee J. E., Scheraga C. (1994) The Influence of Advertising on Alcohol Consumption: A Literature Review and an Econometric Analysis of Four European Nations. *International Journal of Advertising*, vol. 13, no 4, pp. 287–310.
- Cawley J., Ruhm C. (2011) *The Economics of Risky Health Behaviors*, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Chahine T., Subramanian S. V., Levy J. I. (2011) Sociodemographic and Geographic Variability in Smoking in the U.S.: A Multilevel Analysis of the 2006–2007 Current Population Survey, Tobacco Use Supplement. *Social Science & Medicine*, vol. 73, no 5, pp. 752–758.
- Chaloupka F. J. (1990) *Men, Women, and Addiction: The Case of Cigarette Smoking*. Working Paper. National Bureau of Economic Research. Available at: <https://doi.org/10.3386/w3267> (accessed 2 March 2018).

- Chaloupka F. (1991) Rational Addictive Behavior and Cigarette Smoking. *Journal of Political Economy*, vol. 99, no 4, pp. 722–742.
- Chaloupka F. (1999) Macro-Social Influences: The Effects of Prices and Tobacco-Control Policies on the Demand for Tobacco Products. *Nicotine & Tobacco Research*, vol. 1, no 1, pp. 77–81.
- Chaloupka F., Jha P. (eds) (2000) *Tobacco Control in Developing Countries*, Oxford: Oxford University Press.
- Chaloupka F., Tauras J. A., Grossman M. (2000) The Economics of Addiction. *Tobacco Control in Developing Countries* (eds. F. Chaloupka, P. Jha), Oxford: Oxford University Press, pp. 107–129.
- Chaloupka F. J., Cummings K. M., Morley C. P., Horan J. K. (2002) Tax, Price and Cigarette Smoking: Evidence from the Tobacco Documents and Implications for Tobacco Company Marketing Strategies. *Tobacco Control*, vol. 11, no suppl 1, pp. i62–i72.
- Chaloupka F. J., Grossman M. (1996) *Price, Tobacco Control Policies and Youth Smoking*. NBER Working Papers. National Bureau of Economic Research. Available at: <https://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/5740.html> (accessed 2 March 2018).
- Chaloupka F. J., Grossman M., Saffer H. (2002) The Effects of Price on Alcohol Consumption and Alcohol-Related Problems. *Alcohol Research and Health*, vol. 26, no 1, pp. 22–34.
- Chaloupka F. J., Pacula R. (1999) The Impact of Price on Youth Tobacco Use. *Changing Adolescent Smoking Prevalence: Where It Is and Why* (ed. D. M. Burns). Smoking and Tobacco Control Monograph. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services; Public Health Service; National Institutes of Health; National Cancer Institute, pp. 193–200. Available at: <https://cancercontrol.cancer.gov/brp/tcrb/monographs/14/m14.pdf> (accessed 6 February 2017).
- Chaloupka F. J., Warner K. E. (2000) The Economics of Smoking. Ch. 29. *Handbook of Health Economics* (eds. M. Pauly, T. McGuire, T. Barros), North Holland: Elsevier, vol. 1, part B, pp. 1539–1627.
- Clements K. W., Yang W., Zheng S. W. (1997) Is Utility Additive? The Case of Alcohol. *Applied Economics*, vol. 29, no 9, pp. 1163–1167.
- Cook P. J., Moore M. J. (2000) Alcohol. Ch. 30. *Handbook of Health Economics* (eds. M. Pauly, T. McGuire, T. Barros), North Holland: Elsevier, vol. 1, part B, pp. 1629–1673.
- Cook P. J., Tauchen G. (1982) The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking. *The Bell Journal of Economics*, vol. 13, no 2, pp. 379–390.
- Dave D., Saffer H. (2008) Alcohol Demand, Risk Preference. *Journal of Economic Psychology*, vol. 29, no 6, pp. 810–831.
- Dawson D. A. (2000) Drinking as a Risk Factor for Sustained Smoking. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 59, no 3, pp. 235–249.
- Dawson D. A., Grant B. F., Chou S. P., Pickering R. P. (1995) Subgroup Variation in U.S. Drinking Patterns: Results of the 1992 National Longitudinal Alcohol Epidemiologic Study. *Journal of Substance Abuse*, vol. 7, no 3, pp. 331–344.

- Dawson D. A., Grant B. F., Ruan W. J. (2005) The Association Between Stress and Drinking: Modifying Effects of Gender and Vulnerability. *Alcohol and Alcoholism*, vol. 40, no 5, pp. 453–460.
- Decker S. L., Schwartz A. E. (2000) *Cigarettes and Alcohol: Substitutes or Complements?* Working Paper. National Bureau of Economic Research. Available at: <https://doi.org/10.3386/w7535> (accessed 19 April 2018).
- Demyanova A. A. (2005) Faktory i tipy potrebleniya alkogolya i tabaka v Rossii [Factors and Types of Alcohol and Tobacco Consumption in Russia]. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 6, no 1, pp. 78–94. Available at: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204957/ecsoc_t6_n1.pdf (accessed 4 February 2017) (in Russian).
- Denisova A. (2010) *Potrebleniye alkogolya v Rossii: vliyaniye na zdorovie i smertnost* [Alcohol Consumption in Russia: Influence on Health and Mortality]. Seriya “Analiticheskie otchety i razrabotki” [Series “Analytical Reports and Developments”], no 31, Moscow: The Center of Economic and Financial Research and Development at New Economic School, pp. 1–40. Available at: www.cefir.ru/download.php?id=2437 (accessed 4 February 2017) (in Russian).
- Dick D. M., Agrawal A., Wang J. C., Hinrichs A., Bertelsen S., Bucholz K. K., Schuckit M., Kramer J., Nurnberger J., Tischfield J., Edenberg H. J., Goate A., Bierut L. J. (2007) Alcohol Dependence with Comorbid Drug Dependence: Genetic and Phenotypic Associations Suggest a More Severe Form of the Disorder with Stronger Genetic Contribution to Risk. *Addiction*, vol. 102, no 7, pp. 1131–1139.
- Ding L. (2014) *Drinking in Context: The Influence of Peer Pressure on Drinking Among Chinese College Students*, Lincoln, NE: University of Nebraska-Lincoln. Available at: <http://digitalcommons.unl.edu/cehstdiss/224/> (accessed 28 April 2017).
- Dixon M. A., Chartier K. G. (2016) Alcohol Use Patterns Among Urban and Rural Residents. *Alcohol Research: Current Reviews*, vol. 8, no 1, pp. 69–77.
- Doran C. M., Digiusto E. (2011) Using Taxes to Curb Drinking: A Report Card on the Australian Government’s Alcopops Tax. *Drug and Alcohol Review*, vol. 30, no 6, pp. 677–680.
- Douglas M. (2003) A Distinctive Anthropological Perspective. *Collective Works*, 12 vols. Vol. 10. *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology* (ed. M. Douglas), New York: Routledge, pp. 3–15.
- Duncan T. E., Duncan S. C., Hops H. (1998) Latent Variable Modeling of Longitudinal and Multilevel Alcohol Use Data. *Journal of Studies on Alcohol*, vol. 59, no 4, pp. 399–408.
- Edenberg H. J., Foroud T. (2006) The Genetics of Alcoholism: Identifying Specific Genes Through Family Studies. *Addiction Biology*, vol. 11, no 3–4, pp. 386–396.
- Engs R. C., Hanson D. J., Gliksman L., Smythe C. (1990) Influence of Religion and Culture on Drinking Behaviours: A Test of Hypotheses Between Canada and the USA. *British Journal of Addiction*, vol. 85, no 11, pp. 1475–1482.
- Engs R. C., Mullen K. (1999) The Effect of Religion and Religiosity on Drug Use Among a Selected Sample of Post Secondary Students in Scotland. *Addiction Research*, vol. 7, no 2, pp. 149–170.

- Epstein E. E., Labouvie E., McCrady B. S., Swingle J., Wern J. (2004) Development and Validity of Drinking Pattern Classification: Binge, Episodic, Sporadic, and Steady Drinkers in Treatment for Alcohol Problems. *Addictive Behaviors*, vol. 29, no 9, pp. 1745–1761.
- Falk D. E., Yi H., Hiller-Sturmhöfel S. (2006) An Epidemiologic Analysis of Co-Occurring Alcohol and Tobacco Use and Disorders: Findings from the National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. *Alcohol Research & Health: The Journal of the National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism*, vol. 29, no 3, pp. 162–171.
- Farrell P., Fuchs V. R. (1982) Schooling and Health. *Journal of Health Economics*, vol. 1, no 3, pp. 217–230.
- Fenko A., Levin M. (2008) Ekonomicheskiye modeli addiktivnogo povedeniya [Economic Models of Addictive Behavior]. *Finansy i bizness = Finance and Business*, no 4, pp. 1–23 (in Russian).
- Forthun L. F., Bell N. J., Peek C. W., Sun S.-W. (1999) Religiosity, Sensation Seeking, and Alcohol/Drug Use in Denominational and Gender Contexts. *Journal of Drug Issues*, vol. 29, no 1, pp. 75–90.
- Glaser D. (1974) *Social Deviance*, Chicago: Markham Publishing Company.
- Goeij M. C. M. de, Suhrcke M., Toffolutti V., Mheen D. van de, Schoenmakers T. M., Kunst A. E. (2015) How Economic Crises Affect Alcohol Consumption and Alcohol-Related Health Problems: A Realist Systematic Review. *Social Science & Medicine*, vol. 131, no 1, pp. 131–146.
- Gotham H. J., Sher K. J., Wood P. K. (1997) Predicting Stability and Change in Frequency of Intoxication from the College Years to Beyond: Individual-Difference and Role Transition Variables. *Journal of Abnormal Psychology*, vol. 106, no 4, pp. 619–629.
- Grignon M. (2009) An Empirical Investigation of Heterogeneity in Time Preferences and Smoking Behaviors. *The Journal of Socio-Economics*, vol. 38, no 5, pp. 739–751.
- Grossman M. (1972) On the Concept of Health Capital and the Demand for Health. *Journal of Political Economy*, vol. 80, no 2, pp. 223–255.
- Grossman M., Chaloupka F. J. (1997) Cigarette Taxes. The Straw to Break the Camel's Back. *Public Health Reports*, vol. 112, no 4, pp. 290–297.
- Gruber J., Koszelgi B. (2001) Is Addiction “Rational”? Theory and Evidence. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 116, no 4, pp. 1261–1303.
- Gruenewald P. J., Ponicki W. R., Holder H. D., Romelsjö A. (2006) Alcohol Prices, Beverage Quality, and the Demand for Alcohol: Quality Substitutions and Price Elasticities. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, vol. 30, no 1, pp. 96–105.
- Guo G., Elder G. H., Cai T., Hamilton N. (2009) Gene-Environment Interactions: Peers' Alcohol Use Moderates Genetic Contribution to Adolescent Drinking Behavior. *Social Science Research*, vol. 38, no 1, pp. 213–224.
- Gutmann M. C. (2006) *The Meanings of Macho: Being a Man in Mexico City*. 10th Anniversary ed. (with a New Preface), Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press.

- Hanson M. D., Chen E. (2007) Socioeconomic Status and Substance Use Behaviors in Adolescents: The Role of Family Resources versus Family Social Status. *Journal of Health Psychology*, vol. 12, no 1, pp. 32–35.
- Heath D. B. (1995) *International Handbook on Alcohol and Culture*, Westport, Conn.: Greenwood Press.
- Heath D. B. (2000) *Drinking Occasions: Comparative Perspectives on Alcohol and Culture*, Philadelphia: Psychology Press.
- Henkel D. (2011) Unemployment and Substance Use: A Review of the Literature (1990–2010). *Current Drug Abuse Reviews*, vol. 4, no 1, pp. 4–27.
- Hirschi T. (2002) *Causes of Delinquency*, New Brunswick; London: Transaction Publishers.
- Hirschi T. (2014) Social Bond Theory. *Criminological Theory: Past to Present, Essential Readings* (eds. F. T. Cullen, R. Agnew, P. Wilcox), 5th ed., New York: Oxford University Press, pp. 229–237.
- Houthakker H. S., Taylor L. D. (1970) *Consumer Demand in the United States, 1929–1970: Analyses and Projections*. Harvard Economic Studies, Cambridge: Harvard University Press. Vol. 126.
- Hurcombe R., Bayley M., Goodman A. (2010) *Ethnicity and Alcohol: A Review of the UK Literature*, New York: The Joseph Rowntree Foundation. July. Available at: <https://www.jrf.org.uk/report/ethnicity-and-alcohol-review-uk-literature> (accessed 21 February 2018).
- ICAP (2009) *Determinants of Drinking*, Washington, DC: International Center for Alcohol Policies (ICAP) Available at: <http://www.iard.org/wp-content/uploads/2016/01/Determinants-of-Drinking.pdf> (accessed 21 February 2018).
- ICAP (2010) *Noncommercial Alcohol: Understanding the Informal Market*, Washington, DC: International Center for Alcohol Policies. Available at: <https://storageicap.blob.core.windows.net/pdfs/Unrecorded%20Alcohol%20-%202015%20-%20FINAL%20DRAFT.pdf> (accessed 21 February 2018).
- Idris B. I., Giskes K., Borrell C., Benach J., Costa G., Federico B., Helakorpi S., Helmert U., Lahelma E., Moussa K. M., Ostergren P.-O., Prättälä R., Rasmussen N. K., Mackenbach J. P., Kunst A. E. (2007) Higher Smoking Prevalence in Urban Compared to Non-Urban Areas: Time Trends in Six European Countries. *Health & Place*, vol. 13, no 3, pp. 702–712.
- Kenkel D. (1991) Health Behavior, Health Knowledge, Schooling. *The Journal of Political Economy*, vol. 99, no 2, pp. 287–305.
- Kerr W. C., Greenfield T. K., Bond J., Ye Y., Rehm J. (2009) Age-Period-Cohort Modelling of Alcohol Volume and Heavy Drinking Days in the US National Alcohol Surveys: Divergence in Younger and Older Adult Trends. *Addiction*, vol. 104, no 1, pp. 27–37.
- Kolosnitsyna M., Khorikina N., Dorzhiyev H. (2015) Vlianiye tsenovykh mer gosudarstvennoy antialkogolnoy politiki na pootrebleniye spirtnykh napitkov v Rossii [Influence of Price Measures of the State Anti-alcohol Policy on Consumption of Spirit Drinks in Russia]. *Ekonomicheskaya politika = Economic Policy*, vol. 10, no 5, pp. 171–190 (in Russian).

- Kolosnitsyna M., Sitdikov M., Khorkina N. (2014) Availability Restrictions and Alcohol Consumption: A Case of Restricted Hours of Alcohol Sales in Russian Regions. *The International Journal of Alcohol and Drug Research*, vol. 3, no 3, pp. 193–201.
- Kosova T., Kosova E., Shepuntsova M. (2014) Zdorovyy obraz zhizni i individualnye mezhvremennyye predpochteniya zhiteley Rossii [Healthy Lifestyle and Individual Intertemporal Preferences of Russian Residents]. *Ekonomicheskaya politika = Economic Policy*, vol. 9, no 5, pp. 172–190 (in Russian).
- Kossova T., Kossova E., Sheluntcova M. (2017) Alcohol Consumption and Individual Time Preferences of Russians. *International Review of Economics*, vol. 64, no 1, pp. 47–85.
- Kossova T., Kossova E., Suhodoev V. (2012) *Revealing Macroeconomic Determinants of Alcohol Abuse and its Influence on Life Expectancy in Russia*. WP BRP 14/EC/2012. Working Paper. National Research University Higher School of Economics. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2065838 (accessed 4 February 2017).
- Kotelnikova Z. V. (2015) Vzaimosvaz praktik potrebleniya alkogolya s sotsialnoy strukturoy sovremennoy Rossii [Relationship of Alcohol Consumption with Social Structure of Contemporary Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Studies*, no 4. pp. 105–112 (in Russian).
- Kraus L., Tinghog M. E., Lindell A., Pabst A., Piontek D., Room R. (2015) Age, Period and Cohort Effects on Time Trends in Alcohol Consumption in the Swedish Adult Population 1979–2011. *Alcohol and Alcoholism*, vol. 50, no 3, pp. 319–327.
- Krosnick J. A., Malhotra N., Mo C. H., Bruera E. F., Chang L., Pasek J., Thomas R. K. (2017) Perceptions of Health Risks of Cigarette Smoking: A New Measure Reveals Widespread Misunderstanding. *PLoS ONE*, vol. 12, no 8, pp. 1–23.
- Kuntsche E., Knibbe R., Gmel G., Engels R. (2005) Why Do Young People Drink? A Review of Drinking Motives. *Clinical Psychology Review*, vol. 25, no 7, pp. 841–861.
- Kuntsche E., Knibbe R., Engels R., Gmel G. (2007) Drinking Motives as Mediators of the Link between Alcohol Expectancies and Alcohol Use among Adolescents. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*, vol. 68, no 1, pp. 76–85.
- Labeaga J. M. (1993) Individual Behaviour and Tobacco Consumption: A Panel Data Approach. *Health Economics*, vol. 2, no 2, pp. 103–112.
- Labeaga J. M. (1999) A Double-Hurdle Rational Addiction Model with Heterogeneity: Estimating the Demand for Tobacco. *Journal of Econometrics*, vol. 93, no 1, pp. 49–72.
- Lewit E. M., Coate D. (1982) The Potential for Using Excise Taxes to Reduce Smoking. *Journal of Health Economics*, vol. 1, no 2, pp. 121–145.
- Lewit E. M., Coate D., Grossman M. (1981) The Effects of Government Regulation on Teenage Smoking. *The Journal of Law and Economics*, vol. 24, no 3, pp. 545–569.
- Li M. D. (2003) The Genetics of Smoking Related Behavior: A Brief Review. *The American Journal of the Medical Sciences*, vol. 326, no 4, pp. 168–173.

- Lim L. L.-Y., Kjellstrom T., Sleigh A., Khamman S., Seubsman S.-A., Dixon J., Banwell C. (2009) Associations Between Urbanisation and Components of the Health-Risk Transition in Thailand. A Descriptive Study of 87,000 Thai Adults. *Global Health Action*, vol. 2, no 1, pp. 1–13.
- McBride N., Farrington F., Midford R. (2000) What Harms Do Young Australians Experience in Alcohol-Use Situations? *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, vol. 24, no 1, pp. 54–59.
- McVicar D., Polanski A. (2013) Peer Effects in UK Adolescent Substance Use: Never Mind the Classmates? *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 76, no 4, pp. 589–604.
- Meng Y., Holmes J., Hill-McManus D., Brennan A., Meier P. S. (2014) Trend Analysis and Modelling of Gender-Specific Age, Period and Birth Cohort Effects on Alcohol Abstention and Consumption Level for Drinkers in Great Britain Using the General Lifestyle Survey 1984–2009: Model APC on Abstention and Consumption in Great Britain. *Addiction*, vol. 109, no 2, pp. 206–215.
- Mullahy J. (1985) *Cigarette Smoking: Habits, Health Concerns, and Heterogeneous Unobservables in a Microeconomic Analysis of Consumer Demand*. PhD Thesis, Charlottesville (VA): University of Virginia.
- Nemtsov A. V. (2000) Estimates of Total Alcohol Consumption in Russia, 1980–1994. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 58, no 1–2, pp. 133–142.
- Nolen-Hoeksema S. (2004) Gender Differences in Risk Factors and Consequences for Alcohol Use and Problems. *Clinical Psychology Review*, vol. 24, no 8, pp. 981–1010.
- Orphanides A., Zervos D. (1995) Rational Addiction with Learning and Regret. *Journal of Political Economy*, vol. 103, no 4, pp. 739–758.
- Pampel F. C. (2005) Diffusion, Cohort Change, and Social Patterns of Smoking. *Social Science Research*, vol. 34, no 1, pp. 117–139.
- Parker D. A., Brody J. A. (1982) Risk Factors for Alcoholism and Alcohol Problems among Employed Women and Men. *Occupational Alcoholism: A Review of Research Issues: Proceedings of a Workshop, May 22–24, 1980, Reston, Virginia. NIAAA Research Monograph, no 8*. Rockville, MD. : U.S. Dept. of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism; Washington, DC: US Government Printing Office. Available at: <http://archive.org/details/occupationalalco08nati> (accessed 5 February 2017).
- Paul L. A., Grubaugh A. L., Frueh B. C., Ellis C., Egede L. E. (2011) Associations between Binge and Heavy Drinking and Health Behaviors in a Nationally Representative Sample. *Addictive Behaviors*, vol. 36, no 12, pp. 1240–1245.
- Paulin G. (2003) Consumer Expenditures for Alcohol in 2000. *Consumer Expenditure Survey Anthology 2003* (eds. S. Henderson, J. M. Rogers), Washington, DC: U.S. Department of Labor; Bureau of Labor Statistics, pp. 39–60. Available at: <https://www.bls.gov/cex/csxanthol03.pdf> (accessed 5 February 2017).
- Peirce R. S., Frone M. R., Russell M., Cooper M. L. (1994) Relationship of Financial Strain and Psychosocial Resources to Alcohol Use and Abuse: The Mediating Role of Negative Affect and Drinking Motives. *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 35, no 4, pp. 291–308.

- Pettigrew S. (2003) *A Literature Review of the Factors that Influence Alcohol Consumption and the Effectiveness of Past Interventions*, Perth: Curtin University of Technology.
- Picone G., MacDougald J., Sloan F., Platt A., Kertesz S. (2010) The Effects of Residential Proximity to Bars on Alcohol Consumption. *International Journal of Health Care Finance and Economics*, vol. 10, no 4, pp. 347–367.
- Pierani P., Tiezzi S. (2009) Addiction and Interaction between Alcohol and Tobacco Consumption. *Empirical Economics*, vol. 37, no 1, pp. 1–23.
- Pollak R. A. (1970) Habit Formation and Dynamic Demand Functions. *Journal of Political Economy*, vol. 78, no 4 (part 1), pp. 745–763.
- Popova S., Rehm J., Patra J., Zatonski W. (2007) Comparing Alcohol Consumption in Central and Eastern Europe to Other European Countries. *Alcohol and Alcoholism*, vol. 42, no 5, pp. 465–473.
- Radaev V. V. (2016) Ne samogonom edinyim: struktura i factory potrebleniya domashnego alkogolya v sovremennoy Rossii [Not Moonshine Only: Structure and Factors of Consumption of Home-made Alcohol in Contemporary Russia]. *Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoy Antropologii = The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 19, no 4, pp. 121–141 (in Russian).
- Rose R. J., Dick D. M. (2004) Gene-Environment Interplay in Adolescent Drinking Behavior. *Alcohol Research & Health*, vol. 28, no 4, pp. 222–229.
- Roshchina Y. (2013) *To Drink or not to Drink: The Microeconomic Analysis of Alcohol Consumption in Russia in 2006–2010*. Working Papers. Series: Sociology. WP BRP 20/SOC/2013, Moscow: HSE Publishing House. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2286169 (accessed 5 February 2017).
- Ruhm C. J. (2005) Healthy Living in Hard Times. *Journal of Health Economics*, vol. 24, no 2, pp. 341–363.
- Saffer H. (1991) Alcohol Advertising Bans and Alcohol Abuse: An Anternational Perspective. *Journal of Health Economics*, vol. 10, no 1, pp. 65–79.
- Scharff R. L., Viscusi W. K. (2011) Heterogeneous Rates of Time Preference and the Decision to Smoke. *Economic Inquiry*, vol. 49, no 4, pp. 959–972.
- Shkolnikov V., Nemtsov A. (1997) The Anti-Alcohol Campaign and Variations in Russian Mortality. *Premature Deaths in the New Independent States* (eds. J. L. Bobadilla, C. A. Costello F. Mitchell), Washington: National Academy Press, pp. 239–261.
- Simmel G. (1996) *Izbrannoe* [Selected], Moscow: Yurist (in Russian).
- Skorobogatov A. (2016) Vliyanie politiki ogranicheniya nochnoy prodazhi krepkogo alkogolya na potreblenie i zloupotreblenie alkogolem v Rossii [The Effect of Closing Hour Restrictions on Alcohol Use and Abuse in Russia]. *Zhurnal institutsionalnykh issledovaniy = Journal of Institutional Studies*, vol. 8, no 3, pp. 72–90 (in Russian).

- Slater S. J., Chaloupka F. J., Wakefield M., Johnston L. D., O'Malley P. M. (2007) The Impact of Retail Cigarette Marketing Practices on Youth Smoking Uptake. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, vol. 161, no 5, pp. 440–445.
- Smith C. J., Hanham R. Q. (1985) What Drives People to Drink? Interpreting the Effect of Urban Living on the Use and Abuse of Alcohol. *Urban Ecology*, vol. 9, no 2, pp. 195–213.
- Stockwell T., Zhao J., Martin G., Macdonald S., Vallance K., Treno A., Ponicki W., Tu A., Buxton J. (2013) Minimum Alcohol Prices and Outlet Densities in British Columbia, Canada: Estimated Impacts on Alcohol-Attributable Hospital Admissions. *American Journal of Public Health*, vol. 103, no 11, pp. 2014–2020.
- Sutherland I., Willner P. (1998) Patterns of Alcohol, Cigarette and Illicit Drug Use in English Adolescents. *Addiction*, vol. 93, no 8, pp. 1199–1208.
- Tapilina V. S. (2006) Skolko p'iet Rossia? Obyem, dinamika i differentsiatsia potrebleniya alkogolya [How Much does Russia Drink? Volume, Dynamics and Differentiation of Alcohol Consumption]. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Studies*, no 2, pp. 85–94 (in Russian).
- Tauchmann H., Lenz S., Requate T., Schmidt C. M. (2013) Tobacco and Alcohol: Complements or Substitutes? *Empirical Economics*, vol. 45, no 1, pp. 539–566.
- Tekin E., Mcclellan C., Minyard K. J. (2013) Health and Health Behaviors during the Worst of Times: Evidence from the Great Recession. *IZA Discussion Paper*, no 7538, Bonn: The Institute for the Study of Labor.
- Townsend J., Roderick P., Cooper J. (1994) Cigarette Smoking by Socioeconomic Group, Sex, and Age: Effects of Price, Income, and Health Publicity. *BMJ (Clinical research ed.)*, vol. 309, no 6959, pp. 923–927.
- Vries H. de, Engels R., Kremers S., Wetzels J., Mudde A. (2003) Parents' and Friends' Smoking Status as Predictors of Smoking Onset: Findings from Six European Countries. *Health Education Research*, vol. 18, no 5, pp. 627–636.
- Wang J., Gao X. M., Wailes E. J., Cramer G. L. (1996) U.S. Consumer Demand for Alcoholic Beverages: Cross-Section Estimation of Demographic and Economic Effects. *Applied Economic Perspectives and Policy*, vol. 18, no 3, pp. 477–489.
- Wasserman J., Manning W. G., Newhouse J. P., Winkler J. D. (1991) The Effects of Excise Taxes and Regulations on Cigarette Smoking. *Journal of Health Economics*, vol. 10, no 1, pp. 43–64.
- WHO (2010) *Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol*, Geneva: World Health Organization.
- WHO (2012) *European Action Plan to Reduce the Harmful Use of Alcohol: 2012–2020*, Copenhagen, Denmark: World Health Organization, Regional Office for Europe.
- WHO (2014) *Global Status Report on Alcohol and Health 2014*, Geneva: World Health Organization.
- Wickrama K. A. S., Conger R. D., Wallace L. E., Elder G. H. (1999) The Intergenerational Transmission of Health-Risk Behaviors: Adolescent Lifestyles and Gender Moderating Effects. *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 40, no 3, pp. 258–272.

- Wilson T. M. (ed.) (2005) *Drinking Cultures: Alcohol and Identity*, Oxford; New York: Berg Publishers.
- Yakovlev E. (2012) *USSR Babies: Who Drinks Vodka in Russia?* Working Paper. No. w0183. Center for Economic and Financial Research (CEFIR). Available at: <http://econpapers.repec.org/paper/cfrcefirw/w0183.htm> (accessed 5 February 2017).
- Yu J. (2003) The Association Between Parental Alcohol-Related Behaviors and Children's Drinking. *Drug and Alcohol Dependence*, vol. 69, no 3, pp. 253–262.
- Zasimova L. S., Lukinykh O. A. (2009) Otsenka individualnogo sprosa na tabachnuyu produktsiyu v Rossii. [Estimation of Individual Demand for Tobacco Products in Russia]. *Ekonomicheskii zhurnal VShE = The HSE Economic Journal*, no 4, pp. 549–574 (in Russian).

Received: May 3, 2018

Citation: Roshchina Y., Bogdanov M. (2018) Chto vliyaet na potreblenie alkogolya i tabaka: obzor ekonomicheskikh sotsiologicheskikh kontseptsiy i empiricheskikh rezultatov [What Influences Alcohol and Tobacco Consumption: Review of Economic and Sociological Concepts and Empirical Results], *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 19, no 4, pp. 134–171. doi: 10.17323/1726-3247-2018-4-134-171 (in Russian).