

УДК 338.9
ББК 60.55
К 142

К 142 **Казанцев С.В.** Опасность социально-экономического неравенства. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2016. – 70 с.

ISBN 978-5-89665-308-0

Неравенство людей и хозяйствующих субъектов в обществе может как стимулировать, так и подавлять инициативу. Оно, как и многие процессы и явления, имеет плюсы и минусы. Последние, порой, опасны. Некоторые из опасностей неравенства в экономике Российской Федерации и её положении в мире обсуждаются ниже.

Sergei V. Kazantsev. The Danger of Social-economic Inequality

The inequality of people and economic entities in society can both stimulate and suppress the initiative. It, as different processes and phenomena, has pro and cons. The latter, at times, are dangerous. Some of the dangers of inequality in the Russian Federation economy and its position in the world are discussed below.

ISBN 978-5-89665-308-



УДК 338.9
ББК 60.55

ISBN 978-5-89665-308-0

© ИЭОПП СО РАН, 2016 г.
© Казанцев С.В., 2016 г.

Полная электронная копия издания расположена по адресу:
http://lib.ieie.su/docs/2016/Kazantsev2016Opasnost_Socialno-Economicheskogo_Neravenstva.pdf

ОПАСНОСТЬ ВРЕДНЫХ ПРИВЫЧЕК

*Считать по-нашему, мы выпили немного.
Не вру, ей-богу.*

В.С. Высоцкий. Монолог в милиции

Наш анализ показывает наличие неравенства между субъектами Российской Федерации и в части распространения вредных и опасных привычек, например употребления алкоголя. Чрезмерное пристрастие к «зелёному змею» является одной из угроз нормальному развитию человеческого общества. В 2015 г. свыше 13 тысяч наших сограждан ушли из жизни вследствие алкогольного отравления¹.

¹ Доклад Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации за 2015 год // Российская газета. Федеральный выпуск. – 2016. – № 60. – С. 16. (24 марта).

Проведённое исследование¹ выявило ту же закономерность изменения неравенства объёмов продаж водки и ликёроводочных изделий на душу населения в субъектах Российской Федерации в 2001–2014 гг., что и рассмотренного выше неравенства десяти макропоказателей и восьми удельных показателей. Поляризация регионов усилилась за счёт увеличения числа субъектов РФ, находящихся на разных полюсах по величине исследуемых показателей, и уменьшения числа регионов расположившихся между ними (рис. 12).

Рис. 12 иллюстрирует сокращение числа регионов, отнесённых к срединным зонам (жёлтой и оранжевой), и рост количества субъектов РФ, вошедших в крайние зоны (зелёную и красную). При этом зелёная зона расширилась больше красной (рис. 13, см. рис. 12). Это указывает на тенденцию к уменьшению, в отличие от тенденции к увеличению неравенства между субъектами Российской Федерации, оценённому по десяти макропоказателям и восьми удельным показателям.

Об улучшении ситуации говорит и динамика максимальных и минимальных объёмов продажи водки и ликёроводочных изделий на душу населения в субъектах Федерации в 2000–2014 гг. (рис. 14). Они снижаются, разрыв между регионами сокращается.

Поскольку объём продаж этих алкогольных изделий косвенно указывает на то, что размер потребления алкоголя и объёмы продажи водки и ликёроводочных изделий стали меньше, можно полагать, что если производство и потребление другой алкогольной продукции не увеличились, то общая ситуация в стране с потреблением алкоголя в рассматриваемый период улучшилась.

¹ Ввиду отсутствия данных по Республике Ингушетия, Чеченской Республике, Ханты-Мансийскому и Ямало-Ненецкому автономным округам расчеты выполнены по 78 субъектам Российской Федерации (без Республики Ингушетия, Чеченской Республики, с Тюменской областью без входящих в неё автономных округов).

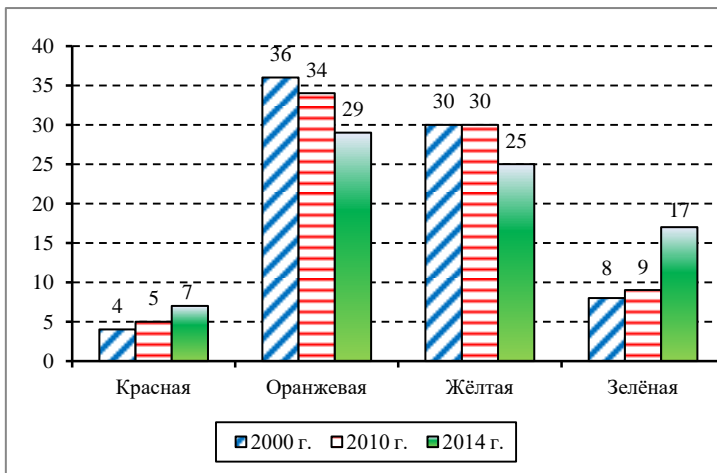


Рис. 12. Группировка субъектов РФ по уровню продажи водки и ликёроводочных изделий на душу населения в субъектах РФ в 2000–2014 гг., ед.

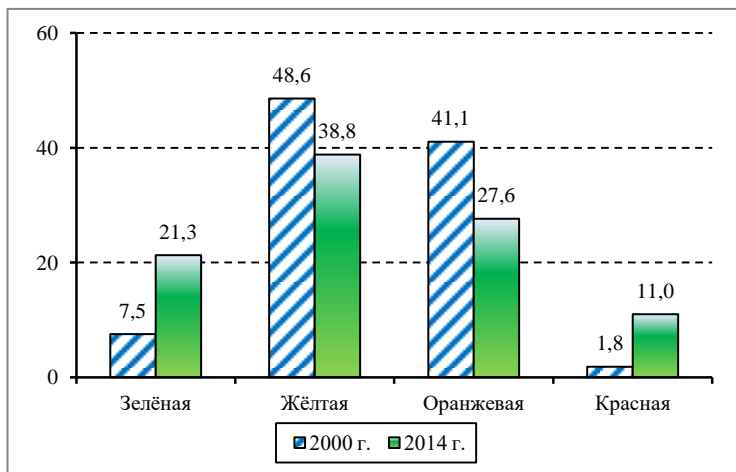


Рис. 13. Удельный вес жителей, проживающих в разных по уровню продажи водки и ликёроводочных изделий на душу населения группах субъектов РФ, в общей численности населения России в 2000 г. и 2014 г., %

Примечание. Сумма удельных весов отличается от 100% на долю численности населения Республики Ингушетия и Чеченской Республики в общей численности населения РФ.

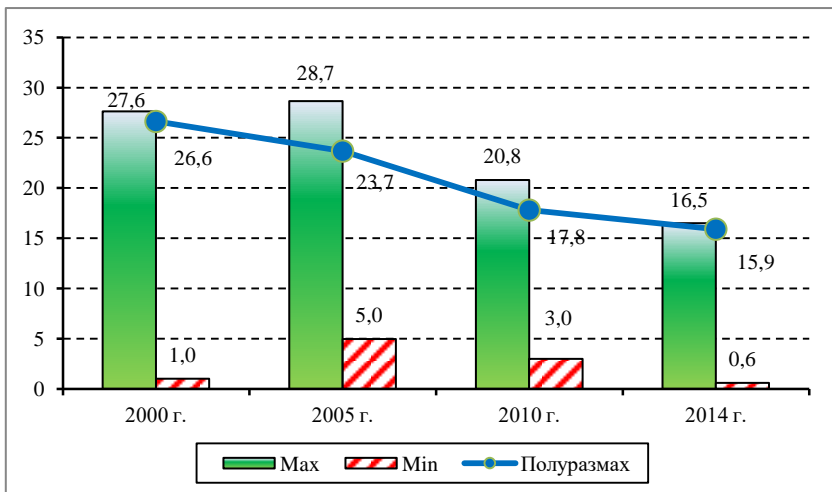


Рис. 14. Максимальный и минимальный объём продажи водки и ликёроводочных изделий на душу населения в субъектах РФ в 2000–2014 гг., и полуразмах между значениями этих показателей, л/чел.