

**ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ И ПРОДАЖИ АЛКОГОЛЯ В
АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ**

Шельгин Кирилл Валерьевич, д.м.н., профессор кафедры психиатрии и клинической психологии ФГБОУ ВО Северный государственный медицинский университет, г. Архангельск, Россия

163000, Архангельск, пр. Троицкий, д.51

e-mail: shellugin@yandex.ru

Актуальность

Одной из предлагаемых мер, направленных на снижение потребления алкоголя, являются рестрикции по времени и месту продаж алкогольных напитков. На территории Архангельской области с 1 августа 2012 года были введены дополнительные ограничения продаж в розничной сети крепких спиртных напитков по времени (с 21 до 10 часов) и месту. Тем самым, с эпидемиологической точки зрения, были созданы условия, дающие возможность оценки роли этих мер в факторогенезе изменений потребления алкоголя населением на популяционном уровне.

Цель исследования: выявить связь уровня потребления официально реализуемого алкоголя с законодательной мерой, направленной на ограничение продаж алкогольной продукции по времени и месту.

Исследовательская гипотеза: законодательная мера повлияла на продажи алкоголя на территории Архангельской области.

Материал и методы

Вариант исследования – аналитическое, ретроспективное, популяционное, неконтролируемое.

Объект исследования – продажи легального розничного алкоголя.

Предмет исследования – продажа водки и ликеро-водочных изделий и пива в расчете на душу населения (в натуральном выражении) в Архангельской области 2000-2016гг. Числовые значения взяты в центральной базе статистических данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат), после 2016г данные не публикуются.

Математический аппарат: авторегрессия проинтегрированного скользящего среднего (АРПСС, ARIMA) с интервенцией. Законодательная интервенция квантифицирована фиктивными переменными. Контроль качества модели: статистики модели и автокорреляционные функциями остатков.

Результаты

На анализируемом временном периоде не выявлено значимых связей между введением законодательных ограничений на продажу алкогольных напитков по времени и месту и уровнем продаж водки, ликёро-водочной продукции и пива, т.е. исследовательская гипотеза не подтвердилась.

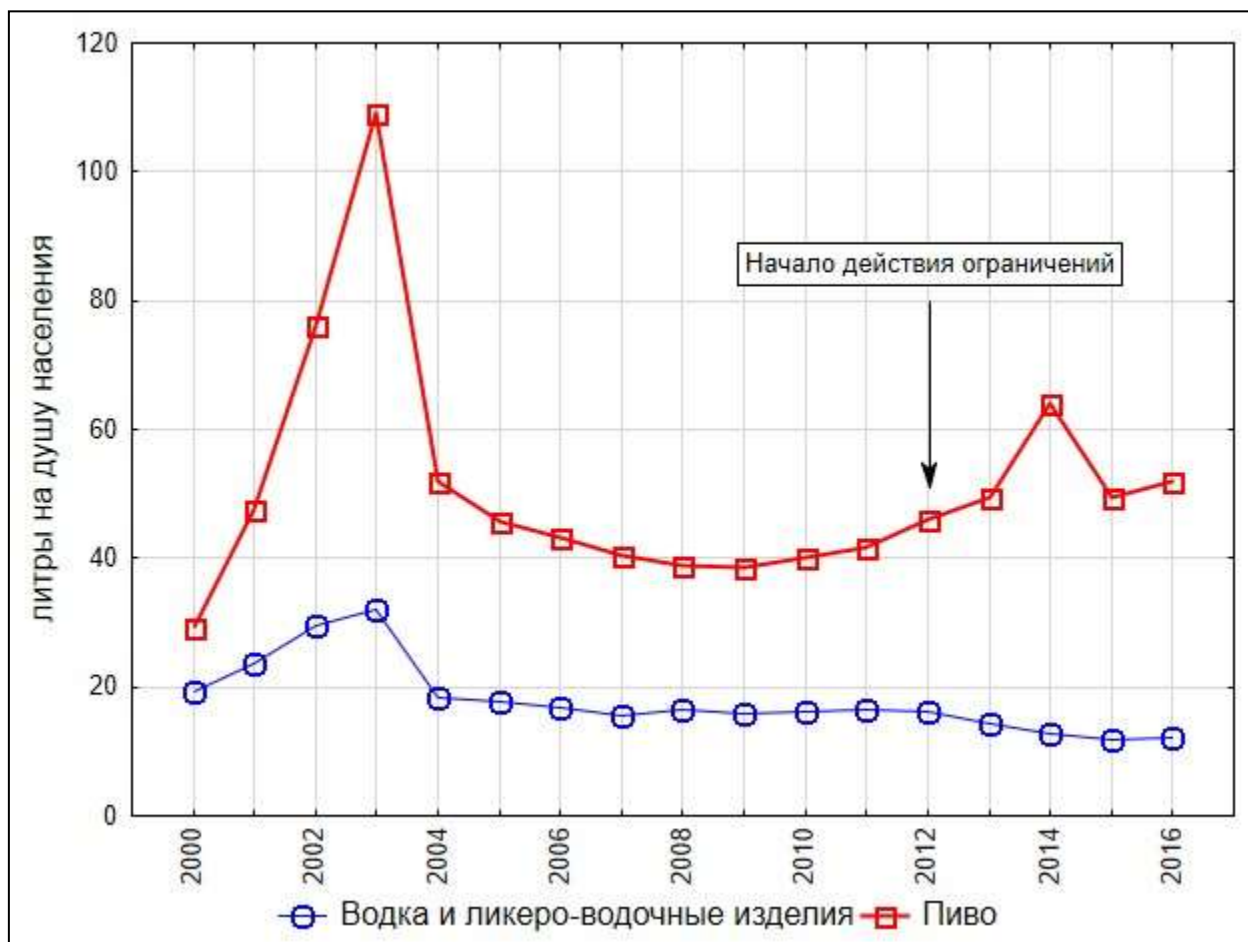


Таблица 1. Параметры моделей ARIMA

Показатель	Модель		Оценка	Стандартная ошибка	t	p
Водка и ликеро-водочные изделия	0,1,0	Константа	-0,438	0,215	-2,035	0,067
		Дифференцирование	1			
Пиво	0,0,0	Константа	45,187	2,049	22,058	0,000

Таблица 2. Статистики согласия моделей

	Стационарный R^2	Корень квадратный из среднего квадрата ошибки	Средний относительный модуль ошибки
Водка и ликеро-водочные изделия	0,967	0,860	3,526
Пиво	0,836	7,934	12,067

Выводы

На территории Архангельской области в период 2000 – 2016 гг. не выявлено значимого влияния законодательных мер по ограничению времени и места продажи на продажу водки, ликёро-водочной продукции и пива.