

На правах рукописи



Скоков Роман Юрьевич

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКОВ АДДИКТИВНЫХ
ТОВАРОВ: КОНЦЕПЦИЯ, ЭВОЛЮЦИЯ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ**

08.00.01 – экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

доктора экономических наук

Ростов-на-Дону – 2018

Работа выполнена на кафедре экономической теории, мировой и региональной экономики ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

Научные консультанты:	доктор экономических наук, профессор <u>Иншаков Олег Васильевич</u> доктор экономических наук, профессор Фролов Даниил Петрович
Официальные оппоненты:	Попов Евгений Васильевич, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, доктор физико-математических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, руководитель Центра экономической теории Института экономики УрО РАН Капогузов Евгений Алексеевич, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского», заведующий кафедрой экономической теории и предпринимательства Миэринь Лариса Александровна, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «СПбГЭУ», заведующая кафедрой национальной экономики
Ведущая организация	ФГБУН «Центральный экономико-математический институт Российской академии наук»

Защита диссертации состоится 5 октября 2018 г. в 13:30 на заседании диссертационного совета Д212.208.02 по экономическим наукам при ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» по адресу: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. М. Горького, 88, ауд.219.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке имени Ю.А.Жданова Южного федерального университета (344090, Ростов-на-Дону, ул. Р.Зорге, 21Ж), с диссертацией и авторефератом – на официальных сайтах Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования РФ: <http://vak3.ed.gov.ru/>; и Южного федерального университета: www.sfedu.ru.

Отзывы на автореферат в двух экземплярах, подписанные и заверенные печатью, просим направлять по адресу: 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. М. Горького, 88, экономический факультет Южного федерального университета, ауд.210.

Автореферат разослан 4 сентября 2018 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор экономических наук, доцент



Т.В. Воронина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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

Президент России В. Путин в Послании Федеральному Собранию на 2017 г. отметил: «Смысл всей нашей политики – это сбережение людей, умножение человеческого капитала как главного богатства России...»¹. Развитие человеческого капитала не представляется без государственного регулирования рыночного обращения аддиктивных товаров. Расширение спектра аддиктивных товаров и их рынков, рост уровня их потребления ведут к усилению экономических и социальных угроз, порождая разнообразные институциональные «ловушки» и дисфункции, среди которых активизация теневого предложения, коррупция, лоббирование, региональный протекционизм, бюрократические барьеры, преференции для государственных предприятий, недополучение бюджетами различных уровней значительных финансовых средств, снижение конкурентоспособности легально функционирующих хозяйствующих субъектов. Очевидна неэффективность традиционных нормативных концепций и регулятивных механизмов в данной области экономической теории и практики.

Исследование проблематики рынков аддиктивных товаров неизбежно сталкивается с разноплановостью интересов многочисленных стейкхолдеров,

¹ Послание Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному Собранию // Официальный сайт Президента России. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/53379> (дата обращения: 06.01.2017).

дефицитом эмпирической информации и социальным табуированием предметных областей анализа, социальной значимостью и детерминацией нормативного ограничения спроса и предложения, ограниченной рациональностью потребительского поведения, объективно предполагая дополнение стандартной неоклассической парадигмы концепциями и идеями институциональной экономической теории. Возникает потребность расширения проблемного поля и категориального аппарата традиционной экономической теории путем развития концептуально-методологических основ теории производства и реализации аддитивных товаров и разработки методических рекомендаций государственным структурам и гражданскому обществу по институциональному конструированию, регулированию и контролю социально приемлемых рынков аддитивных товаров.

Степень разработанности темы исследования. Разрабатываемая в диссертации концепция регулируемых рынков аддитивных товаров синтезировала идеи представителей теории налогообложения, теории потребления, теории общественного сектора, теневой экономики, экономики наркотиков, институциональной экономики, экономической теории информации.

Формирование исходных экономических воззрений в сфере рынков аддитивных товаров началось в период критики меркантилизма XVII–XVIII вв. и связано с регулированием алкогольного рынка акцизным налогообложением У. Петти (1662) и государственной монополией И. Посошкова (1724). Становление проходило в трудах отечественных сторонников зарубежных экономических школ и также на примере, алкогольного рынка: классической – Н. Мордвинова (1819); национальных германских – С. Витте (1900); маржинализма – В. Дмитриева (1911). Важными являются, хотя и фрагментарные, изложения отдельных проблем видовых рынков аддитивных товаров представителями маржинализма – Ж. Дюпюи (1844), неоклассического направления – А. Маршалла (1890), теории общественного благосостояния – А. Пигу (1920). В 60-е гг. XX в. из экономики преступлений выделилось самостоятельное направление экономики наркотиков – С. Роттенберг (1968), Дж. Кох и С. Групп (1971), А. Калвер (1973), М. Мур (1973), С. Литлчайлд и Дж. Уайзман (1984), Баммер (1993), Дж. Батлер и А. Нил (1994), а в 80-е гг.

неолиберальная парадигма экономической теории наркотиков – М. и Р. Фридмен (1984), Ф. Нери и Дж. Болдри (1993), Л. Гралья (2008). Товары, вызывающие привыкание, объединили в группу аддиктивных в 70-е гг. XX в. Дж. Стиглер и Г. Беккер (1977) в теории рационального привыкания. Новое направление научного поиска быстро завоевало популярность среди зарубежных экономистов: М. Бойер (1978), Г. Уинстон (1980), Ф. Спинуайн (1981), Дж. Полич (1984), Л. Йаннакоун (1984), Р. Бордли (1986), К. Мэрфи (1988), Р. Майклз (1988), Т. Бартолд и Х. Хокман (1988), А. Вагстафф и А. Мейнард (1989), В. Вискузи (1990), Ф. Чалупка (1991), Д. Гиерингер (1993), А. Принц (1994), П. Кук и М. Мур (1995), Дж. Таурас, М. Гроссман (1997), С. Сурханович, Р. Голдфарб, Т. Леонард (1999), Дж. Грубер и Б. Кёзеги (2001), Б. Балтаги и Дж. Гриффин (2002), Л. Андерсон и М. Баск (2003), И. Паласиос-Уэрта (2003), К. Ванген (2004), Вэнь-Чун Чанг (2004), Г. Кларк и С. Данилкина (2006), Ф. Отаке (2006), Б. Гордон и Б. Сун (2007), Д. Ваймер, А. Вининг и Р. Томас (2007), Р. Ванг (2007), Д. Эванс (2013) и др.

Классические исследования акцизного обложения пива У. Петти (1662), оптимального уровня налогообложения А. Лаффера (1978, 2014), в т.ч. для решения проблем потребления табачных изделий, натолкнули на необходимость расширения представлений о налогообложении аддиктивных товаров исходя из современной ситуации на рынках.

Основные принципы и постулаты экономического анализа аддиктивного потребительского поведения и спроса на аддиктивные товары исследовались через призму трансформации методологических и теоретических проблем потребительского поведения в экономической теории неоклассики (Л. Вальрас, Г. Госсен, У. Джевонс, А. Маршалл и др.), институционализма и неинституционализма (Т. Веблен, В. Зомбарт, Р. Коуз, Г. Саймон, Д. Норт, О. Уильямсон, Дж. Нейман, О. Моргенштерн, Дж. Бьюкенен, Х. Лейбенстайн, К. Ланкастер, Г. Беккер, Дж. Стиглер, Дж. Акерлоф, М. Спенс, Д. Канеман, А. Тверски, В. Смит, Р. Блэкуэлл, П. Минард, Дж. Энджел, Р. Талер, И. Розмаинский, А. Дитон и др.). Модель «рациональной аддикции» Г. Беккера и К. Мерфи (1988) получила развитие в теоретических и эмпирических исследованиях экономического обоснования государственного вмешательства на незаконном рынке

наркотиков А. Вагстаффа и А. Мейнарда (1989), близорукости потребителей, недооценивающих риски, их временной неустойчивости Дж. Бернса (1992), Дж. Грубера (2001), Б. Кёзеги (2001), экономического анализа легализации каннабиса Д. Гиерингера (1993), экономико-математического обоснования модели контролируемой частичной легализации наркотиков для наркозависимых А. Принца (1994), спроса молодежи на кокаин и марихуану Ф. Чалупки, Дж. Таураса и М. Гроссмана (1997), экономики табакокурения Ф. Чалупки и К. Уорнера (1999), потребления спиртных напитков Б. Балтаги и Дж. Гриффина (2002), совершенного предвидения в модели рационального привыкания К. Вангена (2004), зависимости от лотереи Вэнь-Чун Чанга (2004), особенностей модели в стадиях «в завязке», «разгульное поведение», «детоксификация» Г. Кларка и С. Данилкиной (2006), динамической модели рационального привыкания Б. Гордона и Б. Суна (2007), влияния повышения цен табачных изделий на потребление их молодежью Ф. Чалупки и Р. Пакулы (2012), социально-экономической эффективности легализации марихуаны Д. Эванса (2013). Идеи неинституциональной концепции аддиктивных товаров проникают в отечественные исследования только в начале XXI в. и отражены у Л. Тимофеева (2001), Ю. Латова (2001), К. Оглобина (2003), С. Арженовского (2006), Ю. Андриенко и А. Немцова (2006), М. Ръжковой (2007), М. Левина и А. Фенько (2008), Л. Засимовой и О. Лукиных (2009), М. Пономаревой (2009), К. Филиппова (2010), В. Кима, С. Рощина (2011), С. Ермакова (2012). Многочисленные интерпретации теории рационального привыкания показали недостаток ее критического анализа (например, как у Р. Ванга, Дж. Томера, К. Вангена, А. Дитона) и систематизации адекватно практике государственного регулирования рынков аддиктивных товаров во взаимосвязи с развитием человеческого капитала.

Большинство научных трудов в области изучения аддиктивных товаров посвящено логике и динамике эволюции институциональных структур сферы обращения алкогольной и спиртосодержащей продукции, принципам и механизмам ее государственного регулирования (Э. Авагян, А. Алегин, П. Андерсон, Т. Бабор, О. Белокрылова, В. Вингерт, К. Винник, Н. Гисбрехт, К. Годфрей, С. Гузий, А. Демидов, С. Дидык, А. Жук, О. Исаров, С. Кассвелл, М. Кауфман, Е. Кизилова, А. Коротаев, П.

Лемменс, К. Макела, Л. Миданик, М. Монтейро, С. Нордлунд, Т. Норстром, М. ван Оммерен, Э. Остерберг, Дж. Рем, Е. Романенко, А. Ромельсе, Р. Рум, Н. Сабуров, Ю. Симпура, О. Ског, И. Соколов, А. Соловьев, А. Тимошин, Т. Угланд, Р. Урумбаева, Р. Ферренс, Д. Халтурина, Э. Ханухов, Х. Холдер, Г. Хомерики, Э. Хорверак, Д. Чисхолм, А. Шатохина, Г. Эдвардс и др.). Расширяется массив исследований теневого рынка наркотиков (Г. Агарков, М. Базылева, С. Групп, М. Кийко, П. Копп, Дж. Кох, А. Куклин, М. Мур, С. Роттенберг, А. Татаркин, Л. Тимофеев, М. Фридмен, Д. Харевич). Сравнительно мало работ по формированию стратегии государства на рынках табачных изделий (К. Данишевский, Ш. Зелимханов, А. Исаев, С. Панов, В. Саломатин) и азартных игр (П. Кайтуков, Ю. Тютюников). Особый блок составляют работы по аргументации государственной монополии на рынках аддиктивных товаров (П. Берг, Р. Бонни, Дж. Бьюкенен, В. Вингерт, С. Витте, И. Воронина, М. Гринберг, А. Жук, Е. Кизилова, С. Ковалев, Ю. Латов, С. Матлинс, Д. Менделеев, М. Олсон, Дж. Орнберг, Х. Оулавсдоуттир, С. Панов, Н. Рем, Е. Романенко, Р. Рум, Н. Сабуров, Л. Тимофеев, А. Тимошин, Д. Халтурина, Г. Хомерики, Т. Шеллинг, Г. Эдвардс, Э. Эндерсон). Единая теория рынков аддиктивных товаров отсутствует.

Особую роль в развитии концепции диссертационного исследования сыграли теоретические работы, изучающие специфический класс экономических товаров, рынки которых представляют собой исключение из общего случая конкурентного равновесия. Описание рыночного обращения товаров и услуг, связанного с повышенной активностью государства, представлено в работах У. Баумоля, Дж. Бьюкенена, Т. Веблена, А. Веретенниковой, Т. Корчагиной, Р. Коуза, А. Маршалла, Р. Масгрейва, К. Микульского, У. Митчелла, Д. Норта, Р. Нуреева, В. Парето, А. Пигу, В. Полтеровича, Е. Попова, А. Рубинштейна, В. Роговина, П. Самуэльсона, Дж. Стиглица, Г. Таллока, В. Тамбовцева, О. Уильямсона, Дж. Хикса, С. Шаталина и др. С рынками мериторных, общественных, опекаемых товаров пересекаются рынки аддиктивных товаров.

Разноплановость интересов стейкхолдеров, социальная значимость и детерминация нормативного ограничения спроса и предложения, доминирование интересов политических и деловых элит над общественными, обоснованность

государственного вмешательства, ограниченная рациональность потребительского поведения, многочисленные институциональные ловушки, предполагают привлечение институциональной теории в качестве концептуальной базы регулирования рынков аддиктивных товаров. Понимание взаимосвязи эффективности производства и обращения аддиктивных товаров с принципами и нормами этики основано на трудах О. Белокрыловой, Ф. Бломе-Дреза, М. Вебера, В. Вольчика, П. Козловски, Г. Колодко, А. Мурат, Д. Ролза, А. Стручалиной, С. Сулакшина, П. Ульриха, Н. Федоренко, К. Хоманна и др. Институциональная природа рынков и специфика их регулирования в сегментах аддиктивных товаров основана на работах Т. Веблена, Л. Гурвица, С. Измалкова, Б. Ерзнкяна, О. Иншакова, С. Ковалева, Ю. Латова, Н. Лебедевой, Э. Маскина, Д. Норта, Р. Нуреева, А. Олейника, В. Полтеровича, Э. де Сото, К. Сониной, О. Сухарева, В. Тамбовцева, А. Татаркина, Д. Фролова, Дж. Ходжсона, Т. Шеллинга, М. Юдкевича и др. Результаты их исследований показали необходимость учета разноплановых интересов стейкхолдеров при оценке социально-экономической эффективности государственного регулирования рынков аддиктивных товаров, отказа от дихотомии между эффективностью и этичностью при выборе стратегических решений в области их регулирования, акцента на преодоление нечеткости рыночных институтов и их трансформации в институциональные «ловушки», целевого институционального регулирования, ориентированного на интегральный эффект и дифференциальные показатели в масштабах общества, государства, предприятий, индивидов.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о сохраняющейся дискуссионности, внутренней противоречивости, фрагментарности теоретических и прикладных моделей функционирования и государственного регулирования рынков аддиктивных товаров, выраженной недостаточности компаративного и критического анализа их институциональной эволюции и перспектив стратегических изменений, в т.ч. проблемы выбора между преемственностью и «трансплантацией» методов и моделей государственного регулирования.

Цель и задачи исследования. *Цель* исследования – обоснование концептуальной модели и направлений совершенствования государственного

регулирования рынков аддиктивных товаров на основе их структурного, эволюционного и институционального анализа.

В соответствии с целью поставлены следующие *задачи*:

– раскрыть объектную и субъектную структуру рынков аддиктивных товаров, разработать показатели диагностики их состояния и развития, обосновать гипотезу аддиктивного потребительского поведения;

– оценить формы состояния рынков основных аддиктивных товаров в теории и практике;

– установить специфику механизмов спроса и предложения на рынках аддиктивных товаров, включая теневые формы;

– охарактеризовать содержание, особенности, периодизацию развития институтов и механизмов государственного регулирования рынков аддиктивных товаров;

– этапизировать эволюцию концепций государственного регулирования рынков аддиктивных товаров и систематизировать различные экономические исследования видовых рынков аддиктивных товаров в единую теорию;

– оценить институциональные резервы совершенствования системы государственного регулирования рынков аддиктивных товаров;

– представить в рамках системы государственного регулирования рынков аддиктивных товаров механизм их институционального регулирования;

– разработать методику оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования рынков аддиктивных товаров;

– обосновать стратегию государственного регулирования рынков аддиктивных товаров.

Объект и предмет исследования. *Объектом* исследования являются рынки аддиктивных товаров (алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, электронных сигарет, энергетических напитков, наркотиков, азартных игр) в совокупности их предметно-содержательных характеристики и механизма государственного регулирования.

Предмет исследования – экономические отношения по поводу государственного регулирования рынков аддиктивных товаров.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

Представленные научные положения, выводы и результаты соответствуют Паспорту специальности ВАК 08.00.01 Экономическая теория: п. 1.1. «Политическая экономия: роль и функции государства и гражданского общества в функционировании экономических систем; теория государственного сектора в экономике»; п. 1.2. «Микроэкономическая теория: теория потребительского спроса; теория организации рынков»; п. 1.4. «Развитие институтов хозяйственного механизма в постиндустриальном обществе».

Теоретико-методологическая основа исследования.

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

Проведенное исследование базируется на системно-эволюционном, диалектическом, теоретико-множественном подходах. При описании рынков аддиктивных товаров возникла потребность в синтезе неоклассического подхода с кейнсианским и институциональным. При разработке концепции аддиктивного потребительского поведения важнейшую роль сыграл междисциплинарный синтез экономического знания с экономической социологией, психологией, аддиктологией, наркологией.

В ходе исследования были использованы методы наблюдения, экспертных оценок, анализа, синтеза, аналогии, сравнения, монографический, модель экономического человека, субъектно-объектного, факторного, компаративного, историко-логического, статистического анализа, типологизации, классификации, математического моделирования и сценарного прогнозирования.

Информационно-эмпирическая и нормативно-правовая база

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

Концепция диссертационного исследования заключается в обосновании направлений совершенствования системы государственного регулирования рынков аддиктивных товаров в современной России на основе конкретизации их сущности, структуры, функций, специфики спроса и предложения, анализа эволюции концепций, опыта развития институтов и механизмов регулирования. Поведению субъектов рыночного обращения аддиктивных товаров свойственны выраженные отклонения от стандартных неоклассических моделей. Причинность государственной опеки обусловлена «провалами» рынка при устранении экстерналий, асимметрией информации продавцов и покупателей, социальной детерминацией нормирования спроса и предложения, повышенным статусом для бюджета и политического инструментария, коррупциогенностью и теневой институционализацией рыночных транзакций. Экономическая политика государства на рынках аддиктивных товаров противоположна классическим концепциям и направлена на сокращение спроса и предложения. Эффективные в международной практике методы и инструменты государственного регулирования, в полной мере, не работают в России, поскольку применяются в условиях значительного теневого предложения, коррупции, лоббирования, административных барьеров, низкого уровня административной и предпринимательской этики. Сценарии институционального регулирования рынков

аддиктивных товаров (инерционный, модернизационный, госмонопольный и прогибиционистский) предполагают различные комбинации прогибиционизма и либерализма, монополии и конкуренции, государственного регулирования и рыночного саморегулирования, эффективности и этичности. Государственная монополия по сравнению с рыночной конкуренцией позволит сократить предложение и размеры теневого сектора, повысить цены, уменьшить влияние мотива частной прибыли, увеличить доход бюджета, результативнее соединить фискальный и социальный интересы государства.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в разработке целостной концепции государственного регулирования рынков аддиктивных товаров, механизм спроса и предложения которых имеет существенное отличие от моделей, базирующихся на закономерностях классической теории. Получены следующие результаты исследования, отражающие его научную новизну и личный вклад диссертанта:

1. Обоснованы предметно-содержательные характеристики рынков аддиктивных товаров (структура, специфика спроса и предложения, показатели состояния и развития) и критерии выделения аддиктивных как потребительских товаров: способность вызывать и развивать зависимость (у Г. Беккера, Дж. Стиглера, К. Мерфи, М. Пономаревой - лишь привыкание); повышенный риск физиологических нарушений (у М. Левина, А.Фенько - вред); исключаемость из потребления; изменение психоэмоционального фона принятия решений, формирование мотивации к уходу от реальности. С позиции институционального подхода обоснована концепция аддиктивного потребительского поведения, которая в отличие от известных подходов (Дж.Бернса, Дж. Грубера, Б.Кёзеги, Б. Гордона, Б. Суна, М. Рыжковой), базируется на рутинизированных нормах и моделях действий потребителей по приобретению и использованию средств удовлетворения вредных привычек, специфицированных в системе формальных и неформальных правил, норм, запретов, санкций. Систематизированы экономические особенности аддиктивного потребительского поведения: увеличение предельной полезности аддиктивных товаров с ростом их потребления; обусловленные развитием привыкания сужение

набора традиционных многообразных предпочтений до аддиктивных товаров, снижение эластичности спроса на них, покрытие бюджетного дефицита индивида из криминальных источников, стремление к нулю предельной нормы замещения аддиктивного товара другим; положительная полезность его для индивида и отрицательная для общества.

2. Доказана предпочтительность государственной монополии как формы организации рынков аддиктивных товаров, обеспечивающей сокращение предложения, повышение цен, уменьшение влияния мотива частной прибыли, сокращение теневого сектора, рост доходов бюджета, возможность результативнее соединить фискальный и социальный интересы государства. Построена матрица социально целесообразных форм организации рынков включающая: монопольно-олигополистическое предложение и прогибиционизм для рынков азартных игр и наркотиков; углубление олигополии для рынков табачных изделий и энергетических напитков; сегментно-дифференцированный подход для рынков алкогольной и спиртосодержащей продукции.

3. Раскрыта институциональная специфика формирования спроса и предложения на рынках аддиктивных товаров, связанная с информационной асимметрией субъектов трансакций, наличием эффекта привыкания, высокими входными барьерами, значительным теневым сектором, повышенной активностью государства, высокой вероятностью выхода покупателей за пределы юридических и этических норм в поисках дохода. Установлено, что на рынках аддиктивных товаров теневой сектор иницируется и со стороны предложения, и со стороны спроса, для оценки которого разработана и реализована методика, включающая группы показателей неучтенной, неформальной, скрытой экономической деятельности субъектов предложения и скрытого спроса на товары «двойного назначения».

4. Обоснованы (по критериям типа рынка, преобладающим целям, методам и инструментам) этапы развития системы государственного регулирования отечественного рынка алкогольной продукции: возникновение инструментов регулирования производства и продажи водки (1174-1473гг.); введение «питейной монополии» (1474-1589гг.); развитие регулятивных механизмов в формах «продаж на

вере», государственной монополии, откупной системы (1590-1862гг.); формирование конкурентной модели с лицензированием и акцизным налогообложением (1863-1894гг.); установление государственной монополии (1895-1913гг.) с последующим полным запретом производства и продажи на время войны (1914-1922гг.); государственная монополизация производства и сбыта (1923-1984, 1989-1990гг.); антиалкогольная кампания (1985-1988гг.); демонополизация и приватизация (1991-1993гг.); противоречивое реформирование механизмов государственного регулирования рыночного типа (1994г.-н.в.).

5. Дополнена теория отраслевых рынков целостной теорией рынков аддитивных товаров на основе систематизации сложившихся предпосылок в рамках различных научных школ: противопоставление отечественного госмонопольного течения зарубежному либеральному акцизному регулированию отдельных рынков в период критики меркантилизма и начала классической школы (XVII-XVIIIвв.); имплантация акцизного регулирования в отечественную экономику в период классической политэкономии 20-х гг. XIXв.; расширение объектной структуры исследований потребительского поведения в неоклассической теории (II пол. XIXв.-серед. XXв.); развитие отечественной госмонопольной концепции в экономических школах Германии и марксистской политэкономии (40-е гг. XIXв.-I пол. XXв.); выделение из экономики преступности раздела экономики наркотиков в рамках кейнсианской и неолиберальной парадигм (с 60-х и 80-х гг. XXв.); формирование зарубежной неоинституциональной парадигмы экономической теории аддитивных товаров (с 70-х гг. XXв.) и проникновение ее в отечественные исследования (с начала XXIVв.).

6. Выявлены направления институционального совершенствования системы государственного регулирования рынков аддитивных товаров: обеспечение симметрии статусов субъектов трансакций для минимизации общественных издержек обмена; формирование норм эффективности деятельности субъектов; преодоление противоречия между максимизацией выгод бизнеса, органов государственной власти и минимизацией ущерба общества.

7. Конкретизированы содержание государственного регулирования рынков аддиктивных товаров посредством инструментов воздействия на спрос и предложение, его особенности (политические, социальные и правовые) и институциональный механизм. Разработана методика оценки степени достижения целей государственного регулирования рынков, основанная на расчете интегрального эффекта функционирования видовых рынков, сальдирующего абсолютные значения индивидуальных и внешних экстернальных эффектов в многоуровневом и факторно-ресурсном аспектах.

8. Разработана методика оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка аддиктивных товаров, которая отличается от известных (Э. Авагяна, К. Винника, С. Гузий, А. Соловьева) учетом интересов субъектов спроса, предложения и регулирования. Интегральный показатель включает комплексную оценку эффективности с позиций: государства (коэффициенты соблюдения медицинской безопасной нормы; легальности рынка; уровня эффективной ставки акциза; смертности от отравлений и болезней; алкогольной преступности; заболеваемости алкоголизмом; субъектов предложения (коэффициенты рентабельности затрат; прибыльности; использования мощностей; оплаты труда; правонарушений); субъектов спроса (коэффициенты доступности потребителю; диспаритета цен; качества продукции; стиля потребления).

9. Обоснованы направления совершенствования государственного регулирования отечественных рынков аддиктивных товаров в рамках инерционного, модернизационного, госмонопольного и прогибиционистского (запретительного) сценариев. Доказана наиболее высокая интегральная эффективность мер государственного регулирования рынков в условиях государственной монополии: традиционных (налогообложения; ценообразования; рационализации мест, времени и дней торговли, возрастного ценза; дестимулирования предложения; воздействия на поведение в рискованных условиях; сокращения теневого предложения; предупреждения, диагностики и сокращения негативных последствий аддиктивного потребительского поведения) и перспективных (повышения роли органов здравоохранения и социальной защиты в выработке политики; разработки Концепции государственной

политики сокращения масштабов потребления аддитивных товаров и профилактики аддикций; институционализации лоббирования; дифференцированного регулирования рынков разных видов алкогольной продукции; новых способов контроля качества и легальности продукции; методики расследования незаконного предпринимательства; стимулирования саморегулирования и добровольных институциональных инициатив; научно-обоснованной оценки ситуации на рынках; расширения перечня и возможностей получения информации).

Теоретическая и практическая значимость исследования. Теоретическая значимость результатов исследования состоит в формировании парадигмы экономики аддитивных товаров, расширении научных представлений о логике, факторах институтогенеза аддитивных рыночных структур, системе государственного регулирования рынков аддитивных товаров, что будет способствовать развитию теории потребительского спроса, теории организации рынков, теории государственного сектора в экономике, институциональной экономической теории, а также развитию междисциплинарных взаимодействий в экономической науке. Систематизация имеющихся и создание соответствующих новых данных о состоянии и развитии рынков аддитивных товаров позволяют существенно продвинуть отечественные историко-экономические исследования.

Практическая значимость работы состоит в углубленном анализе институтов и механизмов государственного регулирования рынков аддитивных товаров, разработке направлений совершенствования государственной регистрации и учета информации, методик оценки теневой экономики и социально-экономической эффективности государственного регулирования, формировании механизма институционального регулирования, обосновании сценарного поля институциональных изменений и мер государственного регулирования, реализация которых на практике будет способствовать повышению социально-экономической эффективности государственного регулирования рынков аддитивных товаров. Полученные теоретические выводы и разработанные практические рекомендации могут найти применение в работе органов власти в ходе модернизации законодательства в области регулирования рынков аддитивных товаров.

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

Степень достоверности и апробация результатов. Полученные на различных этапах исследования выводы и результаты представлялись научной общественности в докладах и выступлениях, обсуждались и получили положительную оценку на международных, всероссийских и региональных научных конференциях в 2005–2018 гг. в городах Армавир, Астрахань, Волгоград, Воронеж, Днепропетровск, Люблина, Москва, Одесса, Оттава, Прёмзель, Санкт-Петербург, Стерлитамак, Тара, Уфа, Элиста. В 2006 г. научно-исследовательский проект «Условия и механизм эффективного функционирования предприятий ликероводочной отрасли» поддержан грантом совместного конкурса Международного научного фонда экономических исследований академика Н.П. Федоренко и АНО «Институт перспективных исследований».

Полученные теоретические выводы и разработанные практические рекомендации, содержащиеся в диссертации, нашли применение в работе Комитета по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству Государственной Думы Федерального Собрания РФ, Комитета промышленности и торговли Волгоградской области, Комитета по экономической политике, инновационному развитию, предпринимательству и вопросам собственности Волгоградской областной Думы, Антинаркотической комиссии Волгоградской области.

Публикации. Основные положения диссертации изложены в 53 публикациях по теме исследования общим объемом 81,55 п.л. (авторских 79,25 п.л.), в т.ч. в 3 монографиях, 19 научных статьях в журналах, рекомендованных ВАК при Министерстве образования и науки РФ.

Структура работы. Диссертационное исследование состоит из введения, пяти глав, объединяющих 15 параграфов, заключения, списка литературы, включающего

712 наименований, 17 приложений. Объем работы – 357 с., библиография – 75 с., приложения – 33 с. Диссертационная работа имеет следующую структуру:

ВВЕДЕНИЕ

1 КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ РЫНКОВ АДДИКТИВНЫХ ТОВАРОВ

- 1.1 Позиционирование рынка аддиктивных товаров в парадигме теории благ
- 1.2 Субъектно-объектная структура организации рынков аддиктивных товаров
- 1.3 Концепция аддиктивного потребительского поведения населения

2 ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКАХ АДДИКТИВНЫХ ТОВАРОВ

- 2.1 Типовые формы функционирования рынков аддиктивных товаров
- 2.2 Специфика формирования спроса и предложения на рынках аддиктивных товаров
- 2.3 Теневые формы реализации механизмов взаимодействия спроса и предложения аддиктивных товаров

3 РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ АДДИКТИВНЫХ ТОВАРОВ

- 3.1 Эволюция институтов и механизмов государственного регулирования аддиктивного рынка
- 3.2 Концепции государственного регулирования сферы обращения рынков аддиктивных товаров
- 3.3 Теоретическая база развития системы государственного регулирования современных рынков аддиктивных товаров

4 ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ АДДИКТИВНЫХ ТОВАРОВ

- 4.1 Дихотомия эффективности и этичности правил обращения аддиктивных товаров
- 4.2 Установление институционального паритета участников рынков аддиктивных товаров
- 4.3 Механизм институционального регулирования рынков аддиктивных товаров

5 ИНСТРУМЕНТАРНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ АППАРАТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ АДДИКТИВНЫХ ТОВАРОВ РОССИИ

- 5.1 Оценка эффективности опыта государственного регулирования алкогольного рынка
- 5.2 Сценарный подход к совершенствованию институционального регулирования рынков аддиктивных товаров
- 5.3 Перспективы реализации альтернативных сценариев институционального регулирования рынков аддиктивных товаров

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. По критерию функциональной связи с аддикцией выделены рынки аддиктивных товаров, основными из которых являются алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, электронных сигарет, энергетических напитков, наркотиков, азартных игр. Субъектная структура рынков аддиктивных товаров, характеризующихся индивидуально-психологическими представлениями об их деструктивной полезности, включает взаимосвязанных конституентов и стейкхолдеров, интересы которых гармонизируются эффективной регулятивной политикой. Для оценки состояния и развития видовых рынков аддиктивных товаров систематизированы общие и отраслевые показатели. Разработаны направления совершенствования государственной регистрации и учета информации. Аддиктивное потребительское поведение, основанное на формировании привыкания, выходит за рамки абстрактной модели неоклассического мейнстрима и является моделью ограниченно рационального экономического поведения, имеющей выход на практику, наряду с существующими институциональными и неинституциональными теориями потребительского поведения.

Средства, вызывающие привыкание, являются специфичными благами как для потребителей, поскольку они субъективно полезные, ограниченные, затратные, так и специфичными товарами для субъектов рынка, поскольку их полезность для других и издержки на их создание могут обмениваться, а продажа этих товаров может приносить высокую и гарантированную прибыль. Применительно к рынкам целесообразно рассматривать и оперировать категорией аддиктивные товары.

Классификация аддикции, их объектов и аддиктивного поведения на рис.1. С учетом междисциплинарного и эволюционного подхода уточнена объектная структура аддиктивных товаров. Критериями выделения аддиктивных товаров как потребительских товаров являются: способность вызывать и развивать зависимость психоактивным веществом или поведенческим паттерном; повышенный риск физиологических нарушений; исключаемость из потребления (не являются естественно обусловленными); изменение психоэмоционального фона принятия решений, формирование мотивации человека к уходу от реальности.



Рисунок 1. Классификация аддикции, их объектов и поведения²

С точки зрения экономической теории особенностями аддиктивного потребительского поведения являются: увеличение предельной полезности аддиктивных товаров с ростом их потребления; обусловленные развитием привыкания сужение набора традиционных многообразных предпочтений до аддиктивных товаров, снижение эластичности спроса на них, покрытие бюджетного дефицита индивида из криминальных источников, стремление к нулю предельной нормы замещения аддиктивного товара другим; положительная полезность его для

² Составлено автором по: Руководство по аддиктологии / под ред. проф. В. Д. Менделевича. СПб. : Речь, 2007. С. 24.

индивида и отрицательная для общества.

Субъектная структура рынков аддитивных товаров, характеризующихся индивидуально-психологическими представлениями об их деструктивной полезности, включает взаимосвязанных конституентов и стейкхолдеров, интересы которых гармонизируются эффективной регулятивной политикой (рис.2).

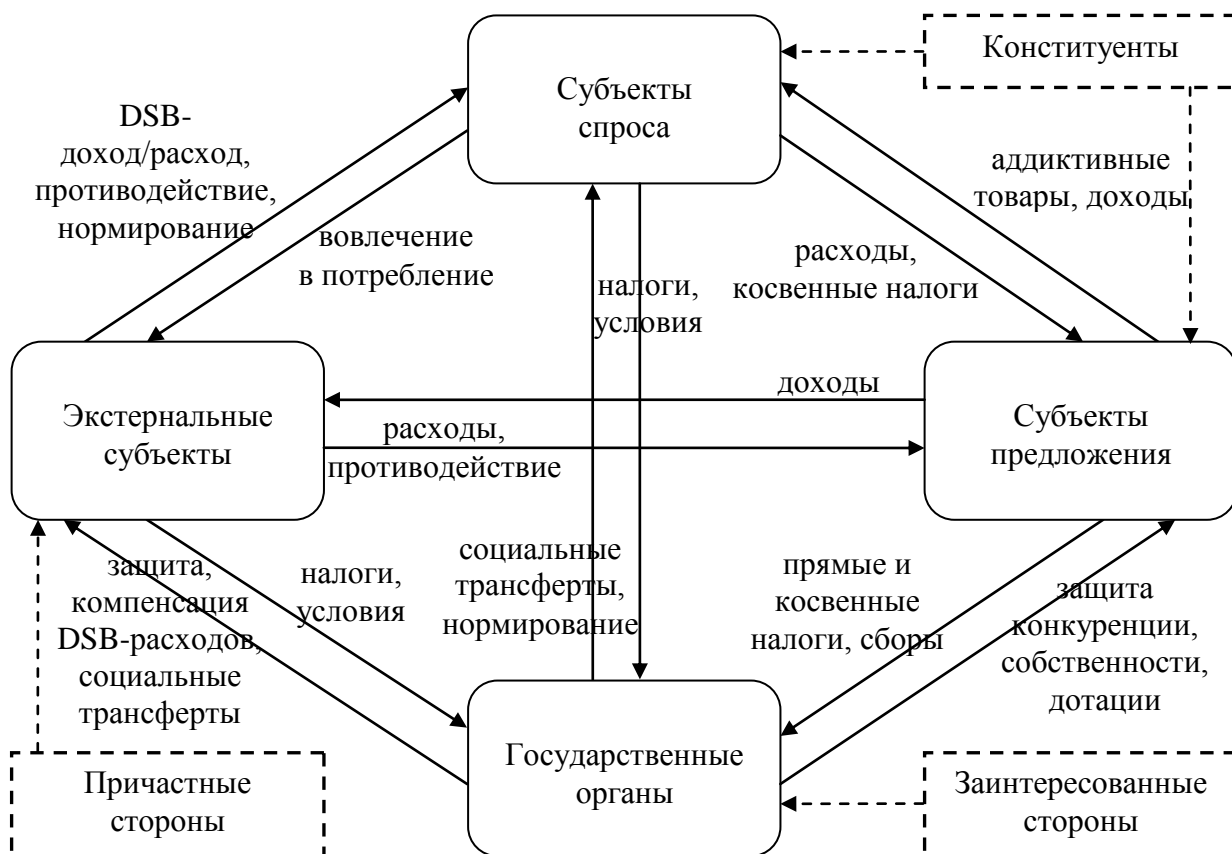


Рисунок 2. Институциональная классификация и взаимосвязь основных субъектов рынков аддитивных товаров³

Экономическая политика государства на рынках аддитивных товаров противоположна классическим концепциям и направлена на сокращение спроса и предложения. Препятствием для продуктивного изучения и эффективного регулирования рынков аддитивных товаров является дефицит институциональной и статистической информации.

Для оценки состояния и развития видовых рынков аддитивных товаров в разрезе субъектов систематизированы общие показатели (потребление на душу взрослого населения; численность заболевших от этиологии связанной с

³ Составлено автором по материалам исследования.

потреблением аддитивных товаров; товары надлежащего качества от отобранных образцов; соотношение эффективной и действующей ставки акциза; удельный вес преступлений, совершенных в состоянии опьянения, в общем количестве; ущерб от несчастных случаев по вине потребителей в состоянии опьянения и др.) и отраслевые (соотношение цены литра отечественной водки обыкновенного качества с ценой килограмма говядины; численность пассивных потребителей табачных изделий; утраченные годы жизни в результате инвалидности; численность постоянных участников азартных игр; средняя ставка и выигрыш и др.). Направлениями совершенствования государственной регистрации информации являются: в статистическом и таможенном учете выделить алкогольные и безалкогольные энергетические напитки, фиксируя данные в натуре; ввести натуральный учет экспорта и импорта табачных изделий и электронных сигарет; организовать учет расходов на регулирование рынков и реализацию мер по снижению уровня потребления аддитивных товаров; применить методологию расчета экономических потерь от смертности, заболеваемости и инвалидизации населения к проблемам, связанным с потреблением аддитивных товаров по видам.

Новой концепцией ограничено рационального экономического поведения, имеющей выход на практику, наряду с институциональными и неоинституциональными теориями потребительского поведения, выходящими за рамки абстрактной модели неоклассического мейнстрима, является теория аддитивного потребительского поведения, которая строится на основе формирования привычки. Каждому уровню условной иерархической структуры конструктивных потребностей человека соответствуют деструктивные, в т.ч. в аддитивных товарах. Аддитивное поведение является деструктивным и девиантным, не всегда психологически иррациональным и не пересекается с экономически иррациональным поведением.

Аддитивное потребительское поведение в институциональном аспекте базируется на рутинизированных нормах и моделях действий потребителей по приобретению и использованию средств удовлетворения вредных привычек, специфицированных в системе формальных и неформальных правил, норм, запретов

и санкций. Хабитуализация потребностей в аддитивных товарах сопровождается рутинизацией действий и моделей поведения, связанных с их удовлетворением, полагая институционализацию способов и видов деятельности по созданию, продвижению аддитивных товаров. Поскольку разнообразные потребности являются эндогенной основой индивидуального поведения, в рамках экономической теории необходим перенос акцента на изучение их аддитивных видов, подлежащих экономической коррекции со стороны государственных и общественных институтов. В институциональном аспекте потребление аддитивных товаров представляет собой приобретение и использование средств (товаров и услуг) для осуществления обусловленных вредными привычками видов деятельности потребителя (аддитивных институций). Индивидуальная модель потребительского поведения базируется на комплексе социальных и экономических институций, агентом которых является потребитель, и которым соответствуют потребности как сигналы о ресурсном дефиците. Интериоризация агентом новой аддитивной институции предполагает преодоление персонального институционального порога, обусловленного конкуренцией конструктивных и деструктивных видов деятельности в индивидуальной модели поведения в связи с объективной ограниченностью времени и ресурсов. Аддитивные институции выступают основным объектом регулятивных интервенций в экономической политике государства и реакции общества.

Экономическое поведение зависимого потребителя имеет особенности. Предельная полезность потребления аддитивных товаров увеличивается по мере роста их потребления в прошлом, что не соответствует традиционным представлениям об убывающей предельной полезности (рис.3).

Аддитивное потребительское поведение согласуется с моделью рационального максимизатора с точки зрения максимизации полезности, но утрата аддиктом чувства бюджетного сдерживания и игнорирование будущих последствий, делают его ограниченно рациональным. В случае тяжелой аддикции следует учитывать внеэкономические причины изменения предпочтений, что актуализирует необходимость институционального подхода.

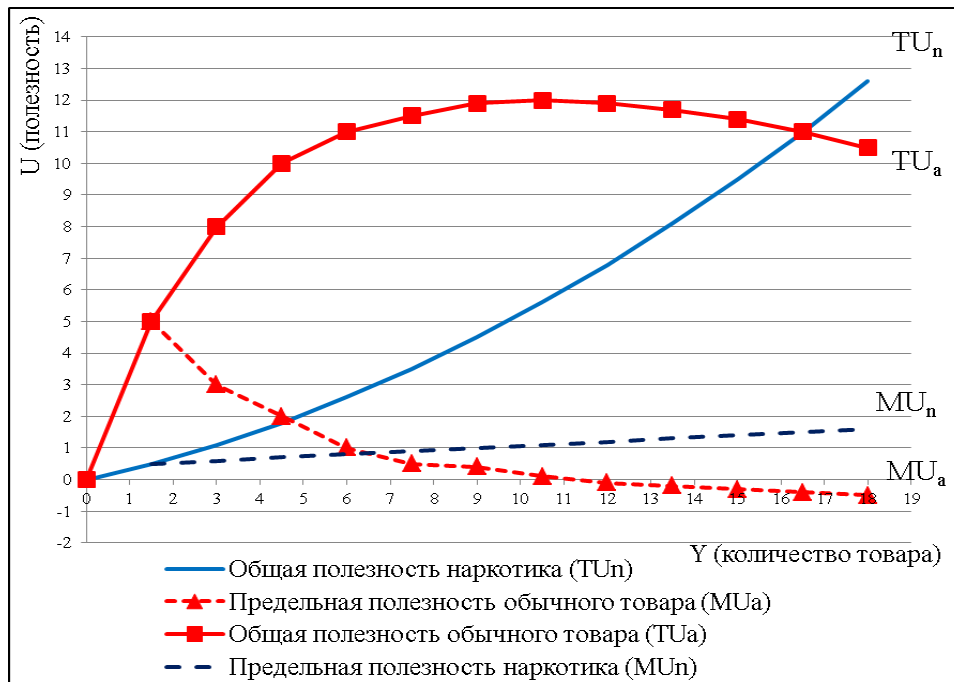


Рисунок 3. Полезность обычного товара и наркотика⁴

На рынках аддиктивных товаров оперируют потребители, спрос которых эластичен по цене и потребители с тяжелой зависимостью, спрос которых неэластичен. С развитием привыкания усиливается безразличие аддикта к широкому спектру товаров, кроме объекта зависимости, и уровень потребления аддиктивных товаров утрачивает связь с бюджетным ограничением (изменением цен и дохода), поскольку дефицит покрывается доходом из криминальных источников. Доход становится производным от цены и потребительских предпочтений, меняется структура предпочтений, что расходится с традиционными представлениями о потребительском поведении. Доход наркомана по законности формирования делится на легальный (Z_{IS}) и криминальный DSB-доход (Z_{DSB}): $Z_{\Sigma} = Z_{IS} + Z_{DSB}$, (1)

В модели экономического поведения полностью зависимого потребителя полезность всех и любых экономических товаров, кроме объекта аддикции, приближается к нулевым значениям. Например, предельная норма замещения тяжелого наркотика любым другим товаром равна нулю ($MRS=0$).

Спрос на аддиктивные товары, как на товары первой необходимости, возникает при любом доходе, растет, постепенно замедляется, и имеет предел насыщения.

⁴ Составлено автором по материалам исследования.

Например, спрос на наркотики не меняется или меняется в меньшей степени, чем цена (эластичность в диапазоне $0 \leq E_p^Y < 1$).

Злоупотребление аддиктивными товарами сопровождается деградацией человеческого капитала индивида по мере роста зависимости. Потребление аддиктивных товаров характеризуется наличием обратной связи между изменением прибыльности человеческого капитала и издержками потребителя. Оценивается показателем доходности (убыточности) применения человеческого капитала (I_Y^{HC}):

$$I_Y^{HC} = \frac{\Delta HC / HC_{n-1}}{\Delta Y / Y_{n-1}}, (2).$$

Где: HC - человеческий капитал, выраженный в доходе; Y - расходы потребителя на аддиктивный товар. Изменения дохода и расхода определяются: $\Delta HC = HC_n - HC_{n-1}$, (3); $\Delta Y = Y_n - Y_{n-1}$, (4).

В практике государственного регулирования рынков аддиктивных товаров необходимо учитывать: инвестиции в снижение деградации человеческого капитала от потребления аддиктивных товаров могут способствовать экономическому росту; наиболее эффективным способом оптимизации потребления аддиктивных товаров является сочетание экономических и неэкономических регуляторов спроса; монопольную власть продавцов на рынках аддиктивных товаров целесообразно регулировать предельными государственными ценами и ассортиментной политикой; для получения государством доходов от аддиктивных товаров вводится акцизное налогообложение или монополизированное предложение.

2. В международной практике функционирующими формами рынков аддиктивных товаров являются: госмонопольная, лицензионно-конкурентная, прогибционистская, медицинская, антипрогибционистская. Их анализ показал особенности государственного регулирования: система государственного регулирования рынка алкогольной продукции зависит от культуры потребления населением; неприятие религиями аддиктивных товаров является причиной запрета их обращения (например, алкогольной продукции и азартных игр); на конкурентном рынке табачных изделий преобладают меры сокращения спроса; рынки электронных

сигарет и энергетических напитков наименее регулируемые; раскол на уровне международной стратегии прогибиционизма наркотиков. Отечественная специфика государственного регулирования проявляется в игнорировании опыта близких по стереотипу потребления алкогольной продукции стран, низкой реализации потенциала регулирования спроса на табачные изделия, создании барьеров развитию игорного бизнеса и новых рынков аддиктивных товаров, нереализованном бюджетном потенциале рынков энергетических напитков и электронных сигарет, вето на либерализацию рынков наркотиков.

На основе анализа опыта функционирования рынков аддиктивных товаров в международной практике отмечены следующие особенности государственного регулирования: система государственного регулирования рынка алкогольной продукции зависит от культуры ее потребления населением – в странах с северным стилем (преобладающее потребление крепкой алкогольной продукции большими дозами) реализована государственная монополия на розничную продажу или другие звенья товародвижения, в государствах с южноевропейской культурой (преимущественное потребление винодельческой продукции и пива небольшими дозами) функционирует рыночная конкуренция с государственным лицензированием; неприятие религией аддиктивных товаров является одной из основных причин запрета их производства, обращения и потребления (например, алкогольной продукции и азартных игр); на конкурентном рынке табачных изделий преобладают государственные меры, ориентированные на сокращение спроса; рынок энергетических напитков на современном этапе наименее регулируем государством, однако, в ряде стран вводятся ограничительные меры вплоть до полного запрета; произошел раскол на уровне международной стратегии прогибиционизма наркотиков в связи с экспериментальной реализацией во многих странах ультра-либеральной политики.

Государственное регулирование основных видовых рынков аддиктивных товаров в России отличается от мировой практики: на рынке алкогольной продукции организована конкурентная система государственного регулирования, а в близких по стереотипу потребления североевропейских странах госмонополия; не реализован

потенциал мер государственного регулирования спроса на табачные изделия; не задействован экономический потенциал рынков электронных сигарет и энергетических напитков; не допускается либерализация на рынке наркотиков; создаются административные барьеры для развития рынков азартных игр и новых аддиктивных товаров (сухого алкоголя, азартных интернет-игр, электронных сигарет).

Теоретически предпочтительность государственной монополии на рынках аддиктивных товаров аргументируется: с социальной точки зрения сокращением объема предложения, установлением более высоких цен, уменьшением влияния мотива частной прибыли; с экономической – сокращением теневого сектора, ростом доходов бюджета. Для сокращения предложения и достижения социальных целей на рынках аддиктивных товаров конкуренцию следует ослаблять.

В таблице 1 представлена характеристика отечественных рынков основных аддиктивных товаров.

Таблица 1. Характеристика рынков основных аддиктивных товаров России в 2015-2017 гг.⁵

Ааддиктивный товар Характеристика рынка	Алкогольная продукция	Табачные изделия	Энергетические напитки	Азартные игры	Наркотики
Признаки конкуренции и монополии					
Количество производителей.	Множ.	Огран.	Огран.	Огран.	Огран.
Количество покупателей.	Множ.	Множ.	Множ.	Множ.	Множ.
Дифференциация продукта.	+	+	+	+	+
Конкурентное ценообразование.	+	–	+	+	–
Затруднение доступа конкурентам.	–	+	+	–	+
Признаки недобросовестной конкуренции.	+	+	+	+	+
Признаки монополистической деятельности.	+	+	–	+	+
Императивы и приоритеты государственного влияния					
Императивы государственных органов, в т.ч.:					
– ограничение вступления на рынок новых фирм;	+	–	–	+	+
– условия производства и обмена;	+	+	–	+	+
– условия потребления.	+	+	–	+	+
Государственные, муниципальные преференции	+	–	–	–	–

⁵ Составлено автором по материалам исследования.

На рынках азартных игр и наркотиков целесообразно сохранение сочетания политики прогибиционизма и монопольно-олигополистического предложения. На сформированных олигополистических рынках табачных изделий и энергетических напитков ее углубление, на рынках алкогольной и спиртосодержащей продукции требуется дифференцированный подход. Водка и ликероводочные изделия, крепленое вино отличаются высоким содержанием спирта, относительно несложной технологией производства, низкой себестоимостью изготовления. Следует стимулировать формирование олигополии их предложения, тогда как на данных сегментах сложилась монополистическая конкуренция.

Олигополия на рынке слабоалкогольных коктейлей и пивных напитков целесообразна, поскольку с целью снижения себестоимости их изготовление основано на добавлении этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок. Изготовление коньяка, коньячных напитков, виски отличается высокой себестоимостью и ценой продажи, поэтому их предложение имеет естественно низкий удельный вес в структуре рынка алкогольной продукции и не требуется ограничивать конкуренцию. Напротив, следует создавать условия для развития производства и повышения качества натуральных виноградных и плодовых вин, пива, сидра, медовухи и пуаре. Поэтому на них приветствуются конкуренция, развитие малого и среднего бизнеса.

3. Эмпирически установлены характеристики механизма спроса (1) и предложения (2) отечественного рынка аддиктивных товаров: 1) ограниченное действие закона спроса на алкогольную продукцию; различная ценовая эластичность по ее видам; с уменьшением дохода аддикта смещение к криминальным источникам; легальная крепкая алкогольная продукция менее доступна, но потребление выше, чем в странах со схожим стереотипом поведения; вход на рынок потребителей затруднен; маркетингу более подвержены дети и молодежь; аддиктивные товары взаимозаменяемые и взаимодополняемые; детерминантами спроса являются прошлое потребление и будущие последствия; 2) цена выступает индикатором экономической заинтересованности государства, которому в ней принадлежит косвенных налогов свыше 70%; государственное регулирование увеличивает издержки производства, меняя конфигурацию рынка; уклонение от акцизов

увеличивает доходность и предложение; акцизное бремя несут потребители; технологическое развитие ускоряет выход на рынок новых аддитивных товаров, опережая меры государственного регулирования; институциональная нестабильность увеличивает риски бизнеса и мотивацию агрессивного маркетинга. Теневая экономика структурно включает скрытый и ненаблюдаемый сегменты: первый охватывает операции и отношения субъектов предложения, скрываемые от органов мониторинга и контроля или маскируемые под легальные транзакции (предложение товаров предназначенных для деструктивного потребления с целью удовлетворения деструктивных потребностей), а также скрытый спрос на товары «двойного назначения», замаскированный в легальном предложении (спрос на товары конструктивного назначения с целью скрытого удовлетворения деструктивных потребностей); второй включает часть рыночного пространства, не охваченную учетом из-за несовершенства инструментов наблюдения, и часть – не включенную в правовое поле (неформальная деятельность).

Институциональная специфика формирования спроса и предложения на рынках аддитивных товаров определяется: информационной асимметрией субъектов транзакций; эффектом интериоризации и хабиитуализации; высокими входными барьерами; значительным теневым сектором; повышенной активностью государства; внеэкономическими причинами изменения предпочтений; высокой вероятностью выхода покупателей за пределы юридических и этических норм в поисках дохода.

Анализ показал ограниченное действие закона спроса на алкогольную продукцию, поскольку в 1992-2015гг. в среднем по видам алкогольной продукции 10 лет из 23 связь между ценой и спросом прямая. Спрос чаще эластичный. Однако, уровни чувствительности спроса к изменению цены различны по видам алкогольной продукции. Так спрос на вина, коньяк и пиво более эластичный (в среднем 15 лет из 23 эластичный), чем на водку и ликероводочные изделия (13 лет из 23 эластичный). Эластичность спроса на нелегальную водку и ликероводочные изделия заметно выше (19 лет из 23 эластичный), чем на легальные (13 лет из 23 эластичный). Причиной чего может быть большая чувствительность к изменению цен низкодоходного населения, которое преобладает в данном сегменте. Реакция потребителей на изменение цены

аддиктивных товаров отлична от поведения покупателей обычных товаров. Государство, увеличивая акциз, не всегда может ожидать роста поступления в бюджет или сокращения потребления и негативных последствий, поскольку совокупный спрос может не измениться, а спрос на легальную продукцию сократится за счет переориентации на нелегальную.

Легальная крепкая алкогольная продукция в России менее доступна, чем во многих развитых странах (для 12-20% недоступна), в т.ч. со схожим стереотипом потребления (Финляндии, Дании, Польше, Великобритании и др.), однако, уровень ее потребления в России выше. Уменьшение дохода аддиктивного потребителя воздействует на время выхода потребителя в поисках криминального дохода. Отсюда очевидно, что такой потенциально эффективный инструмент сдерживания спроса, как налоговая политика будет действенным для свободных от вредных привычек и иметь определенное ограниченное влияние на зависимых потребителей.

На рынках аддиктивных товаров увеличение числа покупателей ограничивается искусственным и естественным путем. На число покупателей велико влияние агрессивного маркетинга продавцов аддиктивных товаров и наиболее уязвимыми группами населения являются дети и молодежь. Аддиктивные товары являются взаимозаменяемыми и взаимодополняющими, что важно для реализации мероприятий переключения с тяжелых аддиктивных товаров на легкие. На предпочтения потребителей в аддиктивных товарах влияют наследственность, религия, социально-психологическое состояние.

Цена разрешенных аддиктивных товаров выступает индикатором экономической заинтересованности бизнеса и государства, которому в ней принадлежит в виде косвенных налогов свыше 70%. Следует преодолеть ориентацию государства на фискальную цель налогообложения. Увеличение цены налогами должно носить целевой характер – обеспечивать компенсацию отрицательных эффектов для общества и подавлять потребности в аддиктивных товарах.

Государственное регулирование рынков аддиктивных товаров увеличивает транзакционные издержки хозяйствующих субъектов и соответственно цены легальных участников, однако предложение остается, изменяя конфигурацию:

расширяется теневое предложение за счет вытеснения легальных хозяйствующих субъектов. С 1993 по 2015 гг. 16 лет из 23, зависимость между изменением легального и нелегального рынков крепкой алкогольной продукции обратная. Между изменением акцизной нагрузки с 76 % в 1993 г. до 42 % в 2015 г. и теневой деятельностью, которая изменилась соответственно с 12 % до 28 %, 13 лет прямая зависимость.

Эффективная ставка акциза на крепкую алкогольную продукцию (EER_{ab}) рассчитывается по формуле:

$$EER_{ab} = \frac{GIF}{RS} \cdot c_{aa}, \quad (5)$$

Где: GIF - валовое поступление акцизов с крепкой алкогольной продукции, руб.; RS - розничная продажа алкогольной продукции, л; c_{aa} - коэффициент перевода в абсолютный алкоголь.

С 1998 г. по 2015 г. эффективная ставка акциза, т.е. которую способен платить потребитель, в среднем ниже в 2,2 раза действующей ставки. Следовательно, государство позволяет контролировать более 50 % рынка крепкой алкогольной продукции теневым структурам.

На рынках аддитивных товаров теневой сектор формируется и со стороны предложения, и со стороны спроса. Структурно теневая экономика на рынках аддитивных товаров включает скрытый и ненаблюдаемый сегменты: первый охватывает операции и отношения субъектов предложения, скрываемые от органов мониторинга и контроля или маскируемые под легальные трансакции (предложение аддитивных товаров предназначенных для деструктивного потребления с целью удовлетворения деструктивных потребностей), а также скрытый спрос на товары «двойного назначения», замаскированный в легальном предложении (спрос на аддитивные товары конструктивного назначения с целью скрытого удовлетворения деструктивных потребностей); второй включает часть рыночного пространства, не охваченную учетом из-за несовершенства инструментов наблюдения, и часть – не включенную в правовое поле (неформальная деятельность), в связи, с чем не являющийся, объектом регулятивных воздействий.

Доля теневого сектора на рынке крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции в 2016 г. составила 69 % (рис.4).

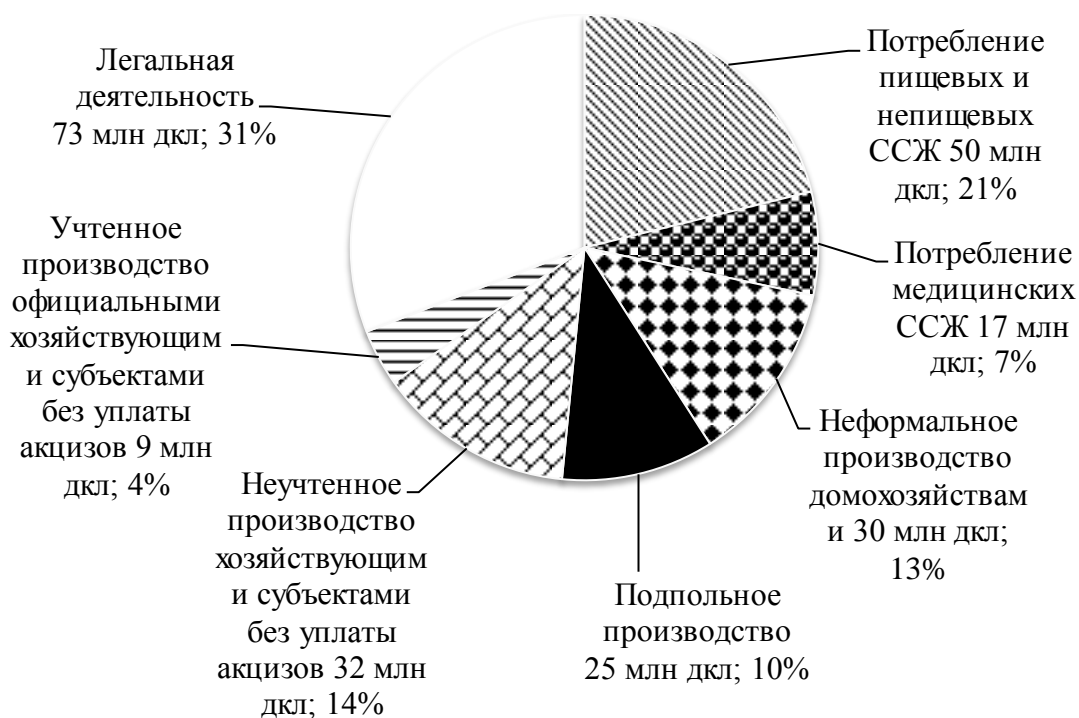


Рисунок 4. Институциональная структура отечественного рынка крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции в 2016 г.⁶

Практические меры государственного регулирования по трансформации инициируемого со стороны спроса теневого рынка аддитивных товаров в социально и экономически приемлемые формы могут включать: контроль над сырьем для производства жидкостей «двойного назначения»; добавление в потенциально аддитивные товары компонентов, исключающих их применение по деструктивному назначению; продажу по рецепту врача; ограничения по отпуску «в одни руки»; ограничение времени продажи спиртосодержащей продукции; введение акцизов на спиртосодержащую продукцию медицинского назначения на уровне водочных акцизов и др.

В институциональной структуре рынка крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции происходят изменения соотношения между легальным и теневым сектором, в структуре теневого сегмента. Эволюция институциональной структуры данного рынка включает: в советский период до 1984 г. преобладало легальное промышленное производство крепкой алкогольной продукции; в 1985-1988 гг. легальный сектор сокращается за счет роста теневого рынка самогона и

⁶ Составлено автором по материалам исследования.

товаров «двойного назначения»; в 1989-1993 гг. теневой рынок вытесняется легальным промышленным производством советских брендов крепкой алкогольной продукции; в 1994-1998 гг. рост теневого рынка импортной алкогольной и спиртосодержащей продукции, отечественного промышленного и кустарного производства из импортного и отечественного спирта фальсифицированной и контрафактной алкогольной и спиртосодержащей продукции; 1999-2009 гг. восстановление легальной деятельности и параллельное промышленное производство официальными субъектами легальной и «освобожденной от акцизов» алкогольной продукции, а также подпольное изготовление в промышленных объемах нелегальными субъектами алкогольной и спиртосодержащей продукции; 2010-н.в. вытеснение промышленного и кустарного цехового производства крепкой алкогольной продукции «освобожденной от акцизов» медицинскими, пищевыми и непищевыми спиртосодержащими жидкостями «двойного назначения».

4. Эволюционная специфика государственного регулирования репрезентативного алкогольного рынка аддиктивных товаров заключается: в доминировании интересов политических и деловых элит над общественными; модификации ограниченного набора методов и инструментов; высоком потенциале институционализации теневых моделей транзакций и дисфункциях механизмов реформ. Фискальные и политические интересы преобладали над социальными. Единственная реформа с целью укрепления человеческого капитала в ущерб интересам бюджета проводилась в годы перестройки.

Эволюция государственного регулирования рынков аддиктивных товаров – процесс развития государственных органов и их образований в зависимости от целей регулирования и состояния объектной области, сопровождающийся изменением форм воздействия, их состава и соотношения; созданием и инновацией методов и инструментов, их модификацией или ликвидацией; переориентацией или полной трансформацией системы в целом. Выделением временных интервалов по критерию форм функционирования рынка алкогольной продукции, преобладающим целям, методам и средствам построена периодизация государственного регулирования рынка алкогольной продукции (табл.2).

*Таблица 2. Периодизация государственного регулирования рынка
алкогольной продукции⁷*

Период	Этап	Содержание
1174-1473 гг.	I	Возникновение исходных компонентов государственного регулирования производства и продажи водки в Древней Руси, включая протекционизм.
1474-1597 гг.	II	Введение первой «питейной монополии» и утверждение водки как источника средств казны.
1598-1862 гг.	III	Развитие институциональных структур и регулятивных механизмов в формах монополии, «продаж на вере», «государственно-частного партнерства» (откупная система) для реализации фискальных и политических целей.
1863-1894 гг.	IV	Формирование конкурентной модели рынка с инструментами государственного регулирования акцизной системы для достижения фискально-социальных целей
1895-1913 гг.	V	Оценка социального вреда и становление государственной водочной монополии для реализации социально-фискальных целей государства.
1914-1922 гг.	VI	Полный запрет на время военных действий .
1923-1984 гг.	VII	Тотальная национализация производства и сбыта алкогольной продукции.
1985-1990 гг.	VIII	Антиалкогольная кампания в условиях перестройки.
1991-1993 гг.	IX	Демонополизация и приватизация.
1994 г. – н.в.	X	Противоречивое конструирование институтов и механизмов государственного регулирования производства, реализации и потребления алкогольной продукции рыночного типа.

Реформирования государственного регулирования рынка алкогольной продукции осуществлялись преимущественно по экономическим причинам и в ущерб долгосрочным стратегическим интересам общества. Единственная реформа, безусловной целью которой было сохранение здоровья нации в ущерб интересам бюджетной сферы государства и бизнеса, проводилась в годы перестройки.

В отечественной практике государственная монополия (1474-1553 гг., 1651-1663 гг., 1681-1705 гг., 1819-1826 гг., 1895-1913 гг., 1923-1984 гг., 1989-1991гг.) показала большую социально-экономическую эффективность по сравнению с другими системами государственного регулирования: продажей питей на вере (1590-1650 гг.); откупной системой или государственно-частным партнерством (1765-1818 гг., 1827-1862 гг.); смешанной (1554-1589 гг., 1664-1680 гг., 1706-1764 гг.); прогибиционизмом (1914-1922 гг., 1985-1988 гг.); конкурентной моделью с лицензированием и акцизным налогообложением (1863-1894 гг., 1992-2018 гг.), в т.ч. с

⁷ Составлено автором по материалам исследования.

элементами государственно-частного партнерства в 2008-2015 гг. В 1895-1913 гг. государственная монополизация розничной продажи алкогольной продукции в России продемонстрировала способность результативнее соединить фискальный и социальный интересы государства.

Отмена в 1990-х гг. сохранявшейся около 70 лет госмонополии и институциональные преобразования привели к ослаблению государственного контроля, усилению лобби, коррупции, созданию предпосылок для получения нелегальными участниками рынка сверхприбыли при уходе от налогообложения и негативным социальным последствиям для общества.

5. Зафиксировано отставание отечественных экономических исследований от зарубежных: в инструментарии государственного регулирования рынков аддиктивных товаров; в целевых установках их государственного регулирования; в объектной структуре. На смену кейнсианской уверенности в запретах и государственном регулировании рынков аддиктивных товаров и противоположному ультралиберальному взгляду их легализации и дерегулирования приходит умеренный неинституциональный подход государственного регулирования, основанный на расчете и сравнении результата реализации альтернатив политики. Современное состояние государственного регулирования рынков аддиктивных товаров позволяет отнести к классу опекаемых товаров алкогольную и спиртосодержащую продукцию, табачные изделия, азартные игры, наркотики. Мотивами их государственной опеки являются: «провалы» рынка при устранении экстерналий; асимметрия информации продавцов и покупателей; дефицит воли потребителей; социальная детерминация нормирования спроса и предложения; повышенный статус для бюджета и политического инструментария; коррупциогенность и теневая институционализация.

Разрозненные исследования «экономики наркотиков», алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, азартных игр и других товаров со стереотипами потребления, основанными на привыкании, объединены в экономику аддиктивных товаров (Рис.5). В развитии экономической теории аддиктивных товаров отмечено восемь периодов.

<p>У. Петти (1662), И. Посошков (1724)</p> <p>I период - критика меркантилизма, начало классической школы (XVII–XVIII вв.)</p>	<p>Н. Мордвинов (1819)</p> <p>II период - классическая политэкономия 20-е гг. XIX в.</p>	<p>Ж. Дюпюи (1844), А. Маршалл (1890), В. Дмитриев (1911), А. Пигу (1920),</p> <p>III период - неоклассическая теория (вторая половина XIX в. – середина XX в.)</p>	<p>Д. Менделеев (1894), С. Витте (1900)</p> <p>IV период - национальные экономические школы Германии (40-е гг. XIX в. – первая половина XX в.)</p>
<p>В. Ленин (1899)</p> <p>V период - марксистская политическая экономия (40-е гг. XIX в. – 30-е гг. XX в.)</p>	<p>С. Роттенберг (1968), Дж. Кох и С. Групп (1971), А. Калвер (1973), М. Мур (1973), С. Литлчайлд и Дж. Уайзман (1984), Г. Баммер (1993), Дж. Батлер и А. Нил (1994)</p> <p>VI период - кейнсианская парадигма экономической теории наркотиков (с 60-х гг. XX в.)</p>	<p>М. и Р. Фридмен (1984), Ф. Нери и Дж. Болдри (1993), Л. Граля (2008)</p> <p>VII период – неолиберальная парадигма экономической теории наркотиков (с 80-х г. XX в.).</p>	
<p>Р. Поллак (1970), Х. Райдер и Дж. Хил (1973), Дж. Стиглер и Г. Беккер (1977), М. Бойер (1978), Дж. Бьюкенен (1980), Г. Уинстон (1980), Ф. Спинуайн (1981), Дж. Полич (1984), Л. Йаннакоун (1984), Р. Бордли (1986), Г. Беккер и К. Мэрфи (1988), Р. Майклз (1988), Т. Бартолд и Х. Хокман (1988), А. Дитон (1989), А. Вагстафф и А. Мейнард (1989), В. Вискузи (1990), Дж. Акерлоф (1991), Ф. Чалупка (1991), Д. Гиерингер (1993), А. Принц (1994), П. Кук и М. Мур (1995), Ф. Чалупка, Дж. Таурас, М. Гроссман (1997), С. Сурханович, Р. Голдфарб, Т. Леонард (1999), Дж. Грубер и Б. Кёзеги (2001), Б. Балтаги и Дж. Гриффин (2002), Л. Андерсон и М. Баск (2003), И. Паласиос-Уэрта (2003), К. Ванген (2004), Вэнь-Чун Чанг (2004), Г. Кларк и С. Данилкина (2006), Ф. Отаке (2006), Б. Гордон и Б. Сун (2007), Д. Ваймер, А. Вининг и Р. Томас (2007), Р. Ванг (2007), Д. Эванс (2013), А. Лаффер (2014) и др.</p>		<p>Л. Тимофеев (2001), Ю. Латов (2001), К. Оглобин (2003), С. Арженовский (2006), Ю. Андриенко и А. Немцов (2006), М. Рыжкова (2007), М. Левин и А. Фенько (2008), Л. Засимова и О. Лукиных (2009), М. Пономарева (2009), К. Филиппов (2010), В. Ким, С. Роцин (2011), С. Ермаков (2012) и др.</p>	
<p>VIII период – неоинституциональная парадигма экономической теории аддиктивных товаров (с 70-х гг. XX в.)</p>			

Рисунок 5. Эволюция экономической теории рынков аддиктивных товаров⁸

Эволюция экономической теории рынков аддиктивных товаров включает этапы: формирование ее элементов на волне противопоставления отечественного

⁸ Составлено автором по материалам исследования.

госмонопольного течения зарубежному акцизному регулированию отдельных рынков в период критики меркантилизма и начала классической школы (XVII-XVIII вв.); имплантация либерального акцизного регулирования в отечественную экономику в период классической политэкономии 20-х гг. XIX в.; расширение объектной структуры исследований потребительским поведением в период неоклассической теории (втор. пол. XIX в.-серед. XX в.); развитие отечественной госмонопольной концепции в период идеологии национальных экономических школ Германии и марксистской политэкономии (40-е гг. XIX в.-перв. полов. XX в.); выделение из экономики преступности раздела экономики наркотиков, представленной за рубежом кейнсианской и неолиберальной парадигмой (с 60-х и 80-х гг. XX в.); формирование зарубежной неоинституциональной парадигмы экономической теории аддиктивных товаров (с 70-х гг. XX в.) и проникновение ее элементов в отечественные исследования (с начала XXI в.).

Установлено отставание развития объектной структуры (30 лет в XXI в.), целевых установок (50 лет в XX в.), инструментария государственного регулирования (сократилось со 150 лет в XIX в. до 17 лет в XXI в.) рынков аддиктивных товаров в российской экономической теории от зарубежных исследований. На смену кейнсианской уверенности в целенаправленных запретах и государственном регулировании рынков аддиктивных товаров и противоположному ультралиберальному взгляду их легализации и дерегулирования, приходит умеренный неоинституциональный подход государственного регулирования (взвешенный антипрогибиционизм), основанный на расчете и сравнении сальдированного социально-экономического результата реализации альтернатив политики. Создание в 90-е гг. XX в. на разрешенных в России рынках аддиктивных товаров (алкогольной и спиртосодержащей продукции, табачных изделий, азартных игр) всеохватывающей системы конкуренции через разгосударствление, демонополизацию и либерализацию экономической деятельности, осуществлялось без учета данных теоретических предпосылок.

Множество аддиктивных товаров пересекается с множествами мериторных, общественных, опекаемых и не имеет области пересечения с баумолевыми товарами.

Современное состояние государственного регулирования рынков аддиктивных товаров позволяет отнести к классу опекаемых товаров алкогольную и спиртосодержащую продукцию, табачные изделия, азартные игры, наркотики. Активизация государственной опеки рынков аддиктивных товаров необходима в целях преодоления асимметрии информации и интернализации экстерналий за счет расширения использования мотивационных и повышения комплексности ограничительных методов государственного регулирования, недопущения пробелов законодательной базы в области новых видов и способов аддикции. Специфические проблемы опеки аддиктивных товаров заключаются в превалировании рестриктивных методов регулирования над мотивационными, создании негативных экстерналий государством, отставании динамики изменений институциональной базы от темпов создания новых видов аддиктивных товаров.

Государственное регулирование рынков аддиктивных товаров – воздействие специальными методами и инструментами на их спрос и предложение с целью эффективной реализации интересов государства. Субъектами государственного регулирования рынков аддиктивных товаров являются органы власти. Государственное регулирование осуществляется на макроэкономическом уровне (например, гармонизация ставок акцизов в странах таможенного союза), на мезоэкономическом уровне (в отраслях, отраслевых объединениях предприятий, в регионах и преемственном местном уровне), на микроэкономическом уровне экономической системы (через государственную собственность в предприятиях).

Основными источниками государственного регулирования является бюджет и внебюджетные фонды. Объектами государственного рынков аддиктивных товаров выступают условия, ресурсы, факторы, процессы, отношения, элементы и сектора их обращения. Границы государственного регулирования рынков аддиктивных товаров определяются его целями. Средства государственного регулирования рынков аддиктивных товаров могут полностью вытеснить рыночное саморегулирование (например, через запрет, абсолютное участие государства в собственности), частично (например, установление минимаксного уровня цен и рыночное саморегулирование в их диапазоне).

Цель государственного регулирования определяет методы и инструменты регулирования. Методы государственного регулирования – способы практического осуществления управленческой деятельности органами государственной власти и/или созданными при их участии органами, реализации определенного типа воздействия. Для реализации методов регулирования выбираются адекватные инструменты с учетом реального состояния объекта регулирования, состава и содержания ключевых задач исправления отношений. Средства воздействия на объекты, преобразования и создания объектов государственного регулирования рынков аддитивных товаров называются инструментами. Государством используется широкий комплекс экономических и административных инструментов регулирования рынков аддитивных товаров.

б. Взаимосвязь вредных привычек и институтов представлена в контексте логики аддитивного институтогенеза, включающего стадии хабитуализации деструктивных потребностей, рутинизации девиантных моделей поведения, экспансии институций и институтов. Современная ситуация в сфере производства, оборота, потребления и регулирования аддитивных товаров характеризуется жестким противопоставлением этики и эффективности, состоянием институционального диспаритета между субъектами по поводу реализации их социально-экономических интересов. Представители индустрии аддитивных товаров должны выйти из экспертных групп при органах, формирующих государственную политику; депутаты и госслужащие – декларировать отсутствие конфликта интересов; необходима открытость проявления лоббизма. Минимизация трансакционных издержек преодоления институциональных противоречий между регуляторами и субъектами обращения аддитивных товаров возможна при поддержании институционального паритета.

Механизм реализации разнонаправленных экономических интересов на рынках аддитивных товаров является сложной противоречивой системой, ядро которой составляют социально-экономические институты. Разнокачественные привычки оказывают, как схожее, так и разнонаправленное влияние на эволюцию социально-экономических институтов и формирование их статуса.

Институциональное развитие рынков аддитивных товаров основывается на экспансии вредных привычек и формировании комплементарных институтов. Общую логику аддитивного институтогенеза можно представить следующим образом: неоднократное осуществление аддитивных действий → закрепление аддитивной потребности → развитие на ее базе аддитивных предпочтений → возникновение вредной привычки → рутинизация девиантной модели поведения → локальное или массовое распространение аддитивных институций (видов аддитивного потребления) → расширение связанных групп субъектов рынков аддитивных товаров → развитие аддитивных институтов (норм, ценностей, убеждений, стереотипов и др.) → формирование и изменения институтов системы государственного регулирования (правил, стандартов, процедур и др.). Институты являются фактором устойчивости, как продуктивных форм действий, так и аддикций, поэтому борьба с вредными привычками является неотъемлемой частью системы государственного регулирования рынков аддитивных товаров.

В институциональной среде групповые ограничения и предпочтения институциональных субъектов сталкиваются, конфликтуют. Их совпадение приводит к институциональному согласию, а несовпадение к институциональным противоречиям. С целью преодоления институциональных противоречий, взаимодействие между институциональными субъектами может выстраиваться по горизонтальному типу (паритет, партнерство, согласование), либо по вертикальному (иерархия, подчинение). Возникновение и несвоевременное их разрешение может негативно влиять на экономическое развитие общества. Минимизация уровня транзакционных издержек преодоления институциональных противоречий между группами субъектов возможна при поддержании институционального паритета. Институциональный паритет на рынке аддитивных товаров – социально установленная симметрия статусов субъектов транзакции аддитивных товаров для обеспечения их номинального равенства, реализующая императив минимизации общественных издержек обмена в данной сфере.

Диагностика современной ситуации в сфере производства, оборота, потребления и регулирования аддитивных товаров позволяет говорить о состоянии

институционального диспаритета между однородными и разнородными субъектами по поводу реализации социально-экономических интересов. Институциональный диспаритет определяется, как асимметрия прав, возможностей и ресурсов между декларируемо равными по институциональному статусу сторонами взаимоотношений.

Институциональное развитие рынков аддитивных товаров – непрерывное формирование, разрушение и смена внутренне противоречивых моделей поведения участников транзакций в организации их взаимодействий на основе сложившихся статусов и ценностей в рамках актуальных социальных норм и правил.

В сфере аддитивных товаров следует установить норму или границы эффективности каждого институционального субъекта с учетом их интересов. Институциональная норма эффективности функционирования рынков аддитивных товаров – это нормативно утвержденное, социально признанное, эволюционно сложившееся отношение между результатами и затратами деятельности легитимных субъектов адекватно их статусам, представляемое в виде референсного диапазона значений показателей. На современном этапе в сфере аддитивных товаров в России институционализация норм эффективности не завершена, субъекты не стремятся соблюдать действующие нормы, в результате формируются диспаритеты и углубляются противоречия интересов.

Теорию и практику социально-экономической эффективности производства, обращения и государственного регулирования рынков аддитивных товаров не следует сужать до рамок позитивной экономической теории и рассматривать в качестве ценностно-нейтральной, а напротив, следует включить ценностные ориентации и изучать в органической связи с этикой. Жесткое противопоставление эффективности и этики экономических отношений на рынках аддитивных товаров представляет собой значительный институциональный барьер на пути их устойчивого социально-ориентированного развития. Дихотомия этичности и эффективности выражает противоречие между максимизацией выгоды бизнеса и минимизацией ущерба общества. Этика эффективности – комбинация морально-нравственных ценностей и убеждений, детерминирующих действия субъектов на рынках аддитивных товаров наряду с рыночными и административными стимулами.

Представители индустрии аддитивных товаров должны выйти из экспертных групп при органах, формирующих государственную политику; депутаты и госслужащие обязаны декларировать отсутствие конфликта интересов; необходима открытость проявления лоббизма.

7. Множественности интересов сторон и равновесий в рыночной системе аддитивных товаров соответствует множественность параметров институтов. Возникающие противоречия, низкая социально-экономическая эффективность саморегулирования, актуализируют модификацию, трансформацию или создание механизма институционального регулирования рынков аддитивных товаров, включающего структурно и функционально: блок выбора субъектом цели (субъекты, цель, параметры, показатели); блок реализации решений по достижению поставленной цели (методы, инструменты, формы, объекты, результат); блок наблюдения и оценки нового состояния системы, результатов процесса преобразования (показатели, анализ, диагностика); блок определения корректирующих мер, при наличии отклонений от целевых значений.

Институциональное регулирование рынков аддитивных товаров – воздействие на их предложение и спрос, включающее, политические, социальные и правовые структуры, нормы и правила, в целях обеспечения равновесий в определенных транзакциях в соответствии с требованиями традиционно существующего или легитимно установленного обществом института к поведению, стратегиям и интересам субъектов. Предполагает закрепление в обществе соответствующим механизмом.

Механизм институционального регулирования рынков аддитивных товаров – устройство системы трансформационного воздействия традиционно существующего или легитимно установленного обществом института на многообразие действительных конкретных взаимоотношений субъектов предложения и спроса аддитивных товаров. Он представлен совокупностью взаимосвязанных и взаимодействующих блоков, частей, элементов при наличии между ними, с одной стороны, внутренней упорядоченности и согласованности, а с другой – дифференциации и автономности (рис.б).

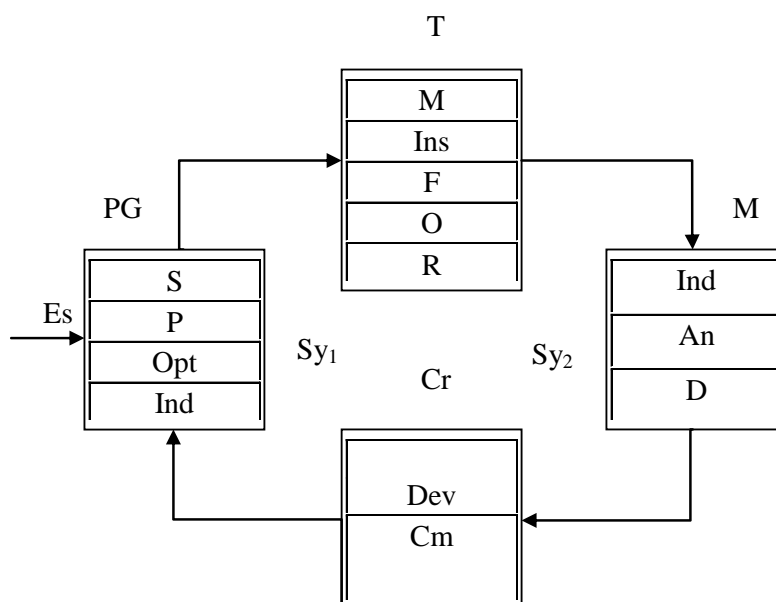


Рисунок 6. Процессная модель механизма институционального регулирования рынков аддиктивных товаров⁹

Где: Es – сигналы из внешней среды; PG – целегенератор; T – трансформатор; M – монитор; Cr – корректор; Sy₁, Sy₂ – исходная и преобразованная система; S – субъекты; P – цель; Opt – параметры; Ind – показатели; M – методы достижения; Ins – инструменты достижения; F – формы использования средств; O – объекты воздействия; R – результат, An – анализ; D – диагностика; Dev – отклонения от целевых значений; Cm – корректирующие меры.

Возникающие противоречия, низкая социально-экономическая эффективность саморегулирования, информация о которых поступает из внешней среды (Es) субъекту в виде сигналов, актуализируют модификацию, трансформацию или создание механизма институционального регулирования рынков аддиктивных товаров на основе исходных условий, ресурсов и состояния внешней среды. Для оценки исходного состояния системы (Sy₁) нужно сначала сформулировать цель (P), исходя из которой устанавливаются ее параметры (Opt) и показатели (Ind) их отражающие.

Система субъектов механизма институционального регулирования рынков аддиктивных товаров является многоуровневой, поскольку включает хозяйствующие организации, их союзы и ассоциации; государство как организацию, представляющую интересы общества; волонтерские движения, общественные объединения и

⁹ Составлено автором по материалам исследования.

организации, занимающиеся профилактикой потребления; религиозные конфессии, неправительственные и общественные организации в государственной и негосударственной системе реабилитационной помощи потребителям и третьим лицам; индивидов как представителей организаций.

В механизме институционального регулирования рынков аддиктивных товаров интегральным субъектом является государство, обеспечивающее создание, моделирование и продвижение институциональных требований в хозяйственную и потребительскую среду. Государство фильтрует дифференциальные цели и определяет интегральную цель механизма, в зависимости от которой будет осуществляться выбор методов, инструментов и форм институционального регулирования рынков аддиктивных товаров. Интегральная цель и «дерево» дифференциальных целей позволяют создать концепцию развития институционального регулирования, вектор институциональных преобразований, институциональных субъектов, способных их реализовать.

Концепция определяет стратегию действий, пути решения задач, последовательность достижения дифференциальных целей. Чтобы реализовать концепцию создается институциональная программа, в которой отражаются поэтапные меры, согласованные по содержанию, срокам, инструментам и формам осуществления действий, направленных на интегральную цель. Методы (способы) (M) и инструменты (средства) достижения целей (Ins), а также формы использования средств (F) представлены в трансформаторе. Инструментами механизма институционального регулирования рынков аддиктивных товаров являются нормы, правила, контракты, санкции. Объектом механизма являются процессы предложения и спроса аддиктивных товаров. Воздействуя на объект выбранными методами и инструментами в определенных формах, получаем результат – измененное состояние системы (Sy_2), который требуется верифицировать. Мониторинг и оценка измененного состояния объекта в системе критериев включает показатели (Ind), анализ (An), диагноз (D). Матрица издержек и выгод от рынков аддиктивных товаров, распределенных по эффектам субъектов и типам капитала представлена в таблице 3.

Таблица 3. Модель оценки основных эффектов обращения аддитивных товаров¹⁰

Уровни эффектов (L) Типы капитала (C)		Общественные	Государственные	Хозяйственные (групповые)	Потребительские (индивидуальные)	$L = \{So, St, G, I, \dots\}$ $l \in L$
		So	St	G	I	
Человеческий	H	поражение генофонда, убийства и причинение вреда здоровью третьих лиц, прерывание беременности, ... / выгоды от применения в военных целях, ...	потери в связи с сокращением трудоспособности, ... / выгоды в связи с применением в военных целях, ...	потери от травматизма, снижения производительности труда, ... / повышение производительности труда, ...	отравления, сокращение продолжительности жизни, травмы, ... / улучшение здоровья от применения в медицине, ...	$\sum_{l \in L} E_{Hl}$
Технический	T	повреждение технических средств третьих лиц в авариях, пожарах, ДТП, ...	потери от порчи государственного и муниципального имущества, ...	расходы на ремонты, ... / доходы от новых технических средств, ...	порча средств труда, ... / выгоды от приобретений у аддиктов, ...	$\sum_{l \in L} E_{Tl}$
Материальный	M	загрязнение окружающей среды, кражи, аварии, пожары, ...	потери от порчи государственного и муниципального имущества, ...	снижение качества продукции, ... / выгоды от создания новых материалов, ...	порча предметов труда, ... / выгоды от приобретений у аддиктов, ...	$\sum_{l \in L} E_{Ml}$
Институциональный	Ins	потери от маргинализации, криминализации, распространения субкультуры аддиктов, ...	расходы на нормативно-правовое обеспечение, потери от институциональных ловушек, ... / выгоды от институтов, ...	расходы на разработку приказов, санкции контролирующих органов, ...	потери от снижения статуса, ... / выгоды от нового статуса, ...	$\sum_{l \in L} E_{Insl}$
Организационный	O		расходы на органы власти, правосудия, полицию, социальные службы, ...	расходы на медицинский контроль, видеонаблюдение, ...	потери от деградации навыков, опыта работы, ...	$\sum_{l \in L} E_{Ol}$
Информационный	Inf	потери от неполноты и асимметрии информации, ...	потери от информационных «ловушек», ... / выгоды от снижения коммуникационных барьеров, ...	расходы в связи с потерей информации, ... / выгоды от снижения коммуникационных барьеров, ...	потери от деградации интеллекта, знаний, ... / выгоды от снижения коммуникационных барьеров, ...	$\sum_{l \in L} E_{Infl}$
Финансовый	F	затраты на содержание преступников, обеспечение правопорядка, медицину, ...	расходы на профилактику, лечение, пособия, ... / налоги, взносы, сборы, роялти, прибыль, экономия на пенсиях, ...	расходы на поиск персонала, лечение зависимости, ... / дивиденды, заработная плата, ...	различные финансовые потери, налоговые платежи, ...	$\sum_{l \in L} E_{Fl}$
$C = \{H, T, M, Ins, O, Inf, F, \dots\}$ $c \in C$		$\sum_{c \in C} E_{CSo}$	$\sum_{c \in C} E_{CSt}$	$\sum_{c \in C} E_{CG}$	$\sum_{c \in C} E_{CI}$	$\sum_{\substack{c \in C \\ l \in L}} E_{Cl}$

¹⁰ Составлено автором по материалам исследования.

Значения полученных дифференциальных показателей и интегрального эффекта (Ind) позволят провести анализ (An) и судить о достижении целей институционального регулирования рынков аддитивных товаров в масштабах общества, государства, предприятий, индивидов и т.д. В процессе распознавания проблемы с использованием принятой в экономике терминологии устанавливается диагноз (D) состояния преобразованной системы (Sy_2). По полученным отклонениям от целевых значений (Dev) вводятся корректирующие меры (Cm), которые могут заключаться в изменении установленных ранее норм и правил. Эффекты можно оценивать по видам аддитивных товаров. Субъектная классификация также может быть расширена такими группами как предприятие, отрасль, регион и др.

8. Показатели методики оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка аддитивного товара учитывают специфику алкогольной отрасли, отражают интересы триумvirата стейкхолдеров, опираются на регулярную эмпирическую информацию. В 1994-2015 г. интегральный показатель социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка алкогольной продукции достиг наибольшей величины 70 % в 2012г. Для его роста с учетом позиций государства, бизнеса и потребителей, целесообразна реализация государственных мер противодействия теневой деятельности, что позволит повысить легальность рынка, поступления налогов и сборов, прибыльность, использование мощностей легальных организаций и сократить диспаритет цен, преступность в состоянии опьянения, правонарушения в алкогольной сфере. В 1960-2015гг. теневой сектор был наименьшим в периоды государственной монополии на производство, оборот и розничную торговлю алкогольной продукцией (1960-1984гг. и 1989-1991гг.).

Разработанная методика оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка аддитивного товара реализована на примере функционирования рынка алкогольной продукции в 1960-2015 гг. Включает анализ относительных показателей (коэффициентов), отражающих степень отклонения фактически достигнутых результатов от нормативов или прогнозных значений (табл.4).

Таблица 4. Показатели оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка алкогольной продукции¹¹

Субъекты	Показатели
Регулирования	<p>1. Кмбн = Медицинская безопасная норма потребления АП*, (л абс. алк на взрос. человека в год) / Фактическое потребление АП, (л абс. алк на взрос. человека в год),</p> <p>2. Клр = Реализовано на внутреннем рынке АП, (дкл) / Розничная продажа АП населению, (дкл),</p> <p>3. Ксаэ = Эффективная ставка акциза, (руб.) / Действующая ставка акциза, (руб.),</p> <p>4. Ксно = Прогнозируемая смертность населения от случайных отравлений АП, (тыс. чел) / Фактическая смертность от случайных отравлений АП, (тыс. чел),</p> <p>5. Кснб = Прогнозируемая смертность населения от болезней, связанных с употреблением АП, (тыс.чел) / Фактическая смертность от болезней, связанных с употреблением АП, (тыс. чел),</p> <p>6. Кфам = Фактические средства на реализацию мер по снижению потребления АП и ослаблению последствий алкоголизма, (руб.) / Средства на реализацию мер по снижению потребления АП и ослаблению последствий алкоголизма, предусмотренные целевыми программами, (руб.)</p> <p>7. Кап = Прогнозируемая доля преступлений, совершенных лицами в состоянии алкогольного опьянения в общем количестве зарегистрированных преступлений, (%) / Фактическая доля преступлений, совершенных лицами в состоянии алкогольного опьянения в общем количестве зарегистрированных преступлений, (%),</p> <p>8. Кбав = Прогнозируемая численность больных с диагнозом алкоголизм и алкогольный психоз, установленным впервые, (чел на 100 тыс. чел населения) / Фактическая численность больных с диагнозом алкоголизм и алкогольный психоз, установленным впервые, (чел на 100 тыс. чел населения),</p> <p>9. Кбау = Прогнозируемая численность больных с диагнозом алкоголизм и алкогольный психоз на учете в медицинских учреждениях, (на 100 тыс. чел населения) / Фактическая численность больных с диагнозом алкоголизм и алкогольный психоз на учете в медицинских учреждениях, (на 100 тыс. чел населения).</p>
Предложения	<p>1. Крз = Фактическая рентабельность затрат, (%) / Рентабельность затрат, достаточная для расширенного воспроизводства, (%),</p> <p>2. Кпо = Количество прибыльных организаций в промышленности, (шт.) / Общее количество организаций в промышленности (шт.),</p> <p>3. Ким = Фактически произведено АП, (дкл) / Действующие мощности, (дкл),</p> <p>4. Кот = Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций алкогольной промышленности, (руб.) / Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в РФ, (руб.),</p> <p>5. Кпас = Прогноз нарушений законодательства при производстве и обороте этилового спирта и АП, (шт.) / Фактически выявлено нарушений законодательства при производстве и обороте этилового спирта и АП, (шт.).</p>
Спроса	<p>1. Кдп = Доступность легальной АП населению РФ по среднедушевым доходам,</p> <p>2. Кдц = Цена нелегальной АП, (руб.) / Цена легальной АП, (руб.),</p> <p>3. Ккп = АП соответствующая стандарту качества, (дкл) / Общий объем проинспектированной АП, (дкл),</p> <p>4. Ксп = Рекомендуемая доля крепкой АП в общем потреблении АП, (%) / Фактическая доля крепкой АП в общем потреблении АП, (%).</p>

Примечание: * АП – алкогольная продукция.

¹¹ Составлено автором по материалам исследования.

Использование нормативов или прогнозов, как индикаторов будущего состояния системы важно, поскольку ориентирует управление на долгосрочную социально-экономическую эффективность, которую затруднительно наблюдать напрямую.

Методический аппарат оценки социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка алкогольной продукции учитывает наличие регулярной эмпирической информации служб государственной статистики и других организаций, специфику отрасли, интересы триумвирата стейкхолдеров (рис.7).

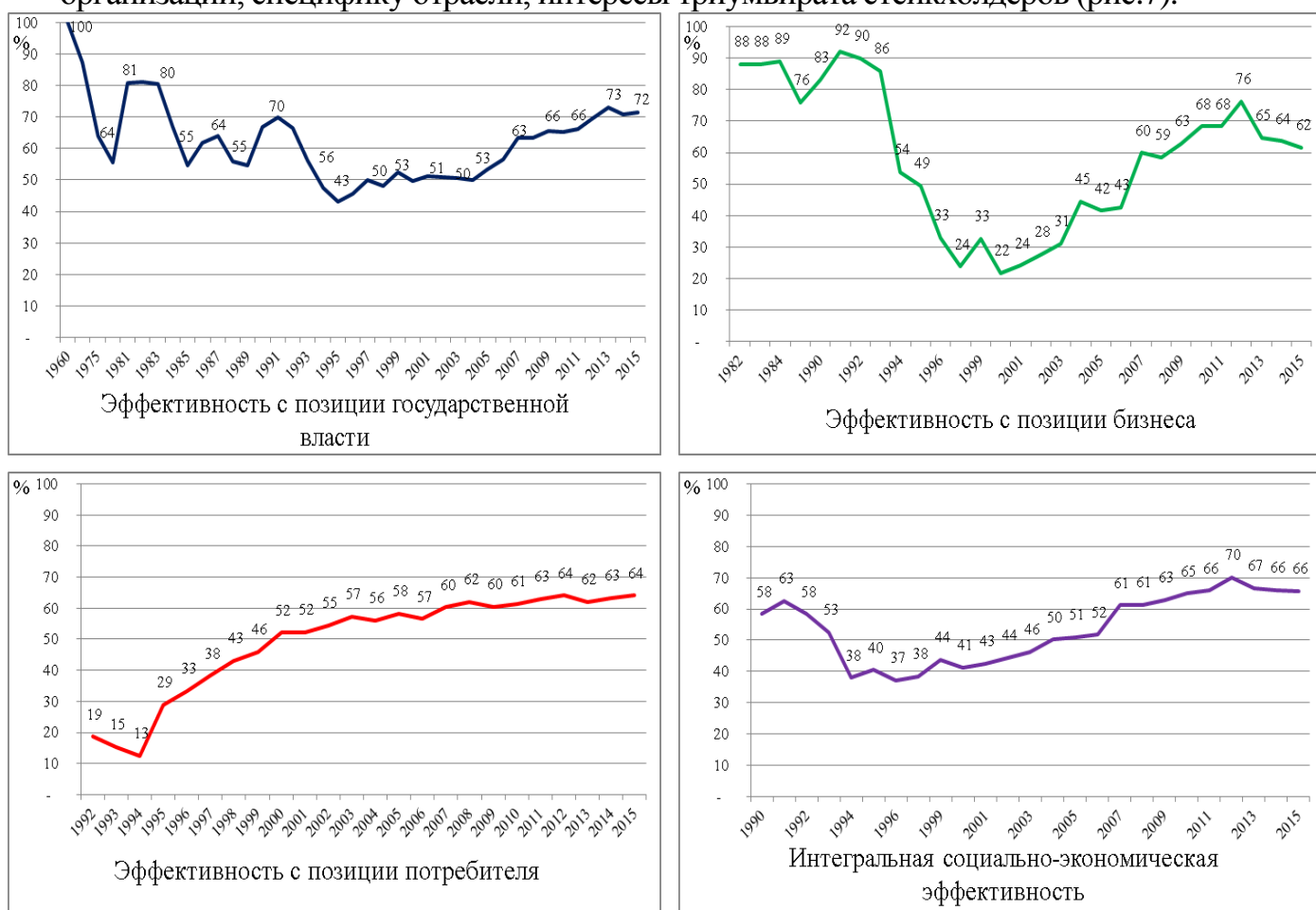


Рисунок 7. Эффективность государственного регулирования алкогольного рынка¹²

В 1960-2015 гг. теневой сектор был наименьшим в периоды, когда действовала государственная монополия на производство, оборот и розничную торговлю алкогольной продукцией (1960-1984 гг. и 1989-1991 гг.). В 1990-2015 г. интегральный показатель социально-экономической эффективности государственного регулирования рынка алкогольной продукции достиг наибольшей величины в 70 % в

¹² Составлено автором по материалам исследования.

2012 г. Для его повышения с учетом позиций государства, бизнеса и потребителей, рекомендуются государственные меры противодействия теневой деятельности, позволяющие увеличить легальность рынка, поступления налогов и сборов, прибыльность и использование мощностей легальных организаций, сократить диспаритет цен, преступность в состоянии опьянения и правонарушения.

9. Сценарии изменений институционального регулирования отечественных рынков аддитивных товаров выражают уровень рестриктивности в механизме их регулирования через отношение политики прогибционизма к политике либерализма. Задача государственного регулирования заключается в том, чтобы либерализм и прогибционизм уравновесили друг друга. Факторами сохранения или перехода к сценариям являются политические, экономические, социальные, внешнеэкономические, чрезвычайные. Инерционный сценарий предполагает сохранение, поддержание и укрепление имеющихся институтов и механизмов государственного регулирования рынков с их дисфункциями. Модернизационный сценарий включает создание контрактной системы ГЧП, означающей формальную институционализацию сложившейся неформальной системы ограничений доступа на рынки, а также комплекс управленческих решений по реформированию. Госмонопольный сценарий заключается в реализации комплекса мер в условиях государственной сети специализированных розничных магазинов продажи аддитивных товаров. Прогибционистский сценарий означает полный запрет их производства, обращения и потребления.

Анализ отечественных и мировых тенденций в развитии институционального регулирования рынков аддитивных товаров позволили синтезировать пул альтернативных сценариев осуществления данных процессов в России:

А (инерционный сценарий). Направлен на сохранение, поддержание и укрепление действующих институтов и механизмов государственного регулирования рынков аддитивных товаров с их принципиальными недостатками.

В (модернизационный сценарий). Предполагает модернизацию институтов, проведение комплекса мер по сокращению бремени негативных последствий связанных с потреблением аддитивных товаров и адекватному использованию

социально-экономического потенциала отраслей в условиях различных форм функционирования отраслей аддиктивных товаров. Включает перечень целесообразных управленческих решений по реформированию существующей системы функционирования рынков аддиктивных товаров.

С (госмонопольный сценарий). Основывается на создании, функционировании новых институтов и проведении комплекса мер в условиях введения государственной монополии на розничную реализацию аддиктивных товаров.

Д (прогибиционистский сценарий). Заключается в полном запрете производства, предложения и потребления в немедицинских целях любых аддиктивных товаров.

Факторами сохранения или перехода к сценариям являются политические, экономические, социальные, внешнеторговые, чрезвычайные. Введение государственной монополии в кризисной экономической ситуации в краткосрочной перспективе может обеспечить приток финансовых средств в бюджет. На рынке алкогольной и спиртосодержащей продукции правительством реализуется план монополизации спиртовой промышленности. Лоббистским усилиям транснациональных табачных компаний и производителей энергетиков будут противопоставляться жесткие экономические и административные меры, направленные на сокращение потребления табачных изделий и энергетических напитков. Игровой рынок также становится объектом внимания государства с точки зрения пополнения бюджета путем открытия дополнительных игровых зон. Международный опыт легализации наркотиков не находит поддержки у российской общественности и власти, поэтому здесь сохранится инерционное развитие.

Анализ основных факторов низкой эффективности мер государственного регулирования спроса и предложения на основных отечественных рынках аддиктивных товаров показал, что ни одна из эффективных в международной практике мер минимизации негативных экстерналий и адекватного использования экономического потенциала отраслей в полной мере не работает в России, поскольку они применяются в условиях существования значительного неформального и теневого

предложения, коррупции в органах власти, лоббирования, административных барьеров, низкого уровня административной и предпринимательской этики.

Модернизационный сценарий предусматривает создание контрактной системы государственно-частного партнерства в сфере производства, оборота, распределения аддиктивных товаров как механизма взаимодействия государства и бизнеса. Он означает формальную институционализацию сложившейся неформальной системы ограничений доступа на рынок, его территориального или иного распределения между участниками. Перспективными мерами институциональных изменений регулирования рынков аддиктивных товаров являются: повышение роли органов власти в сфере здравоохранения и социальной защиты населения в выработке политики; разработка Концепции государственной политики сокращения масштабов потребления аддиктивных товаров и профилактики аддикций; институционализация лоббирования; раздельное государственное регулирование видовых рынков алкогольной продукции; новые способы оперативного контроля качества продукции, идентификации ее подлинности и свойств; методическое развитие расследования незаконного предпринимательства; стимулирование саморегулирования и добровольных институциональных инициатив; научно-обоснованная оценка и мониторинг ситуации на рынках; расширение перечня и возможностей получения открытой информации.

Госмонопольный сценарий заключается в поэтапной организации государственной сети специализированных розничных магазинов по продаже группы аддиктивных товаров. В среднесрочной перспективе монополизация розничной торговли исключит попадание в сеть продукции, незаконно освобожденной от налогов, приведет к контролю над производством, дистрибуцией, импортом и экспортом аддиктивных товаров.

В условиях прогибиционистского сценария следует предположить, что сложившийся высокий уровень теневой деятельности на рынке алкогольной продукции и табачных изделий не будет снижен, а может увеличиться, поскольку, по оценкам ВЦИОМ и Минздрава, 31-38 % взрослого населения являются их потребителями. Прочно укоренившееся в обществе потребление приобрело масштаб,

который не удастся в краткосрочной перспективе сократить тотальным запретом. Потребляли наркотиков по данным ФСКН около 6 % взрослого населения, их потребление не укладывается в социальные нормы, поэтому должно сдерживаться тотальным запретом. Привычка к азартным играм также не достаточно укоренилась, поэтому, прогибиционистский сценарий может способствовать сдерживанию и постепенному снижению уровня теневой деятельности.

На основе проведенного анализа составлен рейтинг эффективности мер государственного регулирования в условиях сценариев (табл.5).

Таблица 5. Рейтинг эффективности мер государственного регулирования на рынках аддитивных товаров¹³

Меры	Сценарии			
	A	B	C	D
1. Сокращение теневой экономической деятельности, реализации продукции домашней выработки, суррогатов.	4	2	1	3
2. Экономическая доступность.				
2.1. Налогообложение.	3	2	1	-
2.2. Ценовое регулирование.	3	2	1	-
3. Физическая доступность.				
3.1. Количество, плотность расположения и тип торговых точек, доступность в них отдельных аддитивных товаров.	4	3	1	2
3.2. Ограничение времени и дней продажи аддитивных товаров.	4	3	1	2
3.3. Минимальный возрастной предел для приобретения или потребления аддитивных товаров.	3	2	1	4
4. Ограничения рекламы, спонсорства, стимулирования продаж.	4	3	2	1
5. Меры воздействия на изменение поведения потребителя в условиях, связанных с повышенным риском.	3	2	1	3
6. Профилактика, диагностика, лечение, реабилитация.	3	2	1	2

Примечание: * высший рейтинг эффективности меры в рамках сценария – 1, высокий – 2, средний – 3, низкий – 4.

В анализируемых сценариях наибольшая эффективность конкретных мер в интересах общества будет достигнута при монополизации розничной торговли аддитивными товарами. Может быть установлена частная монополия (в модернизационном сценарии) или государственная (в госмонопольном сценарии). Исходя из оценки развития и состояния общества в России, теории и практики регулирования на рынках аддитивных товаров на современном этапе наиболее приемлема государственная монополия.

¹³ Составлено автором по материалам исследования.

Преимущество государственной монополии в том, что она позволяет сократить предложение, повысить цены, уменьшить частный интерес в увеличении продаж и сверхприбыли, сократить теневой сектор, увеличить доход бюджета, стандартизирует и унифицирует физическую и экономическую доступность данных товаров, доказала свою эффективность в отечественной практике и опыте стран, близких по стереотипу потребления к России.

Основные публикации по теме диссертации

Публикации в журналах и изданиях, рекомендованных ВАК РФ

1. Скоков, Р.Ю. Эволюция институтов и механизмов государственного регулирования аддиктивного рынка / Р.Ю. Скоков // Теоретическая экономика. – 2018. – №. 3(45). – С.97–106. – 0,86 п.л.
2. Скоков, Р.Ю. Монополия vs конкуренция: состояние, сценарии и факторы на рынках аддиктивных товаров / Р.Ю. Скоков // Современная конкуренция/Journal of Modern Competition. – 2018. – Том. 12. – №. 2(68)–3(69). – С.96–107. – 1,0 п.л.
3. Скоков, Р.Ю. Эволюция экономической теории рынков аддиктивных товаров / Р.Ю. Скоков // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3. Экон. Экол. – 2018. – № 1 (20). – С.14–21. – 0,7 п.л.
4. Скоков, Р.Ю. Эффективность государственного регулирования и факторы обращения аддиктивных товаров: состояние и перспективы / Р.Ю. Скоков // Экономика. Налоги. Право. – 2017. – Том 10. – №5. – С. 51-59. – 0,6 п.л.
5. Скоков, Р.Ю. Эффективность государственного регулирования монопольного и конкурентного алкогольного рынка / Р.Ю. Скоков // ЭКО. – 2017. – №9 (519). – С. 165–175. – 0,6 п.л.
6. Скоков, Р.Ю. Формы функционирования современных рынков аддиктивных товаров / Р.Ю. Скоков // Journal of economic regulation (Вопросы регулирования экономики). – 2017. – Том. 8. – №. 2. – С. 16–29. – 1,04 п.л.
7. Скоков, Р.Ю. Теория благ и рынки аддиктивных товаров / Р.Ю. Скоков // Журнал экономической теории. – 2017. – №1. – С. 58–71. – 1,5 п.л.
8. Скоков, Р.Ю. Развитие методологии статистического анализа рынков аддиктивных благ / Р.Ю. Скоков // Вопросы статистики. – 2016. – №5. – С. 63–70. – 0,65 п.л.
9. Скоков, Р.Ю. Эволюция теории и практики государственного регулирования рынков аддиктивных благ / Р.Ю. Скоков // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3. Экон. Экол. – 2016. – № 1 (34). – С. 7–18. – 1,18 п.л.
10. Скоков, Р.Ю. Сценарный подход в государственном регулировании рынков аддиктивных благ / Р.Ю. Скоков // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3. Экон. Экол. – 2015. – № 4 (33). – С. 18–27. – 0,97 п.л.
11. Скоков, Р.Ю. Регистрация состояния рынков аддиктивных благ / Р.Ю. Скоков // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – №36 (435). – С.38–49. – 1,2 п.л.
12. Скоков, Р. Ю. Типология аномальных форм экономической деятельности на рынках аддиктивных благ / Р. Ю. Скоков // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2014. – №1 (45). – С. 223–225. – 0,42 п.л.
13. Скоков, Р. Ю. К теории рынков «аддиктивных благ» / Р. Ю. Скоков // Вестник финансового университета. – 2013. – № 5 (77). – С. 115–124. – 0,8 п.л.

14. Скоков, Р. Ю. Институциональная природа аномальной экономической деятельности на рынках аддитивных товаров / Р. Ю. Скоков // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 27 (330). – С. 23–32. – 1,1 п.л.

15. Скоков, Р. Ю. Введение в теорию рынков «аддитивных благ» / Р. Ю. Скоков // Современная экономика: проблемы и решения». – 2013. – № 5 (41). – С. 13–20. – 0,6 п.л.

16. Скоков, Р. Ю. Теоретико-множественная интерпретация связи аддитивных и опекаемых благ / Р. Ю. Скоков // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер.3. Экономика. Экология. – 2013. – № 1 (22). – С. 38–45. – 0,7 п.л.

17. Скоков, Р. Ю. Анализ спроса и предложения на рынках аддитивных товаров / Р. Ю. Скоков, О. В. Иншаков // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 34 (289). – С. 8–18. – 1,2 п.л./0,6 п.л.

18. Скоков, Р. Ю. Этика эффективности на рынках аддитивных товаров / Р. Ю. Скоков // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер.3. Экономика. Экология. – 2012. – №1 (20). – С. 179–186. – 0,6 п.л.

19. Скоков, Р. Ю. Методика оценки социально-экономической эффективности алкогольной отрасли / Р. Ю. Скоков // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 14 (179). – С. 39–43. – 0,7 п.л.

Монографии

20. Скоков, Р. Ю. Институциональное развитие рынков аддитивных благ в современной России : монография / Р. Ю. Скоков; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2014. – 475 с. – 27,6 п.л.

21. Скоков, Р. Ю. Эволюция государственной опеки аддитивных товаров: монография / Р.Ю. Скоков. – Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2013. – 160 с. – 9,3 п.л.

22. Скоков, Р. Ю. Теория аддитивного потребительского поведения : монография / Р. Ю. Скоков; Федер. гос. авт. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2013. – 157 с. – 9,1 п.л.

Статьи в научных изданиях, брошюры, тезисы докладов

23. Скоков, Р.Ю. Формы состояния отечественного алкогольного и спиртового рынков в системе координат «конкуренция-монополия» / Р.Ю. Скоков // Инновационное развитие регионов: потенциал науки и современного образования: Материалы Национальной научно-практической конференции (г.Астрахань, 09 февраля 2018 г.). – Астрахань: Астраханский государственный архитектурно-строительный университет, 2018. – С.230-235. – 0,3 п.л.

24. Скоков, Р.Ю. Эволюция организационно-правовых форм хозяйствования в отечественной алкогольной и спиртовой промышленности / Р.Ю. Скоков // Актуальные направления научных исследований в АПК: от теории к практике: Материалы Национальной научно-практической конференции (г.Волгоград, 10 ноября 2017г.). – Волгоград: Волгоградский государственный аграрный университет, 2017.– С. 328-334. – 0,35 п.л.

25. Скоков, Р. Ю. Стратегическое развитие государственного алкогольного холдинга / Р. Ю. Скоков, Е.В. Урусов, Я.Ю. Трубоч // Entrepreneurship and Sustainability: материалы Международной научно-практической конференции (Ottawa, Canada, May 31th, 2017). – Ottawa: Scientific public organization «Professional science», 2017. – PP. 17-25. – 0,3 п.л./0,1 п.л.

26. Скоков, Р. Ю. Совершенствование организационно-правовых форм хозяйствования предприятий алкогольной отрасли / Р. Ю. Скоков // Современное научное знание в условиях системных изменений: Материалы Второй Национальной научно-практической конференции с международным участием, посвященной 155-летию со дня рождения П.А. Столыпина

(г.Тара, 13-14 апреля 2017 г.). – Тара: Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина (Омск), 2017. – С. 149–152. – 0,2 п.л.

27. Скоков, Р.Ю. Экономический потенциал аддиктивности товара / Р.Ю. Скоков // Эколого-мелиоративные аспекты рационального природопользования: материалы Международной научно-практической конференции (г. Волгоград, 31 января - 3 февраля 2017г.). – Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2017. – Том 5. – С. 127-132. – 0,26 п.л.

28. Скоков, Р. Ю. Экономико-математическое моделирование в сфере аддиктивных товаров / Р. Ю. Скоков // Экономика России в контексте общемировых хозяйственных процессов: Материалы Национальной научно-практической конференции. – Армавир: РИО АГПУ, 2016. – С. 217–221. – 0,3 п.л.

29. Скоков, Р. Ю. Подходы к экономико-математическому моделированию процессов и явлений на рынках аддиктивных благ / Р. Ю. Скоков // Стратегические ориентиры инновационного развития АПК в современных экономических условиях: материалы Международной научно-практической конференции (г. Волгоград, 26-28 января 2016 г.). – Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 2016. – Том 3. – С. 294–299. – 0,3 п.л.

30. Скоков, Р. Ю. Институциональный паритет и норма эффективности на рынках аддиктивных благ / Р. Ю. Скоков // Экономика современного общества: актуальные вопросы антикризисного управления: материалы Международной научной конференции (г. Элиста, 8 апреля 2016 г.). – Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2016. – С. 217–220. – 0,33 п.л.

31. Скоков, Р. Ю. Социально целесообразные формы функционирования рынков аддиктивных благ / Р. Ю. Скоков // Новая наука: теоретический и практический взгляд: Международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции (г. Стерлитамак, 14 ноября 2015 г.). – Стерлитамак: РИЦ АМИ, 2015. – Ч. 1. – С. 161–166. – 0,33 п.л.

32. Скоков, Р. Ю. Монополия и конкуренция на рынках аддиктивных благ/ Р. Ю. Скоков // Развитие экономики и менеджмента в современном мире: Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции (г. Воронеж, 8 декабря 2015 г.). – Воронеж: ООО «Ареал», 2015. – №2. – С. 15-17. – 0,27 п.л.

33. Скоков, Р. Ю. Сценарные модели институциональных изменений на рынках аддиктивных благ / Р. Ю. Скоков // Стратегическое развитие АПК и сельских территорий РФ в современных международных условиях: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. (г. Волгоград, 03-05 февраля 2015 г.). – Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 2015. – Том 4. – С. 112–116. – 0,25 п.л.

34. Скоков, Р. Ю. Теневая и неформальная деятельность на рынках аддиктивных благ / Р. Ю. Скоков // Фундаментальные и прикладные исследования: новое слово в науке : материалы Международной научно-практической конференции (г. Москва, 02 сентября 2013 г.) / АНО содействия развитию современной отечественной науки; Издательский дом «Научное обозрение»; ред. кол. М. В. Васильева (гл. ред.) и [и др.]. – М.: Издательство «Планета», 2013. – С. 323–333. – 0,4 п.л.

35. Скоков, Р. Ю. Аддиктивные товары в теории опекаемых благ / Р. Ю. Скоков // *Materialy IX Miedzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Wschodnie partnerstwo – 2013»*, 07 - 15 wrzesnia, Volume 6. *Ekonomiczne nauki.: Przemysl. Nauka i studia.* – С. 33–40. – 0,45 п.л.

36. Скоков, Р. Ю. Геометрическая интерпретация связи между индивидуальными благами и специфическими рынками товаров и услуг / Р. Ю. Скоков // Оценка и планирование экономической деятельности субъектов рыночных отношений: вызовы и решения: XIV Международная научно-практическая конференция для студентов, аспирантов и молодых ученых (г. Санкт-Петербург 12.10.2013 г.). – СПб: Центр экономических исследований. – С. 8–10. – 0,29 п.л.

37. Скоков, Р. Ю. Институциональная специализация экономической деятельности на рынках аддиктивных благ = The institutional specialization of economic activity in the markets of

- addictive goods: препринт / Р. Ю. Скоков; О. В. Иншаков / Волгогр. гос. ун-т. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2013. – 51 с. – (Сер. препринтов Волгогр. гос. ун-та). – 3,0 п.л./1,5 п.л.
38. Скоков, Р. Ю. Пирамида иррациональных потребностей / Р. Ю. Скоков // Интеграция науки и производства – стратегия устойчивого развития АПК России в ВТО: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию Победы в Сталинградской битве (г. Волгоград, 30 января–1 февраля 2013 г.). – Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 2013. – Том 4. – С. 248–252. – 0,3 п.л.
39. Скоков, Р. Ю. Аддиктивные товары и их место в экономической теории / Р. Ю. Скоков // Россия в XXI веке: концептуальные и ценностные проблемы: материалы всероссийской заочной научно-практической конференции (28-30 ноября 2012 г.) / М-во образования и науки Рос. Федерации, Моск. Гос. ун-т технологий и управления им. К. Г. Разумовского, Фил. в р.п. Светлый Яр Волгогр. области; редкол.: Е. М. Дринова и др. – Светлый Яр, 2012; Волгоград: Тип. «ФЕНИКС». – С. 120–136. – 1,0 п.л.
40. Скоков, Р. Ю. Товарный знак в системе брендинга алкогольной продукции / Р. Ю. Скоков // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. – № 7. – С. 65–67. – 0,5 п.л.
41. Скоков, Р. Ю. Дихотомия эффективности и этичности на рынках аддиктивных товаров = Dichotomy of the Efficiency and Ethics on the Markets of Addictive Goods: препринт / Р. Ю. Скоков; Волгогр. гос. ун-т. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012. – 74 с. – (Сер. препринтов Волгогр. гос. ун-та). – 4,3 п.л.
42. Скоков, Р. Ю. Методические подходы к оценке результативности государственного регулирования алкогольной отрасли = Methodological Approaches to Estimation of Government Regulation Efficiency of Alcohol Industry: препринт / Р. Ю. Скоков; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Волгогр. гос. ун-т». – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2012. – 24 с. – 1,4 п.л.
43. Скоков, Р. Ю. Диалектика экономической категории «эффективность» / Р. Ю. Скоков // Аграрная наука – основа успешного развития АПК и сохранения экосистем: материалы Международной научно-практической конференции. – Волгоград: ФГБОУ ВПО Волгоградский ГАУ, 2012. – Том 4. – С. 162–166. – 0,3 п.л.
44. Скоков, Р. Ю. Методика оценки эффективности государственного управления алкогольной отраслью [Электронный ресурс]. / Р. Ю. Скоков // Инновационные идеи молодежи – агропромышленному комплексу! : материалы регионального конкурса инновационных разработок молодых ученых (17 ноября 2010 г.) / Волгоградская государственная сельскохозяйственная академия: Зворыкинский проект: Молодежный инновационный клуб «Инновариум». – Волгоград, 2010. – 1 CD. – 1,0 п.л.
45. Скоков, Р. Ю. Эволюция государственной политики в ликероводочной отрасли / Р. Ю. Скоков // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2008. – №2. – С. 4–6. – 0,5 п.л.
46. Скоков, Р. Ю. Эволюция государственных инструментов в ликероводочной отрасли / Р. Ю. Скоков // Актуальные вопросы аграрной науки и образования: материалы Международной научно-практической конференции. – Ульяновск: ГСХА, 2008. – Т. 7. – Ч. 1–2. – С. 148–152. – 0,4 п.л.
47. Скоков, Р. Ю. Внешние условия и факторы эффективного функционирования ликероводочных предприятий / Р. Ю. Скоков // Научное обеспечение национального проекта «Развитие АПК»: материалы научно-практической конференции. – Волгоград: Волгоградская ГСХА, 2008. – С. 45–49. – 0,3 п.л.
48. Скоков Р. Ю. Специфика ликероводочной отрасли и ее социально-экономическая эффективность / Скоков Р. Ю. // Взаимодействие НИУ и социума в решении задач АПК – М.: Изд-во «Современные тетради», 2007. – С. 168–172. – 0,3 п.л.
49. Скоков, Р. Ю. Современные ориентиры развития ликероводочной отрасли / Р. Ю. Скоков // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2007. – №4. – С. 4–5. – 0,3 п.л.

50. Скоков, Р. Ю. Налоговое бремя и социально-экономическая эффективность ликероводочной отрасли / Р. Ю. Скоков // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2006. – № 3. – С. 9–10. – 0,3 п.л.

51. Скоков, Р. Ю. Меры стабилизации и развития ликероводочной отрасли Волгоградской области на мезоуровне / Р. Ю. Скоков // Научные исследования и их практическое применение. Современное состояние и пути развития–2006: материалы Международной научно-практической конференции. Экономика. – Одесса: Черноморье, 2006. – Том 1. – С. 23–26. – 0,3 п.л.

52. Скоков, Р. Ю. Налоговое бремя и социально-экономическая эффективность ликероводочной отрасли / Р. Ю. Скоков // Производство спирта и ликероводочных изделий. – 2006. – № 3. – С. 9–10. – 0,3 п.л.

53. Скоков, Р.Ю. Планирование как фактор роста эффективности функционирования ликероводочных предприятий / Р. Ю. Скоков // «Наука і освіта 2005»: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – Том 85. – С. 60–63. – 0,3 п.л.

Подписано в печать 03.07.2018 г. Формат 60x84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Усл.-печ. л. 2,3.
Тираж 150 экз. Заказ 83.

Волгоградский государственный университет.
400062 Волгоград, просп. Университетский, 100.
www.volsu.ru

Отпечатано в издательстве
Волгоградского государственного университета.
400062 Волгоград, ул. Богданова, 32.
E-mail: izvolgu@volsu.ru