

# Текущее состояние теневого рынка алкогольной продукции

Исследование Центра развития потребительского рынка  
Московской школы управления СКОЛКОВО

Москва, 2021

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	<b>3</b>
<b>Резюме</b> .....	<b>6</b>
<b>Определение ключевых понятий и терминов в общем виде</b> .....	<b>9</b>
<b>Описание текущего состояния рынка алкогольной продукции Российской Федерации</b> .....	<b>11</b>
Действующее регулирование оборота алкогольной продукции .....	11
Описание рынка алкогольной продукции .....	16
Тенденции в потреблении алкогольной продукции .....	21
<b>Описание основных форм незаконного производства и оборота алкогольной продукции</b> .....	<b>26</b>
Факторы, стимулирующие производство и оборот нелегальной алкогольной продукции .....	26
Оценка объемов нелегального рынка по основным формам (видам продукции, каналам продаж) и участникам .....	30
Динамика и тенденции теневого рынка алкогольной продукции .....	41
<b>Основные последствия существования нелегального рынка алкогольной продукции</b> .....	<b>47</b>
<b>Описание действующих мер по борьбе с незаконным производством и оборотом алкогольной продукции, экспертная оценка их эффективности</b> .....	<b>51</b>
<b>Предложения и рекомендации по совершенствованию регуляторных мер по противодействию нелегальному производству и обороту алкогольной продукции, сформированные на основе экспертных позиций:</b> .....	<b>53</b>
<b>Приложение 1</b> .....	<b>54</b>
<b>Приложение 2</b> .....	<b>55</b>

## Введение

Наблюдавшееся с 2008 г. беспрецедентное **снижение потребления алкогольной продукции в России замедлилось в 2019 г. и остановилось в 2020 г.** По данным открытых источников, включая РМЭЗ НИУ ВШЭ<sup>1</sup>, начиная с 2020 г. **в потреблении алкогольной продукции в России отмечается разнонаправленная динамика с тенденцией к повышенному спросу на крепкую и пивоваренную продукцию.** Розничные продажи крепкой АП выросли преимущественно за счет роста потребления водки в основном ядре потребителей от 35 до 45 лет и старше. В то же время продажи пивоваренной продукции за 2020 г. также немного увеличились, преимущественно за счет увеличения спроса среди молодых когорт, продажи винодельческой продукции сократились.

В структуре потребления алкоголя в литрах чистого спирта по-прежнему лидируют крепкие спиртные напитки – 45,3%, порядка 40% приходится на пивоваренную продукцию, 13,5% на винодельческую продукцию и 1,2% на иные слабоалкогольные напитки. **Общий объем продаж алкоголя на 1 человека (15+) в 2020 г. увеличился до 7,6 л (в литрах чистого спирта) в сравнении с 2019 г. – 7,4 л.** С учетом существенного объема нерегистрируемого потребления (в т. ч. нелегального) можно сделать вывод о том, что **в 2020 г. произошло увеличение потребления алкоголя на душу населения.** Одновременно с этим замедлилась тенденция к смещению потребительских предпочтений в сторону менее крепких алкогольных напитков (вина и пива).

Между тем косвенные показатели потребления алкогольной продукции также свидетельствуют в пользу его роста: **увеличилось число смертей от причин, связанных со злоупотреблением алкогольной продукцией,** рекордно выросло количество поисковых запросов на покупку самогонных аппаратов в Интернете, продолжает расти спрос на покупку алкогольной продукции онлайн.

Наряду с этим в течение последних 3 лет продолжается ужесточение регуляторных мер в отношении добросовестных участников производства и оборота алкогольной продукции (дальнейшее повышение ставки акциза, минимальных розничных цен, сохраняется запрет на дистанционную торговлю алкогольной продукцией). **Все это может способствовать удорожанию легальной алкогольной продукции и повышению экономической привлекательности нелегальной для отдельных категорий потребителей.**

Данные тенденции отмечаются на фоне продолжающихся стабильно высокого уровня тревожности, вызываемого пандемией COVID-19, снижения доходов населения, а

---

<sup>1</sup> Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ, RLMS HSE

также роста потребительских цен. Эти процессы усиливают стремление населения к экономии и осознанному выбору более дешевых и менее качественных продовольственных продуктов, а также менее качественной и менее безопасной алкогольной продукции.

В этой связи формулируемой и проверяемой **гипотезой в рамках данного исследования является предположение о росте теневого рынка алкогольной продукции РФ в 2020–2021 гг.**, происходящем под влиянием вышеперечисленных факторов.

**Объектом исследования** выступает теновый рынок алкогольной продукции Российской Федерации. **Предмет исследования** – риски и последствия существования теневого рынка алкогольной продукции РФ.

**Цель работы** – проведение исследования, посвященного изучению состояния, динамики, последствий существования теневого рынка алкогольной продукции в период с 2019 года по настоящее время.

#### **Источники данных:**

Для сбора информации и содержательной интерпретации статистических данных нами проводилась серия углубленных интервью с экспертами, организованных в форме личной беседы или дистанционного телефонного разговора на основе сформированного вопросника.

Помимо интервью с экспертами, были использованы следующие базы данных:

- Федеральной службы государственной статистики (Росстат);
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС);
- Федеральной таможенной службы РФ;
- Федерального казначейства РФ;
- Генеральной прокуратуры РФ;
- Верховного суда РФ;
- Федеральной налоговой службы РФ;
- Министерства здравоохранения РФ;
- Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка России;
- Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ НИУ ВШЭ, RLMS HSE);
- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» и «Кодекс»;
- Информационная система «СПАРК Интерфакс»;
- UN Comtrade.

## **Используемые сокращения**

**Закон № 171-ФЗ** – Федеральный закон о государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции от 22.11.1995 г.;

**Закон № 468-ФЗ** – Федеральный закон о виноградарстве и виноделии в Российской Федерации от 29.12.2020 г.;

**Закон № 381-ФЗ, «Закон о торговле»** – Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009;

**Закон № 38-ФЗ** – Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006;

**АП** – Алкогольная продукция (признаваемая в соответствии со ст. 2 № 171-ФЗ);

**ЛВИ** – Ликеро-водочные изделия;

**ЕГАИС** – Единая государственная автоматизированная информационная система;

**МРЦ** – минимальная розничная цена;

**РАР, Росалкогольрегулирование** – Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка России;

**ФОИВ** – Федеральные органы исполнительной власти РФ;

**HoReCa** – сегмент общественного питания (Hotels, Restaurants, Cafes);

**Минздрав** – Министерство здравоохранения России;

**ФТС** – Федеральная таможенная служба Российской Федерации;

**ФНС** – Федеральная налоговая служба Российской Федерации;

**РМЭЗ ВШЭ** – Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ.

## Резюме

▪ Незвзирая на тенденцию к снижению общего потребления алкоголя, отмечающуюся на протяжении последних 10 лет, **ситуация на нелегальном рынке алкогольной продукции** была и **остаётся крайне серьёзной**. В 2015 г. по оценке НИУ ВШЭ<sup>2</sup> суммарная оценка объема нерегистрируемого потребления составляла 75 млн дал, или 40% потребляемой крепкой АП. В 2019 году, по данным исследования ЦРПР Сколково<sup>3</sup>, доля нерегистрируемого потребления составила от 30 до 40%. В 2021 году по результатам исследования **объем нелегальной алкогольной продукции** занимает от 26 до 35% от общего потребляемого объема и **по-прежнему остаётся опасно высоким**.

▪ В 2020 году **возобновилась тенденция к росту теневого алкогольного рынка**. Общий объем продаж алкоголя на 1 человека (15+) в 2020 г. увеличился до 7,6 л (в литрах чистого спирта) в сравнении с 2019 г. – 7,4 л.; **смертность от злоупотребления АП впервые за 10 лет выросла** за 2020 г. на 6,3%; рекордный рост спроса на покупку самогонных аппаратов (186 тысяч в ноябре 2021г. в сравнении со среднемесячным значением 128 тысяч ); потребление самогона в 2020 г. с 2018 г. выросло за 3 года на 45% (на 5,3 млн дал) и составило 16,9 млн дал (РМЭЗ ВШЭ).

▪ Ввиду того, что нелегальная продажа АП находится в зоне, недоступной контролирующим органам с точки зрения оценок и мониторинга ситуации, наряду с действующими, **необходимы иные, более эффективные меры и инструменты контроля** по противодействию нелегальному производству и обороту АП.

На сегодняшний день актуальная для российского государства и потребительского рынка проблема нелегального производства и оборота алкогольной продукции требует повышенного внимания. На протяжении 2-го и 3-го кварталов 2020 г. реальные доходы населения сократились в сравнении с 1 кварталом на 12%. Пандемия COVID-19 послужила мощным дистресс-фактором, создающим и поддерживающим высокий уровень тревожности населения на протяжении последних 2 лет.

Вышеперечисленные факторы в сочетании с локдаунами, физическими ограничениями на перемещение способствовали повышению у потребителей стремления к

<sup>2</sup> «Основные формы незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и меры противодействия», НИУ «Высшая школа экономики», В.В. Радаев (рук. проекта), Е.С. Бердышева, Н.В. Конрой, З.В. Котельникова, Москва, 2017, с. 136–140. URL: [\[https://ecsoclab.hse.ru/data/2018/02/13/1162851271/ЛЭСИ-17%20финал.pdf\]](https://ecsoclab.hse.ru/data/2018/02/13/1162851271/ЛЭСИ-17%20финал.pdf).

<sup>3</sup> Центр развития потребительского рынка СКОЛКОВО, URL: [\[https://www.skolkovo.ru/researches/centr-razvitiya-potrebitel'skogo-rynka-biznes-shkoly-skolkovo-predstavil-rezultaty-issledovaniya-o-tenevom-rynke-alkogolnoj-produkcii-na-ekspertnom-obsuzhdenii/\]](https://www.skolkovo.ru/researches/centr-razvitiya-potrebitel'skogo-rynka-biznes-shkoly-skolkovo-predstavil-rezultaty-issledovaniya-o-tenevom-rynke-alkogolnoj-produkcii-na-ekspertnom-obsuzhdenii/).

экономии и смещению выбора в сторону более дешевой, менее качественной и менее безопасной алкогольной продукции, а также увеличению потребления алкоголя у отдельных категорий граждан.

### **Тенденции на легальном рынке алкогольной продукции**

Как легальный, так и нелегальный рынки алкогольной продукции и соответствующие им каналы розничных продаж реагируют на экономические, социальные институциональные изменения в стране.

Тенденция к снижению потребления алкогольной продукции, наблюдавшаяся на протяжении последних 10 лет замедлилась и остановилось, в 2020 году. На текущий момент в структуре потребления наблюдается разнонаправленная динамика: доля крепкой АП снижается, винодельческой остается относительно стабильной, а доля пивоваренной продукции –растет.

На фоне ужесточения регулирования, роста акцизов и МРЦ, объем производства крепкой алкогольной продукции снизился в 2020 г. на 2,6% и достиг 102 млн дал (105 млн дал в 2019г.). Продажи крепкой АП составили 103 млн дал (+4,3 млн дал, +4,4% с 2019 г.), из которых водки – 73,7 млн дал (+0,3 млн дал за 2020 г.), коньяка – 11,8 млн дал (-0,1 млн дал за 2020 г.).

В 2020 г. в производстве и обороте винодельческой продукции из-за вступления в силу Закона № 468-ФЗ, поставившего в более выгодные условия отечественные компании-производители, использующие российские виноматериалы, произошли существенные изменения. Общий объем производства снизился в основном из-за падения производства винных напитков (более чем на 60%), а также из-за снижения производства вина, что в первую очередь связано с неурожаем в южных регионах страны и в странах-импортерах. Продажи вина выросли (+3%), игристого вина (+4%), фруктового вина (+17%) за счет импортируемой продукции.

В последние 3 года снижение производства и продажи пива и пивных напитков остановилось, производство выровнялось на уровне 805 млн дал в 2020 г. (небольшой прирост на 2,1% по отношению к 2019 г.). Розничные продажи в 2017–2019 гг. находились на уровне 720–730 млн дал, а по итогам 2020 г. выросли на 20 млн дал (+3,7%), до 748 млн дал.

В структуре потребления АП наблюдается разнонаправленная динамика, в частности среди молодых возрастных когорт (от 24 до 34 лет) растет потребление слабоалкогольной продукции, а среди более старших возрастных групп (от 35 до 55 лет и старше) – увеличилось потребление крепкой АП, преимущественно за счет дешевой водки.

Меры регулирования продолжают быть направленными на ужесточение условий производства и оборота для легальных участников рынка. Ставку акциза на АП крепостью выше 9% (не считая винодельческую продукцию) подняли за последние 3 года с 523 руб. за литр чистого спирта до 566 руб. (+8%), на вино – с 18 руб. за литр до 31 руб. (+72%), а на пиво крепостью до 8,6% – с 21 руб. за литр до 23 руб. (+9%). МРЦ на водку (с 2019 г.) подняли с 215 руб. за 0,5 л до 243 руб. (+13%), на коньяк – с 388 руб. за 0,5 л до 446 руб. (+15%), на бренди и другую продукцию из винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового дистиллятов (кроме коньяка) – с 307 руб. за 0,5 л до 324 руб. (+5,5%), на игристое вино МРЦ поднимали один раз, в 2021 г., с 164 руб. за 0,75 л до 169 руб.

### **Тенденции на теневом рынке алкогольной продукции**

Теневой рынок АП по-прежнему неоднороден, сегменты его по-разному реагируют на регуляторно-ограничительные меры и институциональные изменения.

Между тем, рост поисковых запросов в Интернете, резкий рост спроса на покупку АП онлайн, а также рекордный рост спроса на покупку самогонных аппаратов (186 тысяч в ноябре 2021г. в сравнении со среднемесячным значением 128 тысяч ) могут служить косвенными показателями роста теневого алкогольного рынка. Об этом же свидетельствует рост смертности от причин, связанных со злоупотреблением АП, рост популярности покупок АП в магазинах у дома, вследствие ограничений передвижения и страха населения посещать крупные магазины и торговые центры.

По оценкам экспертного сообщества объем теневого рынка АП составляет от 10 до 30% от общего потребления. Доля нелегальной крепкой АП оценивается в 30–40%, пивоваренной продукции в 4–7%, винодельческой продукции – 0,5%.

### **Основные последствия существования теневого рынка**

Для государства и экономики – недополучение акцизов около 84 млрд руб., рост коррупции).

Для демографической ситуации – смертность от злоупотребления АП выросла за 2020 г. на 6,3%.

Для бизнеса – экономические и репутационные потери.

Для общества в целом – социальное сиротство, повышение криминогенной обстановки, снижение качества и безопасности алкогольной продукции низкого ценового сегмента.



## 1. Определение ключевых понятий и терминов в общем виде

Основные формы незаконного производства алкогольной продукции (данная терминология была впервые определена в исследовании ЛЭСИ ВШЭ 2018 г.<sup>4</sup>).

**Незаконный оборот продукции** – производство и распространение продукции, осуществляемое с нарушением действующего законодательства РФ и международных договоров. К незаконному обороту продукции относят следующие формы:

**Неучтенный оборот** – незаконное производство и продажа продукции легальными или подпольными предприятиями без учета в ФНС России и РАР, связанные с уклонением от уплаты налогов;

**Серый импорт** – ввоз импортируемых товаров с недостоверным декларированием (занижением физического объема или/и таможенной стоимости товара) в целях уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС;

**Черный импорт** – ввоз импортируемых товаров без таможенного оформления в целях уклонения от уплаты таможенных платежей и НДС или ввоз запрещенных товаров;

**Серый импорт из стран ЕАЭС** – незаконное перемещение товаров между государствами – членами Евразийского экономического союза, в том числе в целях уклонения от уплаты налогов и акцизных сборов;

**Параллельный импорт** – импорт товара, защищенного торговой маркой, введенного в гражданский оборот в другой стране, без авторизации правообладателя торговой марки в условиях национального принципа исчерпания прав на товарный знак;

**Кустарное («гаражное») производство** – производство алкогольных напитков на продажу; продукция, изготавливаемая из этилового спирта с добавлением красителей, ароматизаторов и смягчителей воды; разведенный до крепости водки спирт;

**Контрафактная продукция** – выпущенная с подделкой товарных знаков;

**Товар-имитация** – продукция, выпущенная с копированием элементов товарных знаков до степени смешения;

**Фальсифицированная продукция** – продукция, сопровождаемая неполной или недостоверной (ложной) информацией о ее составе, характеристиках или свойствах в целях введения потребителей в заблуждение и в целях уклонения от уплаты акцизных сборов;

**Домашнее производство** – производство самогона, настоек, вин, пива, сидра, пуаре, медовухи, элей для продажи или личного потребления;

---

<sup>4</sup> ЛЭСИ ВШЭ, 2018, Масштабы нелегального рынка пивоваренной продукции и его влияние на индустрию и экономику Российской Федерации, стр. 48, URL: [<https://www.hse.ru/org/projects/349868623>].

**Суррогаты** – легальные, не предназначенные для потребления в пищу и не учитываемые в составе алкогольной продукции спиртосодержащие жидкости (аптечные настойки, бытовая химия, одеколоны, лосьоны);

**Контрабанда** – ввоз без таможенного оформления, ввоз запрещенных товаров, ввоз с нарушением правил таможенного оформления.

## 2. Описание текущего состояния рынка алкогольной продукции Российской Федерации

Последние 3 года на алкогольном рынке (а также на рынке этилового спирта) продолжается ужесточение регулирования со стороны государства:

- Повышение акцизов (акциз на вино в 2021 г. +78% по сравнению с 2019 г., на пиво +10%, на прочую алкогольную продукцию +8%), минимальной розничной цены (МРЦ в 2021 г. на водку +13% по сравнению с 2019 г., на коньяк +15%, на бренди и прочую крепкую продукцию +5,5%, на игристое вино +3%);
- Внедрение ЕГАИС в обороте фармацевтических субстанций этилового спирта (медицинский спирт);
- Начало добровольного эксперимента по маркировке пивоваренной продукции и слабоалкогольных напитков электронно-цифровыми марками «Честный знак» с 1 апреля 2021 г.

Наряду с внедрением новых средств отслеживания товаров, на алкогольном рынке проявляются тенденции к регулированию отдельных отраслей:

- Вступил в силу с 26 июня 2020 г. закон № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации», который регулирует правовые, организационные, технологические и экономические основы производства, оборота и потребления продукции виноградарства и винодельческой продукции. Закон дал производителям вин из отечественного винограда преимущество перед зарубежными конкурентами.

Эксперты отмечают, что вводимые меры имеют позитивные последствия, однако нелегальные производители все еще остаются за пределами регулирования, контроля и надзора, а **производство нелегальной АП все еще остается выгодным.**

### 2.1. Действующее регулирование оборота алкогольной продукции

#### 2.1.1. Нормотворчество

Основным законом, регулирующим производство и продажу АП, является закон № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления алкогольной продукции»<sup>5</sup>. Продажа алкогольной продукции также регулируется законом № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

---

<sup>5</sup> Федеральный закон о государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции, URL: [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8368/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8368/)].

Федерации»<sup>6</sup> (закон о торговле). Производство и оборот винодельческой продукции регулируется законом № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации»<sup>7</sup>, закон № 38-ФЗ «О рекламе»<sup>8</sup> ограничивает рекламу алкогольной продукции.

К производству алкогольной продукции, согласно закону № 171-ФЗ, устанавливаются особые требования:

1) Организации, осуществляющие производство этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и использующие в указанных целях основное технологическое оборудование, обязаны иметь на указанное оборудование сертификат соответствия или декларацию о соответствии, выданные в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

2) Основное технологическое оборудование для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, за исключением оборудования для производства спиртосодержащих лекарственных препаратов и (или) спиртосодержащих медицинских изделий, винодельческой и пивоваренной продукции должно быть оснащено автоматическими средствами измерения и учета концентрации и объема безводного спирта в готовой продукции, объема готовой продукции, опломбированными федеральным органом по контролю и надзору. Основное технологическое оборудование для производства винодельческой и пивоваренной продукции должно быть оснащено автоматическими средствами измерения и учета объема готовой продукции, опломбированными федеральным органом по контролю и надзору.

3) Для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции организация обязана использовать только основное технологическое оборудование, принадлежащее ей на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления. Требования о принадлежности основного технологического оборудования на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления не распространяются на основное технологическое оборудование для производства вина, игристого вина сельскохозяйственными товаропроизводителями из собственного винограда.

К розничной торговле АП также применяются отдельные требования:

---

<sup>6</sup> Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ, URL: [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/)].

<sup>7</sup> Федеральный закон "О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации" от 27.12.2019 N 468-ФЗ, URL: [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_341772/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341772/)].

<sup>8</sup> Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ, URL: [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)].

1) минимальный размер уставного капитала таких организаций устанавливают органы государственной власти субъектов РФ, но в любом случае этот размер может быть не более чем 1 млн руб. (п. 9 ст. 16 закона № 171-ФЗ);

2) организации, осуществляющие розничную продажу АП (за исключением пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи), должны иметь для таких целей в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении или в аренде, срок которой определен договором и составляет 1 год и более, стационарные торговые объекты и складские помещения общей площадью не менее 50 м<sup>2</sup> по каждому месту нахождения обособленного подразделения, в котором осуществляется розничная продажа АП – в городских населенных пунктах, а в сельских поселениях – не менее 25 м<sup>2</sup>;

3) организации и ИП, осуществляющие розничную продажу пива, пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, должны иметь для таких целей в собственности, хозяйственном ведении, оперативном управлении или в аренде стационарные торговые объекты и складские помещения.

Также в отношении розничной продажи алкогольной продукции есть ограничения, связанные с защитой здоровья населения, обеспечением общественной безопасности, предотвращением злоупотребления АП. Статья 16 закона № 171-ФЗ запрещает розничную продажу АП несовершеннолетним, дистанционным способом, без предоставления покупателю документа (кассового чека) с наличием на нем штрихового кода о факте фиксации информации о розничной продаже алкогольной продукции в ЕГАИС (кроме продажи пива, пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи), с 23 до 8 часов по местному времени<sup>9</sup>, а также продажу в определенных местах: в общественных местах, в образовательных, культурных, спортивных и медицинских учреждениях, на оптовых и розничных рынках, на всех видах общественного транспорта городского и пригородного сообщения, на вокзалах и в аэропортах.

Контроль за выполнением всех вышеуказанных требований к субъектам оптовой и розничной торговли АП осуществляют контрольно-надзорные органы субъектов Федерации, органов правопорядка и Роспотребнадзора в части потребительской маркировки (особенно винодельческой продукции), федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование, РАР), а также её межрегиональные управления.

---

<sup>9</sup> Дополнительные ограничения по времени могут быть установлены органами государственной власти субъектов РФ вплоть до полного запрета розничной продажи АП. Более подробно можно ознакомиться в исследовании «Определение фактического влияния дополнительных региональных ограничений розничной продажи алкогольной продукции», 2020 г.

В отношении розничной торговли винодельческой продукцией применяются особые правила:

1) при розничной продаже виноградосодержащих алкогольных напитков, фактическое объемное содержание этилового спирта в которых не превышает 22%, в торговом зале или ином месте продажи АП размещение (выкладка) таких напитков должна осуществляться отдельно от вина, крепленого вина, игристого вина способом, позволяющим визуально отделить такую продукцию от вина, крепленого вина, игристого вина, и сопровождаться информационной надписью: «ПРОДУКЦИЯ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ВИНОМ» (ч. 5 ст. 26 закона № 468-ФЗ);

2) при розничной продаже российских вин защищенного наименования, а также вин, крепленых вин, игристых вин, полностью (на 100%) произведенных из винограда, выращенного на территории РФ (вино России), в торговом зале или ином месте продажи их размещение (выкладка) должно сопровождаться надписью: «ВИНО РОССИИ» (ч. 3 ст. 32 закона № 468-ФЗ).

3) Согласно законопроекту<sup>10</sup>, разработанному Минфином, с 31 марта 2022 по 31 декабря 2024 г. планируется проведение эксперимента по розничной дистанционной продаже винодельческой продукции, произведенной из винограда, выращенного в России, Почтой России. Верификация возраста покупателей будет проводиться курьерами по паспорту или путем идентификации на «Госуслугах».

С 1 января 2024 г. должен вступить в силу Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности алкогольной продукции»<sup>11</sup>. Содержание и сроки вступления в силу указанного наднационального нормативно-правового акта неоднократно менялись в течение последних лет (в последний раз 2 декабря 2021 г.). В регламенте прописаны требования к безопасности, упаковке, маркировке алкогольной продукции, требования к безопасности АП в процессе ее производства, хранения, перевозки (транспортирования) и реализации, а также правила обращения АП на территориях государств – членов ЕАЭС.

Таким образом, ограничения, создаваемые текущей законодательной системой в отношении производства и оборота алкогольной продукции, могут способствовать росту нелегального рынка.

### *2.1.2. Фискальная политика*

---

<sup>10</sup> Министерство Финансов РФ, URL: [<https://regulation.gov.ru/projects#npa=119126>].

<sup>11</sup> Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности алкогольной продукции» ТР ЕАЭС 047/2018, URL: [<https://docs.cntd.ru/document/551893590>]. Вступление в силу регламента перенесено на 2 года вперед: [<https://docs.cntd.ru/document/727346092>].

Помимо ограничений на продажу АП в определенное время и в определенных местах, в России, согласно пункту 5 статьи 11 закона № 171-ФЗ, действует запрет на продажу алкогольной продукции ниже установленной минимальной розничной цены (МРЦ), основная цель которого – снижение потребления алкоголя среди населения. На 2021 г. ниже МРЦ (Рисунок 1) запрещено продавать водку, коньяк, бренди, другую продукцию из винного, виноградного, плодового, коньячного, вискового дистиллятов, а также шампанское (с 2016 г.). За последние 3 года (с 2019 г.) МРЦ на водку подняли с 215 руб. за 0,5 л до 243 руб. (+13%), на коньяк – с 388 руб. за 0,5 л до 446 руб. (+15%), на бренди и другую продукцию из винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового дистиллятов (кроме коньяка) – с 307 руб. за 0,5 л до 324 руб. (+5,5%), на игристое вино МРЦ поднимали один раз, в 2021 г., с 164 руб. за 0,75 л до 169 руб.

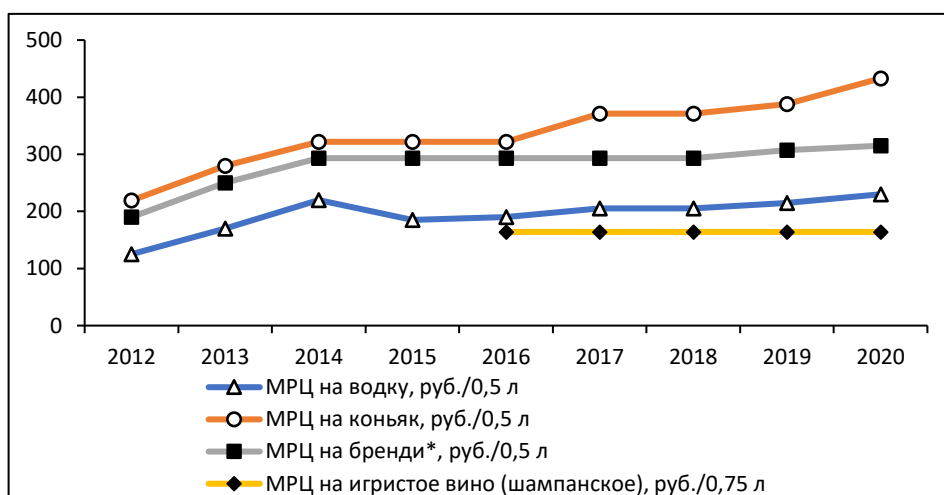


Рисунок 1. Динамика изменения минимальной розничной цены на АП. Источник: данные Минфина РФ.

*Бренди\* - бренди и другой алкоголь, произведенный из винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового дистиллятов (кроме коньяка).*

Помимо МРЦ, на цену легальной алкогольной продукции существенное влияние оказывает акциз (Рисунок 2). На вино и пиво ставка акциза зависит от объема напитка, в то время как акциз на прочую алкогольную продукцию рассчитывается исходя из количества чистого спирта в напитке. Ставку акциза на АП крепостью выше 9% (не считая винодельческую продукцию) подняли за последние 3 года с 523 руб. за литр чистого спирта до 566 руб. (+8%), на вино – с 18 руб. за литр до 31 руб. (+72%), а на пиво крепостью до 8,6% – с 21 руб. за литр до 23 руб. (+9%).

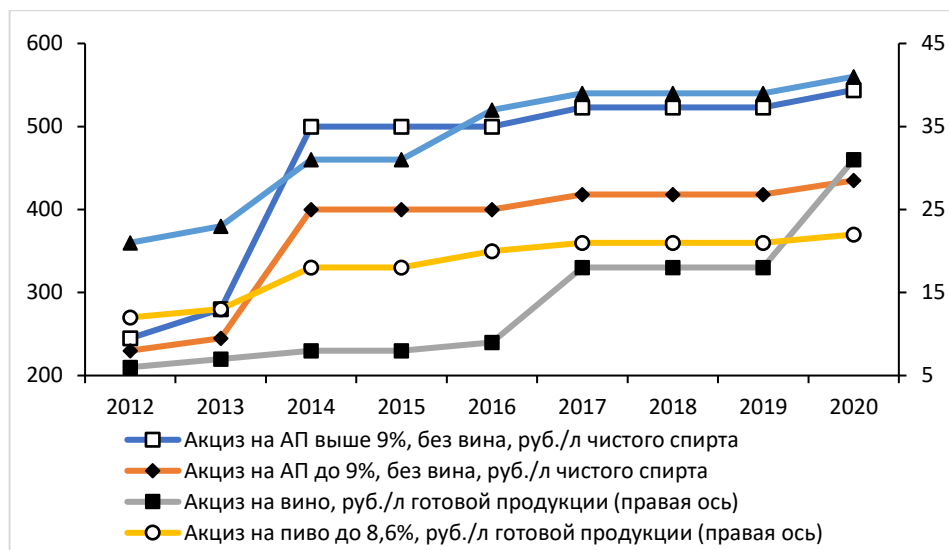


Рисунок 2. Динамика ставки акциза на АП. Построено авторами на основе данных Минфина РФ.

## 2.2. Описание рынка алкогольной продукции

### Крепкая алкогольная продукция

В 2020 г. объем производства крепкой АП (Рисунок 3) снизился по сравнению с предыдущим годом и достиг 102 млн дал (падение на 2,6%), из которых водки – 73 млн дал (+0,4%), коньяка – 11,6 млн дал (-1%). Тем не менее производство было выше уровня 2017–2018 гг. В первую очередь падение связано с закрытием производственных линий, падением плановых объемов производства.

В июле 2016 г. была введена ЕГАИС для сбора данных об обороте АП (в 2006 г. – о производстве), что позволило вывести из «серой зоны» продажи легальной алкогольной продукции в легальных точках, в связи с чем начавшийся рост легальных продаж крепкой АП прервал тренд на снижение (Рисунок 3). В 2020 г. продажи крепкой АП составили 103 млн дал (+4,3 млн дал, +4,4% с 2019 г.), из которых водки – 73,7 млн дал (+0,3 млн дал за 2020 г.), коньяка – 11,8 млн дал (-0,1 млн дал за 2020 г.). Рост покупок крепкой АП может быть связан с изменением системы учета производства и оборота алкогольной продукции. До 2016 г. данные о производстве и розничных продажах публиковались Росстатом и, по мнению части экспертов, были неточными. Как можно видеть (Рисунок 3), с введением ЕГАИС расхождения между производством и продажами сократились.



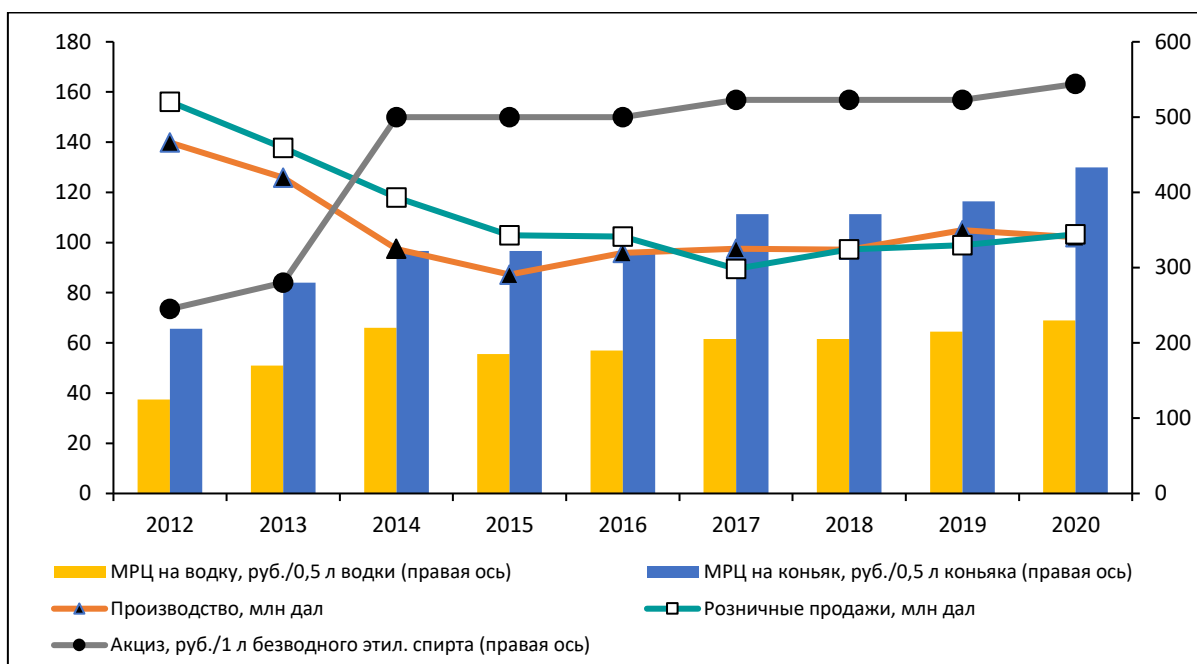


Рисунок 3. Объем производства с учетом внешнеторговой деятельности, розничных продаж и ставка акциза на крепкую алкогольную продукцию, MPЦ на водку и коньяк, 2012–2020. Построено авторами на основе данных Росстата, РАР.

В 2020 г. поступления в консолидированный бюджет от акцизов на крепкую продукцию, произведенную в России (Рисунок 4), сократились на 3%, а на ввозимую – выросли на 6%. Суммарное падение поступления в бюджет от акцизов на крепкую АП составило 2,1%. В целом можно утверждать, что общие акцизные поступления в консолидированный бюджет стабилизировались на уровне 220–225 млрд руб. в год.

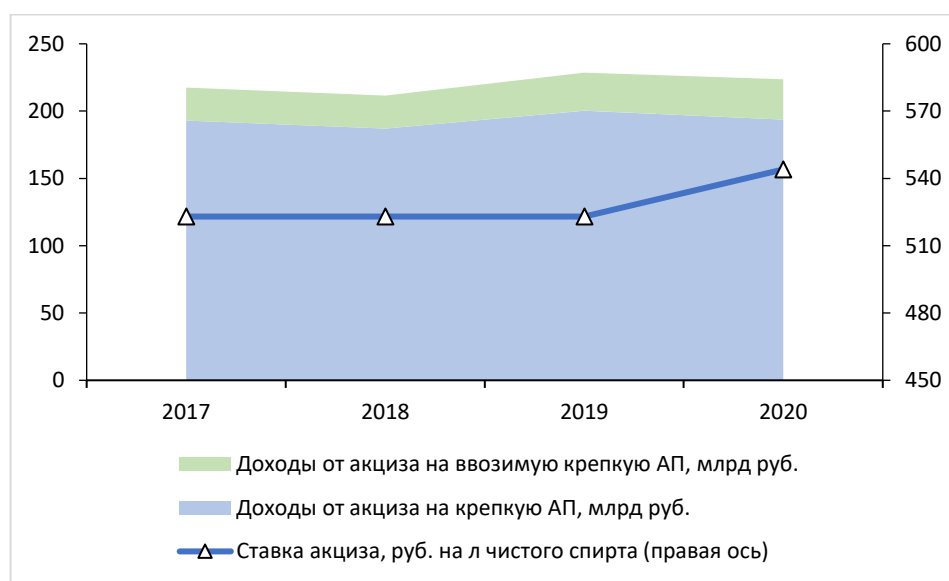
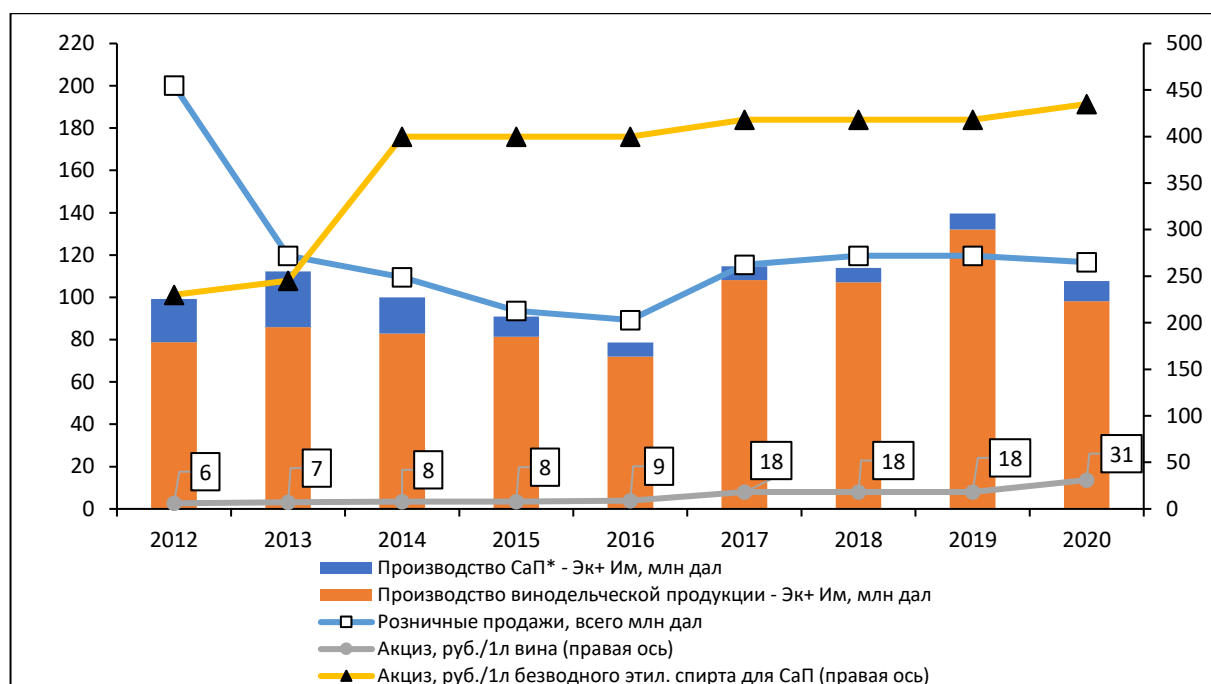


Рисунок 4. Поступления в консолидированный бюджет от акцизов на крепкую продукцию. Построено авторами на основе данных Федерального казначейства РФ.

### *Винодельческая продукция*

В 2020 г. существенные изменения в винодельческой отрасли произошли из-за изменений нормативно-правового регулирования в связи со вступлением в силу закона № 468-ФЗ. Закон поставил в более выгодное положение отечественные компании-производители винодельческой продукции, использующие российские виноматериалы, в сравнении с конкурентами из других стран и отечественными производителями, использующими привозное сырье. Кроме того, в 2020 г. был повышен акциз на вино с 18 руб. за л продукции до 31 руб. По данным ЕГАИС, в 2020 г. общий объем производства винодельческой продукции (Рисунок 5) снизился с 87,2 млн дал до 70,3 млн дал. В основном снижение обусловлено сокращением производства винных напитков более чем на 60% – с 30,1 млн дал до 11,9 млн дал. Также на 5,7% уменьшилось производство вина (до 30,9 млн дал). Это в первую очередь связано с падением урожая в регионах, выращивающих виноград, и в странах-импортерах. Осталось неизменным производство игристых вин и шампанских (13,2 млн дал), а рост показала только категория плодовой алкогольной продукции (+26,5%, до 14,8 млн дал), показатели которой вернулись на уровень 2017–2018 гг.

Несмотря на падение производства, продажи вина (Рисунок 5) выросли на 1,6 млн дал (+3%) и составили 55 млн дал. Также значительно выросли продажи плодовой АП, на 2 млн дал (+17%) – до 13,2 млн дал. Продажи игристого вина выросли на 4%, до 17,8 млн дал, а напитков винных, изготавливаемых с добавлением этилового спирта – на 6%, до 1,7 млн дал. Из всех категорий винодельческой продукции упали продажи у напитков винных, изготавливаемых без добавления этилового спирта, на 9,2 млн дал (-35%), повторив динамику продаж. Поэтому по итогам 2020 г. продажи винодельческой продукции по итогам 2020 г. упали на 4,8 млн дал, или на 5%, а по сравнению с 2018 г. . В целом стоит отметить, что за последние 3 года продажи винодельческой продукции находятся на относительно стабильном уровне в 105–110 млн дал.



\* СаП – слабоалкогольная продукция (<9% этилового спирта, кроме вина и пива).

Рисунок 5. Объем производства с учетом внешнеторговой деятельности, розничных продаж и ставки акциза на винодельческую продукцию и СаП, 2012-2020 гг. Построено авторами на основе данных Росстата, ФНС, UN Comtrade.

В 2020 г. акциз на винодельческую продукцию (Рисунок 6) был поднят с 18 руб. до 31 руб. (на 72%), были уравнены ставки акцизов на отечественное и ввозимое вино, вследствие чего поступления от акцизов на импортную винную продукцию выросли на 80% – с 7,49 млрд руб. до 13,45 млрд руб. Поступления в консолидированный бюджет от акцизов с отечественного вина практически не изменились, по итогам 2020 года зафиксирован рост на 1%, аналогичный приростам за прошлые годы.

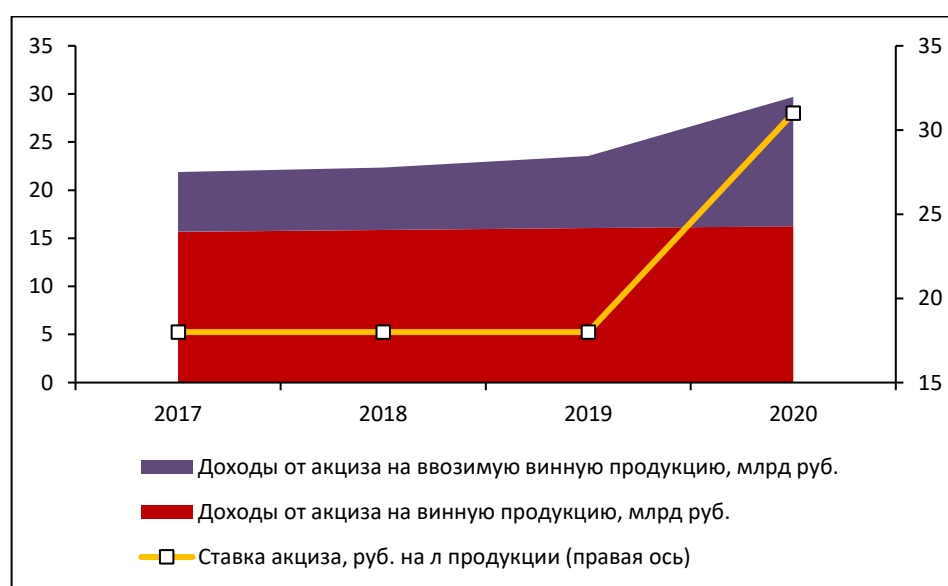


Рисунок 6. Поступления в консолидированный бюджет от акцизов на винную продукцию. Построено авторами на основе данных Федерального казначейства РФ.

### Пиво и пивные напитки

В последние 3 года снижение производства и продажи пива и пивных напитков остановилось (Рисунок 7), производство, скорректированное на внешнеторговое сальдо, выровнялось на уровне 805 млн дал в 2020 г. (небольшой прирост на 2,1% по отношению к 2019 г.). Розничные продажи в 2017–2019 гг. находились на уровне 720–730 млн дал, а по итогам 2020 г. выросли на 20 млн дал (+3,7%), до 748 млн дал.

С 2016 года наблюдается восстановление импорта пива и пивных напитков после падения, обусловленного валютным кризисом и экономическими санкциями. Экспорт также имеет тенденцию к росту, однако не настолько выраженному, в сравнении с импортом.

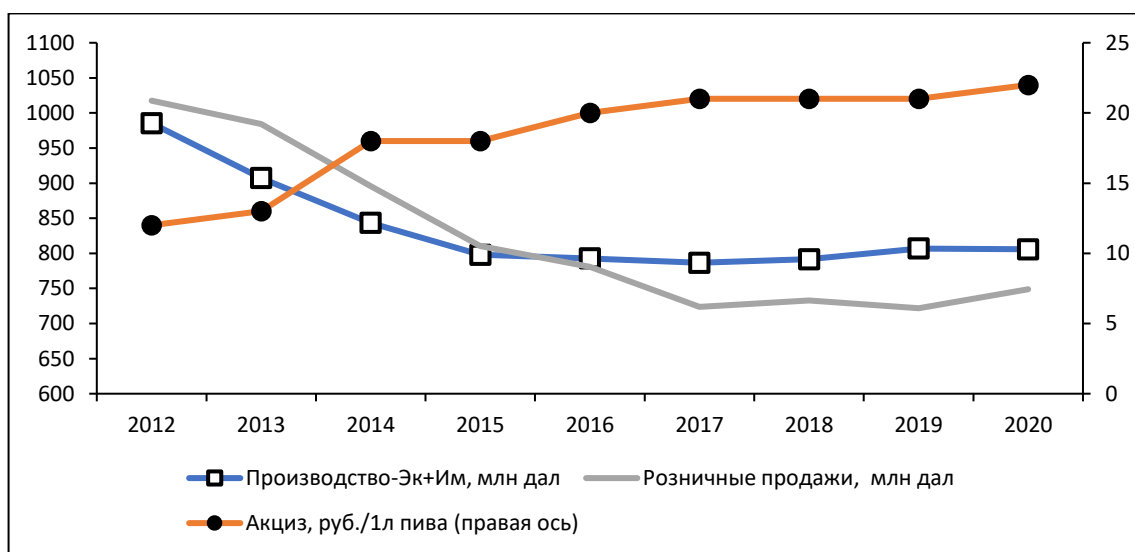


Рисунок 7. Объем производства, розничных продаж и ставка акциза на пиво (в том числе пивные напитки), 2008–2018 гг. Построено авторами на основе данных Росстата, ФНС, UN Comtrade.

Суммарные поступления в консолидированный бюджет РФ от пива и пивных напитков составили 174,5 млрд руб., что на 8% больше показателя 2019 г. (161,7 млрд руб.). Это объясняется первым за 4 года поднятием ставки акциза на пиво и пивные напитки крепостью до 8,6% с 21 руб. за литр до 22 руб. за литр (рост на 4,8%). Как следствие, выросли и поступления в бюджет от акцизов на пивную продукцию. Доходы от акциза на отечественные пиво и пивные напитки выросли на 7%, до 165 млрд руб., в то время как доходы от акцизов на импортные пиво и пивные напитки выросли на 27%.

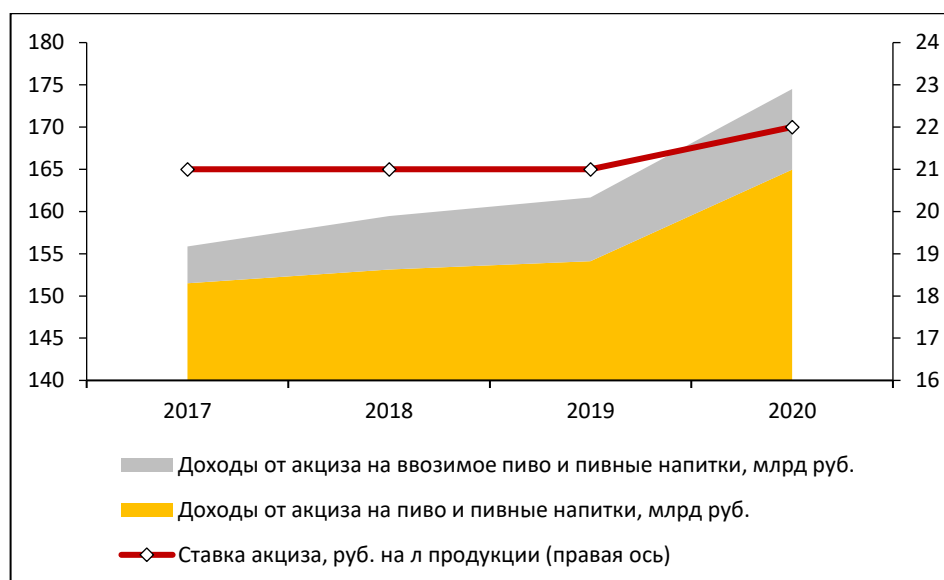


Рисунок 8. Поступления в консолидированный бюджет от акцизов на пивоваренную продукцию. Построено авторами на основе данных Федерального казначейства РФ.

### 2.3. Тенденции в потреблении алкогольной продукции

Данные исследований потребительского сектора показывают рост потребления алкогольной продукции. Так, согласно исследованиям Deloitte, в 2019 г.<sup>12</sup> АП приобретали 82% россиян, а в 2020-м<sup>13</sup> – уже 90%. В 2021 г. динамика пошла на незначительный спад, и доля россиян, приобретающих АП, составила 89%. Эти данные подтверждаются и статистикой Минздрава<sup>14</sup>: до 2020 г. потребление алкогольной продукции падало (в 2018 г. составило 9,3 л чистого спирта на душу населения, в 2019-м – 9,1 л), но в 2020 г. падение прекратилось. Наряду с этим, в связи со снижением доходов, ростом потребительских цен и общим снижением покупательской способности населения, усиливается тенденция потребителя к экономии, осознанному выбору более дешевой, менее качественной и менее безопасной АП.

*«Мне кажется, если брать длинную статистику, то всегда, когда были экономические кризисы в РФ, резкое повышение цен, например, всегда был рост потребления алкоголя, хотя бы локальный. При этом есть два разностремительных, разнорасходящихся тренда. Первый – когда больше людей приходит к осознанному потреблению. Они готовы интересоваться конкретными сортами винограда,*

<sup>12</sup> Deloitte, Потребительский сектор в России – 2019, URL: [\[https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumer-business/articles/2019/consumption-in-russia.html\]](https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumer-business/articles/2019/consumption-in-russia.html).

<sup>13</sup> Deloitte, Потребительский сектор в России – 2020, URL: [\[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/russian/alco.pdf?nc=1\]](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/russian/alco.pdf?nc=1).

<sup>14</sup> ТАСС, URL: [\[https://tass.ru/obschestvo/12361257\]](https://tass.ru/obschestvo/12361257).

*конкретными винодельнями и искать эти винодельни. Второй – потребление ради потребления. Народ пошел покупать все что попало. А с учетом того, что у нас в очередной раз происходит повышение цен на алкогольную продукцию, то народ начал искать более дешевые варианты».*

*(Эксперт от торговли)*

---

Данные регулярных массовых опросов и статистика алкоголь-ассоциированных показателей свидетельствуют о разнонаправленной динамике общего потребления алкогольной продукции среди населения в 2020 г. В частности, среди молодых когорт наблюдается снижение потребления крепкого алкоголя и увеличение доли слабоалкогольных напитков. В ядре покупателей от 35 до 45 лет и старше потребление водки повысилось, а ЛВИ, коньяка и крепкого алкоголя домашнего производства снизилось. Вероятно, изменение структуры потребления крепкой АП свидетельствует о стремлении к экономии и выборе более дешевой продукции на фоне снижения доходов населения. Рассмотрим тенденции более подробно.

Потребление алкоголя, по данным опроса РМЭЗ ВШЭ, по возрастным когортам приобретает форму параболы. Наибольшая доля потребляющих алкоголь находится внутри возрастной группы 35–45 лет (более 70% людей этого возраста приобретает алкоголь). Меньше всего потребляют алкоголь в самых молодых (18–20 лет) и самых старших (70 и старше) возрастных группах.

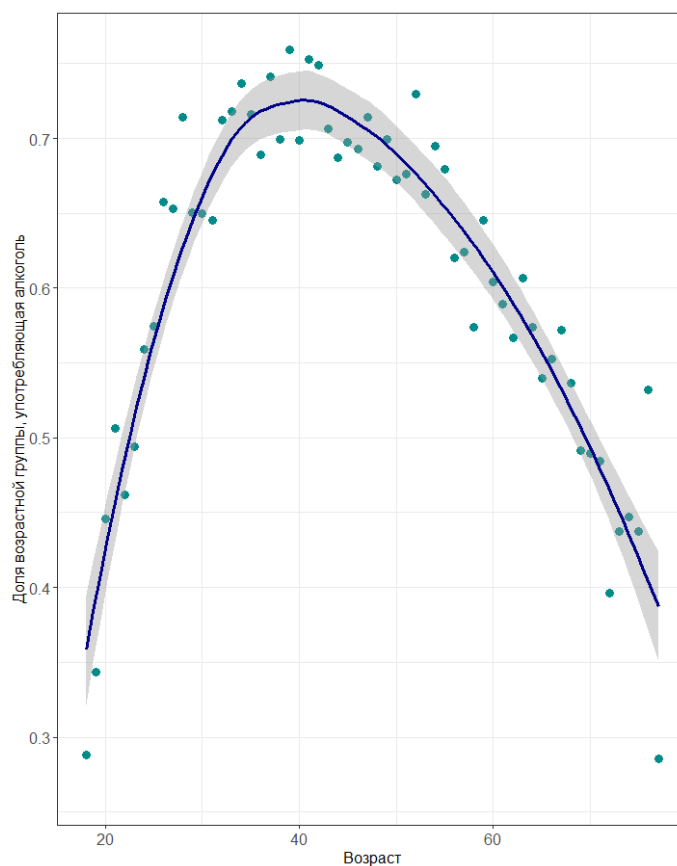


Рисунок 9. Потребление алкоголя внутри возрастных групп. Построено авторами на основе данных РМЭЗ ВШЭ 2020 г.

Основное ядро потребителей АП по-прежнему составляют представители средней и старшей возрастных когорт. Что касается предпочтений в алкогольных напитках, популярность определенных видов АП сильно меняется в зависимости от возраста покупателя. В общем потреблении алкогольной продукции за последние 3 года, по данным опроса РМЭЗ ВШЭ, выросло потребление пива (+4 п.п., до 54%), а водки – снизилось (на 3 п.п., до 35%). Потребление сухого вина, коньяка и самогона находится на стабильном уровне. Среди населения 25–44 лет снизилось потребление самогона (падение около 10 п.п.) и коньяка (на 8 п.п., до 15%), а среди населения 45-54 лет потребление водки выросло на 12 п.п., а среди населения старше 55 лет потребление водки выросло на 20 п.п. до 45%, самогона (+3 п.п., до 11%) и пива (+4 п.п., до 36%).

С увеличением возраста потребителя выбор смещается в сторону более крепких напитков (водки, коньяка), а также напитков домашнего производства (крепленого вина, браги, самогона).

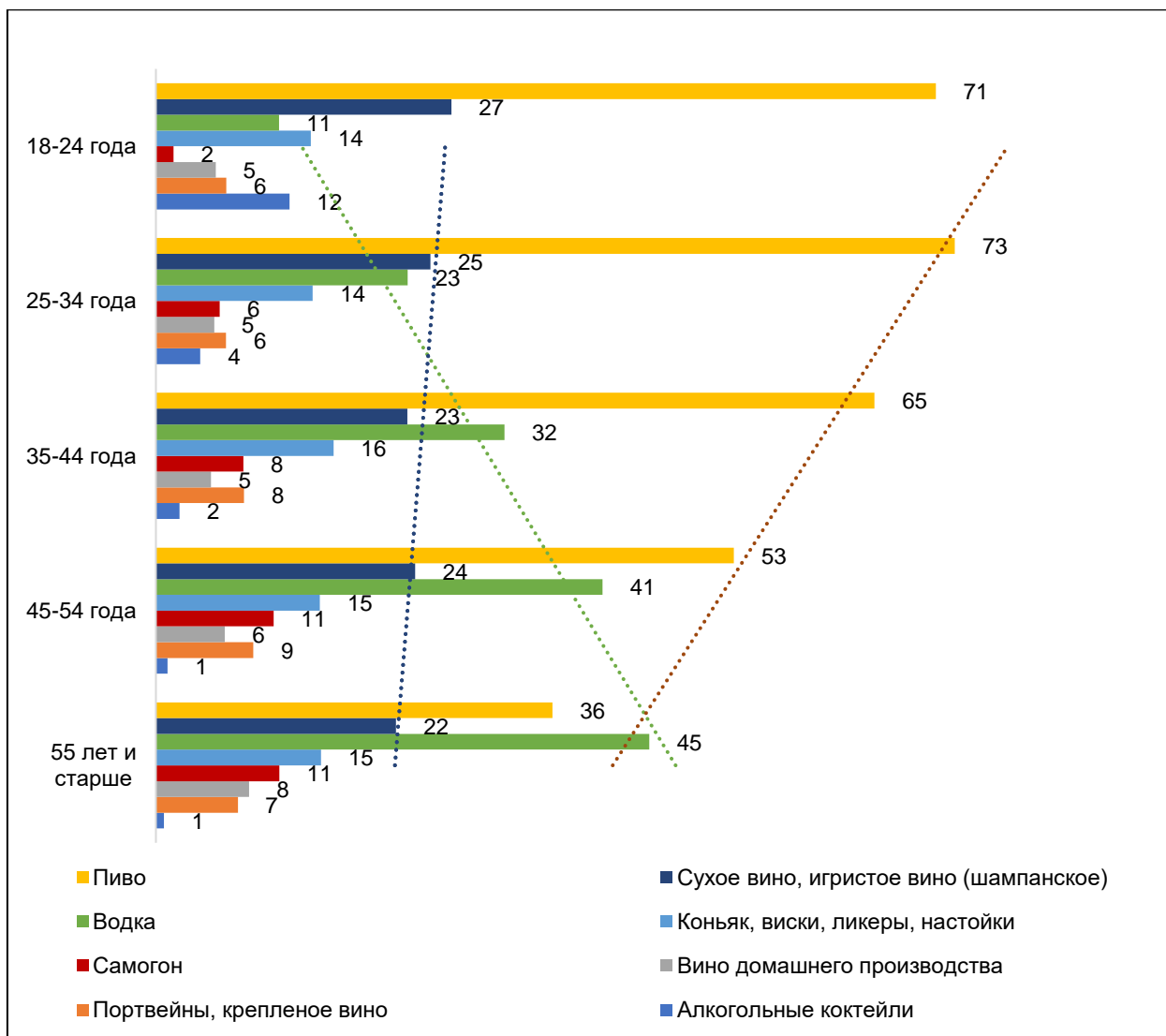


Рисунок 10. Потребление алкогольной продукции в зависимости от возраста, % от потребляющих в возрастной группе. Построено авторами на основе RLMS HSE.

Тенденция к снижению потребления АП сохраняется среди молодых когорт 18–24 лет: снизилось потребление всех видов напитков, кроме пива (рост на 8 п.п.). Молодые группы населения чаще отдают предпочтение слабоалкогольной продукции: пиву, слабым алкогольным коктейлям. Ключевые факторы такой динамики, по мнению опрошенных экспертов, – изменение у молодежи структуры потребления алкогольной продукции в пользу увеличения доли слабоалкогольных напитков, изменение ценностей и культуры досуга в целом, популяризация спорта и других практик здорового образа жизни, «непрестижность» алкогольной продукции для части молодых людей.

В целом в 2020–2021 гг. динамика потребления алкоголя остается разнонаправленной – растет доля водки, пива, в то время как доля потребления прочих крепких алкогольных напитков снижается. Кроме того, отдельные эксперты отмечают рост



спроса на винодельческую продукцию, связанного с развитием винной культуры, а также туризма в южные российские регионы (Рисунок 11).

*«Если взять большой список продукции (ликерное вино, винные напитки, игристое вино, фруктовое вино), то мы уже на протяжении целого ряда лет выпиваем чуть больше миллиарда литров. Миллиард, миллиард сто, миллиард сто пятьдесят. Несмотря на все потрясения, мы свой миллиард винодельческой продукции в этом году также выпьем. Я думаю, что цифра будет близка к ежегодным, ну где-то примерно миллиард сто – миллиард сто пятьдесят миллионов литров вот этой винодельческой продукции будет выпито по итогам года. Таким образом, самое главное – мы не теряем покупателя. Покупатель, который полюбил вино, пока остается с нами, и это нас радует».*

**(Эксперт винодельческой отрасли)**

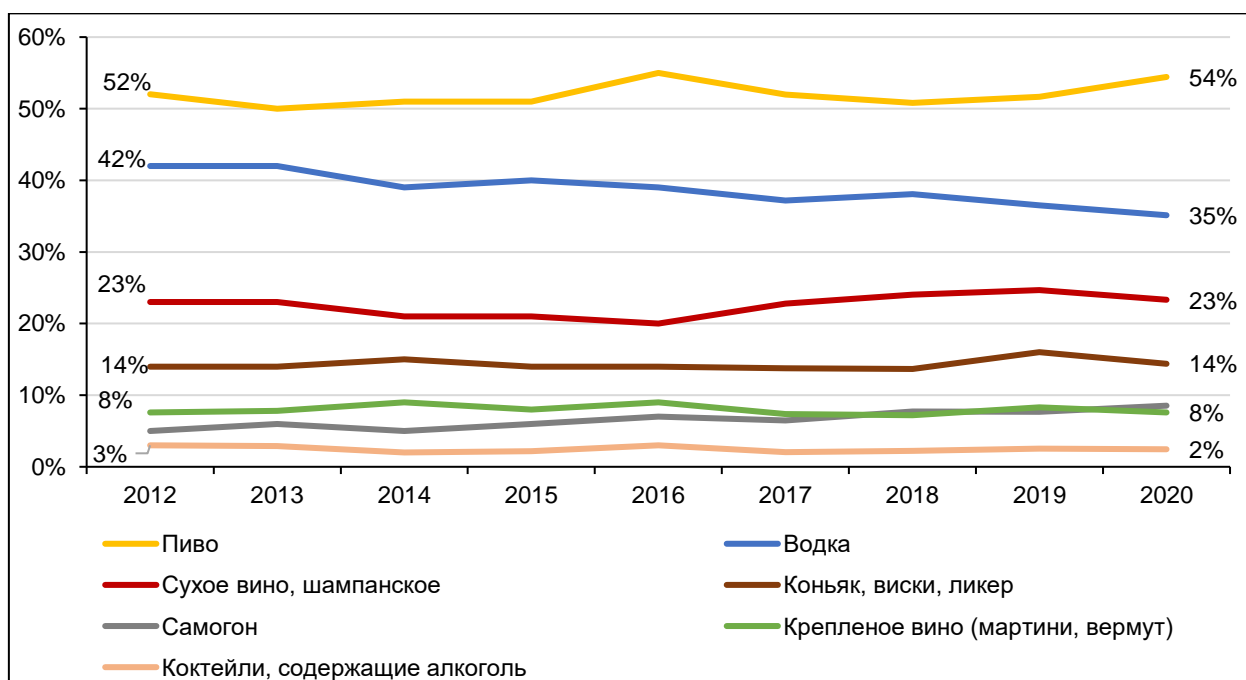


Рисунок 11. Динамика потребления алкогольной продукции по видам продукции. Построено авторами по данным РМЭЗ ВШЭ.

### 3. Описание основных форм незаконного производства и оборота алкогольной продукции

#### 3.1. Факторы, стимулирующие производство и оборот нелегальной алкогольной продукции

Для того, чтобы сформировать корректный комплекс мер по борьбе с нелегальным рынком, важно проанализировать причины его развития. По результатам экспертных интервью можно выделить 8 основных факторов, стимулирующих производство и оборот нелегальной алкогольной продукции:

1. Локализация потребления – рост популярности магазинов у дома из-за пандемии, избегание мест массового скопления в гипермаркетах. В локальных магазинах выше риск покупки нелегального алкоголя.

---

*«Нелегальный рынок в 2020 году на 2% выше, чем в 2019-м. Это связано с тем, что люди стали много потреблять алкогольной продукции в магазинах “у дома”, которые в очень большом объеме нелегальны, не имеют лицензии. Если раньше люди ездили за продуктами в гипермаркет и там могли купить легальный алкоголь, то сейчас они стали опасаться ходить в места массового скопления. В сетевых магазинах продается легальная алкогольная продукция. А кроме них существует еще 400 тысяч магазинов, не имеющих лицензии, но торгующих алкогольной продукцией “из-под полы”. И это увеличение потребления на 2% могло определиться именно тем, что люди стали больше потреблять алкогольной продукции из непроверенных источников. Это может упирается и в цену (то, что она дешевле в магазинах “у дома”), и в нежелание ехать в места скопления, то есть в гипермаркеты...»*

*(Эксперт от производителей крепкой алкогольной продукции)*

---

2. Падение доходов населения на фоне общего роста цен. С начала 2019 г. по сравнению с 3-м кварталом 2021 г. покупательная способность<sup>15</sup> в отношении продовольственных товаров снизилась на 12%, а в отношении алкогольной продукции – на 2%. Как следствие, наблюдается тенденция населения к

---

<sup>15</sup> Количество товара, которое можно купить на все денежные доходы населения.

осознанному выбору в пользу более дешевой, менее качественной и менее безопасной алкогольной продукции.

3. Высокая маржинальность производства нелегальной крепкой алкогольной продукции.

На фоне ежегодного увеличения минимальной розничной цены водки (рост на 25 руб., 12% с 2018 г.) разрыв между производственной себестоимостью алкогольной продукции и МРЦ (Рисунок 12) не сокращается (рост на 7,4 руб., 17%), из-за чего производство нелегальной водки остается высокорентабельным.

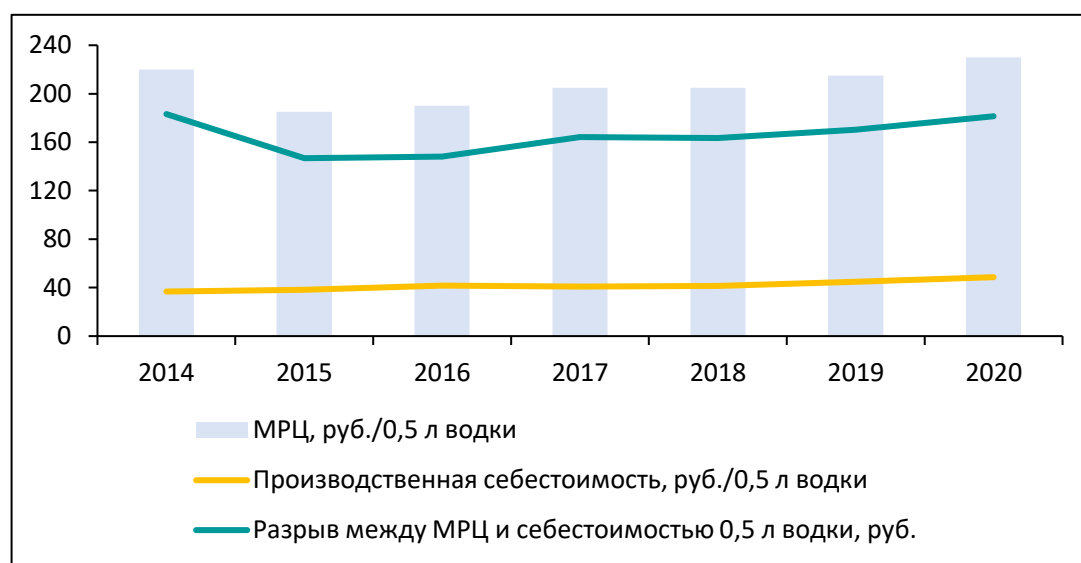


Рисунок 12. Сопоставление себестоимости и минимальной розничной цены на 0,5 л водки. Построено авторами на основе данных экспертов и Минфина РФ.

4. Высокая стоимость легального алкоголя в сравнении с нелегальным из-за повышения ставки акциза, повышения МРЦ и увеличения доли акциза в общей стоимости продукции.

Информация о структуре розничной цены и производственной себестоимости алкогольной продукции была получена от экспертов в области производства ликеро-водочной, винодельческой и пивоваренной продукции.

Были сопоставлены производственная стоимость, возможная цена и минимальная розничная цена (Таблица 1). Возможная цена продажи нелегальной АП получена при предпосылке о 100%-ной рентабельности производства. Вероятнее всего, настоящая целевая рентабельность находится значительно выше.

Таблица 1. Сравнение производственной себестоимости и МРЦ на алкогольную продукцию. Построено авторами на основе экспертных интервью.

Производственная себестоимость	МРЦ (по закону), 2021	Возможная цена продажи на теневом рынке, исходя из предпосылки минимальной рентабельности на уровне 100%
<b>Водка</b>		
48,6 руб. за 0,5 л водки	<b>243 руб. за 0,5 л</b>	0,5 л водки – <b>97,2 руб.</b>
<b>Игристое вино (отечественное)</b>		
77 руб. за 0,75 л игристого вина	<b>169 руб. за 0,75 л</b>	0,75 л игристого вина – <b>более 154 руб.</b>
<b>Пиво</b>		
54,5 руб. за 1 л пива	<b>Минимально возможная рентабельная цена – 95 руб.</b>	1 л пива – <b>109 руб.</b>

Минимальная розничная цена каждого вида АП находится на уровне, значительно превышающем стоимость соответствующих нелегальных видов продукции. Для низкодходных слоев населения это является решающим фактором, влияющим на выбор в пользу нелегального алкоголя. При этом недобросовестные участники рынка могут производить продукцию по демпинговым ценам, с которой легальные производители не могут конкурировать. В основном это связано с высокой долей акциза и НДС в алкогольной продукции. Так, доля акциза в стоимости водки составляет 36%, в стоимости игристого вина – 14%, а в стоимости пива – 23%, а доля НДС – 11% для водки, 19% для пива, 11% для вина.

Пиво и вино в меньшей степени являются экономически привлекательными для нелегальных производителей, так как фактор цены уходит на второй план и вместо него вперед выходят качественные характеристики напитка, обеспечение которых связано с дополнительными затратами, в которых недобросовестные производители, как правило, не заинтересованы.

5. Сохраняющийся спрос на алкогольную продукцию при ограничениях или запрете легальных продаж: дополнительные региональные ограничения розничной продажи алкогольной продукции по месту, времени и условиям продаж вплоть до полного запрета, устанавливаемые местными и региональными властями и делающие легальную АП физически менее доступной. Так, только в 25 регионах розничная продажа АП запрещена с 23:00 до 8:00. В 26 субъектах РФ розничная продажа АП запрещена в течение 12 часов (либо с 22:00 до 10:00, либо с 21:00 до 9:00) и еще в 18 регионах продажа АП запрещена дольше чем на 12 часов. Кроме того, эксперты отмечают спрос на

суррогатную АП из-за отсутствия в физической близости точек продаж легальной алкогольной продукции:

---

*«На заправке мужчина очень алкоголистического вида покупал чуть ли не антифриз. И я думаю: “Неужели он будет это пить?!” – потому что он спрашивал, какая минимальная тара у этого антифриза есть. И если бы у него была возможность на заправке купить бутылку пива, хотя бы “Охота крепкое”, “Балтика 9”, может быть, он бы не стал покупать этот антифриз. Я была в поездке, а эта заправка, по сути, единственная торговая точка в небольшом населенном пункте».*

*(Эксперт от производителей пивоваренной продукции)*

---

6. Ненадлежащий контроль за оборотом сырья для изготовления алкогольной и спиртосодержащей продукции:
  - Отсутствие надлежащего контроля за оборотом прочих технических спиртов, в особенности метилового спирта;
  - Непрозрачный учет ЛВИ, разливной слабоалкогольной продукции (пива и вина) в сфере общественного питания.
7. Введение дополнительных регуляторных мер в отношении легальных производителей АП:
  - Продолжающееся повышение ставок акциза и минимальной розничной цены на легальную АП;
  - Сложная система получения лицензии на осуществление производства и розничной продажи ЛВИ и винодельческой продукции.

Тем не менее эксперты также отмечают тренд на «обеление» пивного рынка, связанный с развилкой, созданной в результате ковидных ограничений, когда были введены запреты по времени торговли как для “наливаек”, так и розничной торговли – точки по продаже пива в розлив, которые ранее существовали в гибридном формате, были вынуждены сделать выбор: NoReCa или магазин;

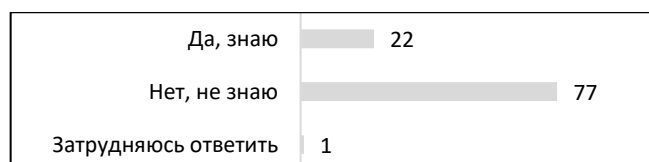
  - Дополнительные региональные ограничения мест и времени продаж алкогольной продукции.

8. Недостаточная осведомленность граждан о нелегальной алкогольной продукции.

Обучающих программ, направленных на повышение грамотности населения при выборе алкогольной продукции и на формирование культуры цивилизованного потребления, недостаточно. По итогам исследования, проведенного ЦРПР в 2019 г., выяснилось, что большая часть населения не знает, как проверить, является ли бутылка поддельной. Здесь, однако, стоит отметить некоторые шаги, направленные на формирование культуры потребления АП: распространение популярности винных фестивалей, Винный гид России.

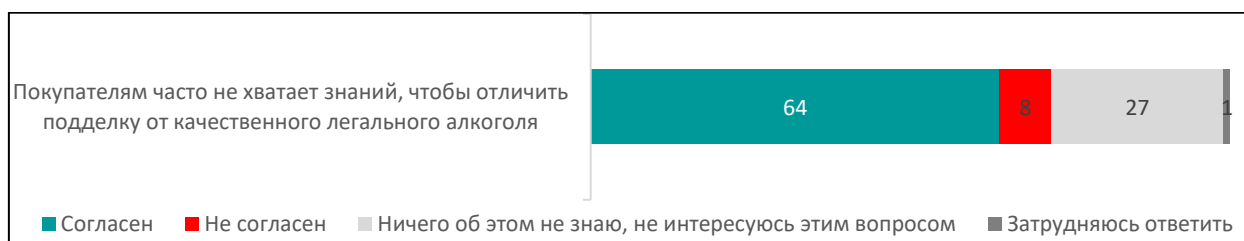
### Знаете ли вы, как можно проверить, является ли бутылка алкоголя в магазине поддельной?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)<sup>16</sup>



### Насколько вы согласны или не согласны со следующими утверждениями о причинах существования поддельного алкоголя?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



## 3.2. Оценка объемов нелегального рынка по основным формам (видам продукции, каналам продаж) и участникам

Эксперты признают, что на сегодняшний день нет официальной статистики и единой общепринятой методики, оценивающей объем нелегального рынка. Тем не менее ФОИВ, исследовательские центры и ряд экспертов используют различные методики для оценки размеров нелегального производства и оборота алкогольной продукции. В рамках данного

<sup>16</sup> По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа».

исследования будет рассмотрен ряд экспертных оценок объема нелегального рынка алкогольной продукции.

*Объем нелегального потребления алкогольной продукции по оценкам экспертов*

Эксперты расходятся в оценках нелегального рынка алкогольной продукции как по категориям, так и в целом. Озвучиваются оценки в промежутке от 10% до 30%. В структуре нелегальных продаж лидерство сохраняется за крепкими алкогольными напитками как более маржинальными с точки зрения структуры розничной цены.

В отношении теневого рынка в вине и пиве мнения расходятся. Ряд экспертов отмечают несущественную долю в нелегальном производстве и продаже вина российского производства, около 0,5% всей продукции. В первую очередь это связано с ограниченным объемом виноматериала, который в настоящее время доступен для российских производителей. Неучтенной остается доля так называемых «домашних» вин, распространенных в южных регионах.

---

*«Это достаточно серьезная, скрупулёзная работа с учётом всех требований, которые на сегодняшний момент существуют, для производителей вина. Это ЕГАИС, декларирование винограда и, соответственно, расчёт объёма производственной мощности, акцизы. Виноделие – это достаточно дорогое удовольствие для теневого сегмента, чтобы этим заниматься. Но понимаете, своего винограда у местных хватает, поэтому каждый литр виноматериала – он на счету у производителей. В этом отношении, можно сказать, выбирается всё».*

*(Эксперт от винодельческой отрасли)*

---

В отношении пивоваренной отрасли звучат также разные оценки. Эксперты оценивают долю нелегальной пивоваренной продукции на 2021 г. в 4,4% от общего объема произведенной продукции. Связано это в первую очередь со сложностями в технологии производства.

Эксперты отмечают тренд на «обеление» рынка, описанное выше. Санитарно-эпидемиологические ограничения вынудили нелегальных продавцов сделать выбор: HoReCa или магазин.

---

*«Есть очень популярная практика в Новосибирске и в Екатеринбурге. Ты покупаешь отдельную бутылку – это твоя тара. Тебе прямо чек дают – 3 рубля она стоит. В свою тару, как в бидон, тебе наливают пиво и не закрывают крышку, потому что иначе это уже розничная продажа, а у тебя получается бар. Тебе налили в твою тару, ты с ней отошел. Там стоит такой автоматик, и в нем, как бахилы, падают пластиковые крышки. Крышку завинтил и ушел. Можно 1,5 литра, сколько угодно можно покупать. Я считаю, что это надо запрещать, потому что усилить контроль мы все равно не сможем, проверить тоже».*

***(Эксперт от производителей пивоваренной продукции)***

---

*Объем незарегистрированного потребления алкогольной продукции согласно расчетам по методике Минздрава*

В 2019 г. Минздрав России представил Методику оценки среднедушевого потребления алкогольной продукции в РФ<sup>17</sup>, а также оценку потребления крепкой АП. Согласно формуле министерства (по расчетам авторов, подробнее формулу можно посмотреть в приложении), доля нелегальной алкогольной продукции среди крепких напитков достигает 43,7% в 2020 г. (снижение 6,9 п. п. по сравнению с показателем 2018 г. в 51,6%). Доля нелегальной алкогольной продукции среди всех напитков также снизилась и достигла 26,1% против 31,2% в 2018 г. Однако снижение (все 6,9 п. п.) произошло за счет уменьшения выявляемости случаев алкогольных психозов с 48,3 случая на 100 тыс. чел. до 37,6 случая (падение на 22% впервые за время сбора данных об этом показателе, 16 лет). Этот показатель, по определению Минздрава, обозначает число «взятых под диспансерное наблюдение больных с впервые в жизни установленным диагнозом». Таким образом, в статистике не учитываются уже поставленные на учет и снятые с учета из-за не обращения в диспансеры в течение года. Поэтому число случаев алкогольных психозов могло снизиться не из-за падения потребления АП, а из-за того, что больных не брали под наблюдение (например, из-за высокой нагрузки на систему здравоохранения из-за пандемии).

---

<sup>17</sup> Приказ Минздрава РФ от 30.07.2019 № 575 «Об утверждении методики оценки среднедушевого потребления алкоголя в Российской Федерации», URL: [<https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=342898>].



*Оценка объема нелегального рынка алкогольной продукции согласно данным исследований НИУ ВШЭ и предыдущих исследований*

В 2017 г., по оценке ЛЭСИ НИУ ВШЭ, объем нелегального рынка крепкой алкогольной продукции был равен 51,5 млн дал недеклалируемой водки и ЛВИ фабричного производства (42% продаж, в том числе 26% через легальную розницу и 16% через нелегальную розницу); 20 млн дал – объем домашней АП для собственного потребления и для продажи (основная часть потребляется внутри домохозяйств и расходится по неформальным сетям, и лишь меньшая доля продается на нелегальном рынке); 28 млн дал суррогатной АП<sup>18</sup>.

Суммарная оценка объема нерегистрируемого потребления на 2015 г. – 99,5 млн дал, или 59% потребляемой крепкой АП.

Согласно предыдущим исследованиям, объем теневого рынка пивоваренной продукции оценивался в 9–10% в 2017–2018 гг. [2], 6–10% в 2019 г. (ЦРПР Сколково, 2019 г. [3]), 3–6,5% в 2020 г. (ЦРПР Сколково, 2020 г.). В исследовании другого коллектива НИУ ВШЭ 2021 г.<sup>19</sup> указан объем теневого рынка пива 14%, однако эксперты единодушно отмечают, что доля нелегального пива значительно ниже.

*Объем незарегистрированного потребления алкогольной продукции согласно расчетам по оценочным данным ВОЗ*

Согласно данным Всемирной организации здравоохранения<sup>20</sup>, нерегистрируемое потребление алкогольной продукции (в литрах спирта на душу населения) уменьшается на фоне снижения общего потребления алкогольной продукции (Рисунок 13). За 10 лет нерегистрируемое потребление АП снизилось с 4,76 литра чистого спирта на душу населения до 3,2 литра. Однако доля теневого рынка остается стабильной, последние 10 лет она колеблется вокруг показателя в 30%, а на 2019 г. она составляла 30,6%.

---

<sup>18</sup> McKee M., Suzcs S., Sarvary A., Adany R., Kiryanov N., Saburova L., Tomkins S., Andreev E., Leon D.A. The Composition of Surrogate Alcohols Consumed in Russia // *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*. 2005. Vol. 29. No. 10. P. 1884–1888; Tomkins S., Saburova L., Kiryanov N., Andreev E., McKee V., Shkolnikov V., Leon D.A. Prevalence and Socio-Economic Distribution of Hazardous Patterns of Alcohol Drinking: Study of Alcohol Consumption in Men Aged 25–54 Years in Izhevsk, Russia // *Addiction*. 2007. Vol. 102. P. 544–553.

<sup>19</sup> РИА, URL: [<https://ria.ru/20211207/pivo-1762478586.html>].

<sup>20</sup> ВОЗ, URL: [<https://www.who.int/data/gho/data/themes/topics/indicator-groups/indicator-group-details/GHO/levels-of-consumption>].

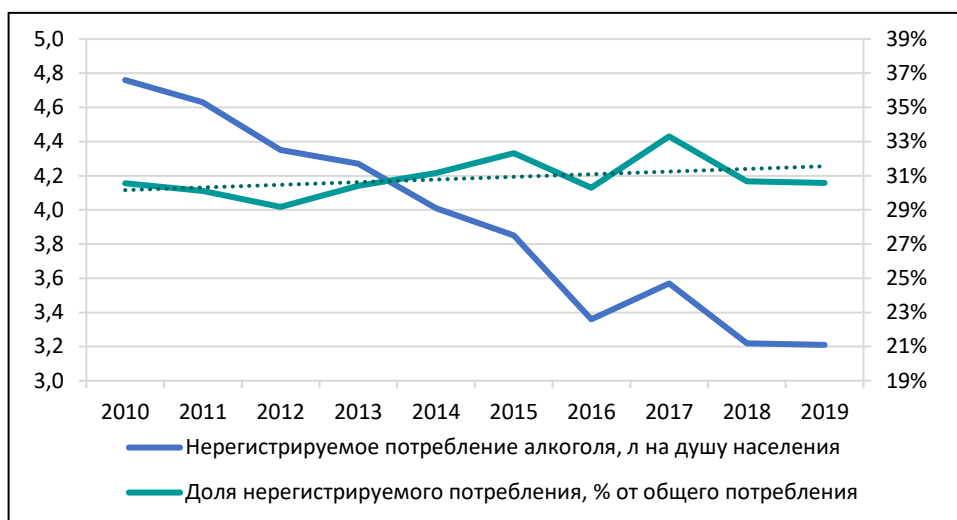


Рисунок 13. Динамика нерегистрируемого потребления алкогольной продукции. Построено авторами на основе данных ВОЗ.

*Объем незарегистрированного потребления алкогольной продукции согласно анализу сточных вод*

Еще один метод оценки нерегистрируемого потребления алкогольной продукции – анализ биологических маркеров потребления этилового спирта в сточных водах. Метод подробно описан в статье 2021 г.<sup>21</sup>. Исследование проводилось в небольшом городе Московской области в марте 2018 г., декабре 2018 г. и январе 2019 г. Авторы статьи оценили уровень неучтенного потребления алкогольной продукции (в пересчете в литры чистого спирта) в 3,6 л, 34% от всего потребления по данным ВОЗ.

*Объем незарегистрированного потребления алкогольной продукции согласно расчетам балансовым методом*

В исследовании ЦРПР за 2020 г. доля нелегального оборота пивоваренной продукции была оценена балансовым методом в 6%. Аналогично можно оценить объем неучтенного объема производства крепкой алкогольной продукции (спиртовая группа), винодельческой продукции (винная группа) и пивоваренной продукции (пивная группа) на 2020 г. по формуле:

$$\text{Неучтенный объем} = \text{Производство} - \text{Продажи} - (\text{Экспорт} - \text{Импорт})$$

Данные по продажам и производству алкогольной продукции с 2017 г. фиксируются для алкогольных напитков пивной, винной и спиртовой группы на основе данных ЕГАИС. Данные о внешнеторговом обороте были получены из годовых отчетов ФТС. Для напитков

<sup>21</sup> Rozhanets V. V. et al. Estimating population-level of alcohol, tobacco and morphine use in a small Russian region using wastewater-based epidemiology //Drug and Alcohol Review. – 2021, doi: 10.1111/dar.13334.

винной и пивной группы учет ведется в литрах продукции, а для крепких напитков – в литрах чистого спирта, поэтому при расчете внешнеторгового сальдо были использованы коэффициенты пересчета Росалкогольрегулирования<sup>22</sup>.

Указанная формула не оценивает полностью объемы нелегального рынка. Из-за ежегодных колебаний товарных запасов алкогольной продукции на складах у производственных и торговых компаний возникает сложность в точной оценке объема нелегального рынка балансовым методом. Особенно актуальна данная проблема для крепкой продукции, которая имеет длительный срок годности, из-за чего оценка для спиртовой группы является наименее точной. Кроме этого, балансовым методом возможно определить только объем неучтенной при продаже или производстве продукции (т.е. нелегально произведенный и нелегально проданный алкоголь в такую оценку включен не будет, как и потребляемые не по назначению спиртосодержащие жидкости).

Согласно балансовому методу (Рисунок 14), наибольшая доля неучтенных продаж – в спиртовой группе (16,3%), далее – винная группа (около 11–14%), а наименьшая доля у пивоваренной продукции (6–7%).

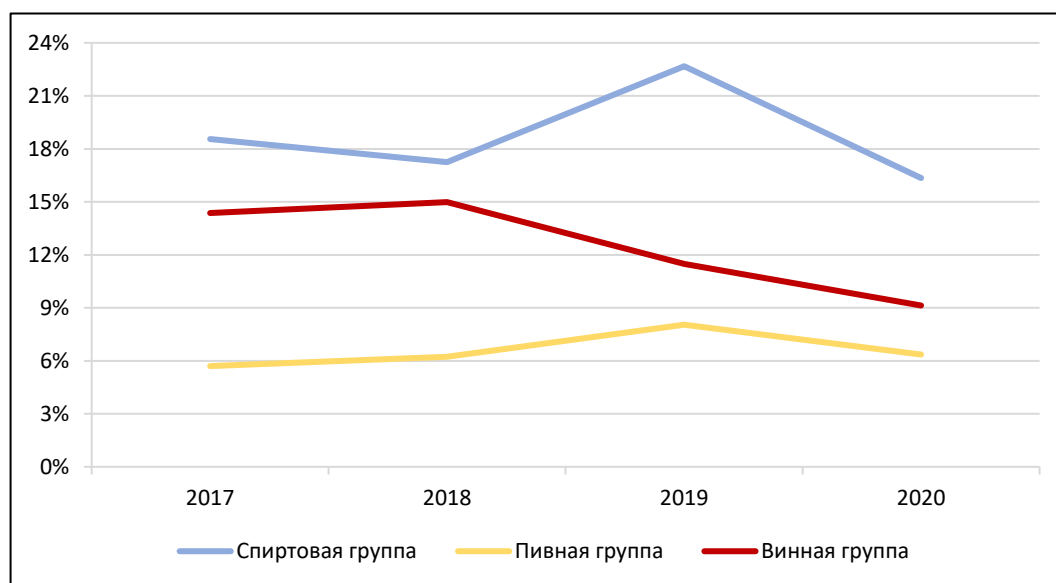


Рисунок 14. Доля неучтенных продаж по группам алкогольной продукции, рассчитанная по балансовому методу. Построено авторами на основе данных ЕГАИС и ФТС.

*Объем потребления алкогольной продукции домашнего производства (самогон и домашнее пиво)*

О росте популярности самогонварения можно судить по приросту выручки производителей самогонных аппаратов и домашних пивоварен. Согласно финансовым отчетностям компаний в системе СПАРК Интерфакс, за 2020 г. их выручка от продаж

<sup>22</sup> См. приказ Минздрава от 30.07.2019 № 575 выше.

выросла на 7,4%, или на 61,9 млн руб. Себестоимость продаж выросла на 12%, что свидетельствует о росте количества продаж за год.

Стоит отметить сложность оценки объема рынка самогонных аппаратов подобным способом. Во-первых, большое количество самогонных аппаратов производится кустарно в силу их невысокой технической сложности. Во-вторых, значительная доля производителей самогонных аппаратов зарегистрирована как ИП, у которых нет обязанности предоставлять финансовую отчетность, – таких было обнаружено около 20 компаний. Наконец, некоторые крупные производители самогонных аппаратов одновременно производят и другие бытовые приборы: коптильни, сыроварни, индукционные плиты. Поэтому оценивались крупнейшие производители исключительно самогонных аппаратов, зарегистрированные не как ИП, – таких компаний оказалось 13 с общей выручкой в 898 млн руб. в 2020 г.

Оценить количество потребляемого самогона и его динамику можно также с помощью обследования РМЭЗ НИУ ВШЭ. Согласно опросу, проводимому зимой-осенью 2020 г., потребление самогона составило 16,9 млн дал. Показатель вырос с 2017 г. на 5,9 млн дал. (рост на 53%). Кроме того, согласно опросу НИУ ВШЭ за 2020 г., объем потребления домашнего пива в 2020 г. составлял 1,1 млн дал (около 0,3–0,5% от всего оборота пивоваренной продукции).

Еще один способ оценки спроса на самогонные аппараты – изучение динамики поисковых запросов на покупку самогонных аппаратов. Согласно сервису «Яндекс Wordstat»<sup>23</sup>, в 2020 г. в среднем интернет-пользователи ежемесячно искали 133 тыс. раз как купить самогонный аппарат (пик поисковых запросов пришёлся на январь и май – 140 тыс. запросов).

В январе-ноябре 2021 г. в среднем в месяц было 128 тыс. поисковых запросов «самогонный аппарат купить». В запросах наблюдается сезонность (Рисунок 15), пик достигается в ноябре-декабре, а летом поисковые запросы идут на спад. Стоит отметить рекордное количество запросов в ноябре 2021 г. – 186 тыс. запросов.

---

<sup>23</sup> Сервис для анализа поисковых запросов системы «Яндекс». Значения для поискового запроса обозначают количество поисковых запросов в поисковой системе «Яндекс», включающие это словосочетание. Так, например, в количество поисковых запросов «доставка алкоголя» будут включены и данные по поисковым запросам «доставка алкоголя Москва», «доставка алкоголя недорого» и т. д.

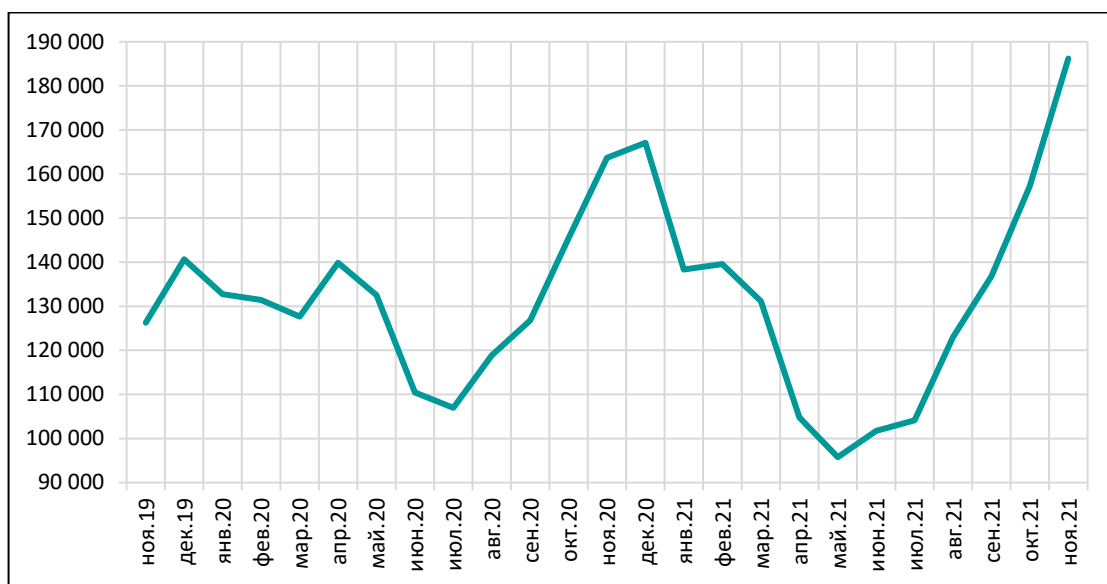


Рисунок 15. Динамика поисковых запросов «Самогонный аппарат купить». Построено авторами на основе данных «Яндекс» Wordstat.

#### *Объем дистанционной продажи алкогольной продукции*

По оценкам Group-IB, 2020 г.<sup>24</sup>: 2,5% от всех продаж алкогольной продукции в денежной выражении в России составили интернет-продажи АП.

Объем потребления алкоголя через онлайн продолжает расти в разных категориях. По мнению экспертов, сокращения нелегального сегмента в онлайн возможно за счет конкуренции со стороны легальных игроков в случае снятия запрета. При этом при принятии соответствующего решения эксперты не ожидают резкого роста продаж. Отмечается слабая осведомленность потребителей о существовании запрета на дистанционную торговлю алкогольной продукцией. Кроме того, отмечается формирование устойчивого спроса на онлайн-формат как более удобный для потребителя, что подтверждается ростом поисковых запросов в системе Интернет.

Из-за пандемии коронавируса резко вырос спрос на доставку алкогольной продукции. На основе анализа интернет-ресурсов по продаже АП, форумов, а также по результатам исследования ЦРПР о дистанционной продаже алкоголя были сформулированы следующие мотивы приобретения АП потребителями через Интернет:

- покупка в запрещенное законом № 171-ФЗ и региональными НПА время;
- приобретение АП несовершеннолетними;
- желание сэкономить;
- желание приобрести крупную (мелкооптовую) партию АП с доставкой;

<sup>24</sup> Group IB, URL: [<https://www.group-ib.ru/media/alcho-2020/>].

- экономия времени и сил.

---

*«Зайдите на сайт и наберите “купить спирт Ферейн”. Вам через день его канистру там, хочешь – 5 литров, хочешь – 10 привезут. Ну и дальше, считайте сами. Вы отдаете за эту канистру 10-литровую, предположим, 2 тысячи рублей, да? Литр у вас – 200. То есть вот это все забодяжить в бутылку. Ну, там будет у вас, не знаю, уложитесь вы там в 130 – по 150 продадите. К примеру. А если вы возьмете не 10-литровую, а пять 10-литровых, то, наверное, еще дешевле».*

*(Эксперт от торговли)*

---

*Оценка объемов дистанционной продажи алкогольной продукции с помощью анализа поисковых запросов*

Согласно данным Google Trends<sup>25</sup>, пандемия и санитарно-эпидемиологические ограничения вызвали рост запросов «доставка алкоголя» на 97% в марте 2020 г. (

Рисунок 16). Исходя из данных «Яндекс Wordstat» (Рисунок 17), в 2020 г. жители России ежемесячно совершали 107 тыс. поисковых запросов «доставка алкоголя», а в 2021-м – 134 тыс. запросов. Пик запросов пришелся на апрель 2020 г., когда в России ввели первые санитарно-эпидемиологические ограничения. Количество запросов «доставка алкоголя» в поисковой системе «Яндекс» превысило 200 тыс.

---

<sup>25</sup> Google Trends – инструмент для анализа популярности и сезонности поисковых запросов. Алгоритмы Google определяют точку на графике за выбранный период, когда запрос был наиболее популярен, и принимают его за 100. Все остальные точки на графике определяются в процентном отношении к максимуму. Показатель, данные которого показываются на графике – это «Динамика популярности» – числа обозначают уровень интереса к теме по отношению к наиболее высокому показателю в таблице для определенного региона и периода времени. 100 баллов означают наивысший уровень популярности запроса, 50 – уровень популярности запроса, вдвое меньший по сравнению с первым случаем. 0 баллов означает местоположение, по которому недостаточно данных о рассматриваемом запросе.

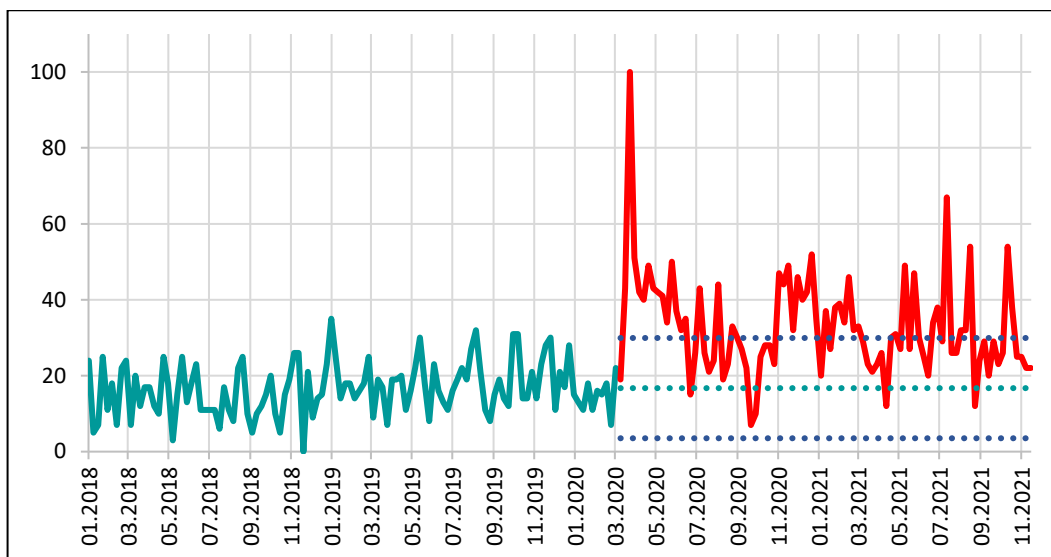


Рисунок 16. Динамика поисковых запросов «доставка алкоголя». Зеленым показана динамика до начала пандемии в России, красным – после. Синие границы – 95% доверительный интервал для запросов до пандемии. Построено авторами по данным Google Trends<sup>26</sup>.

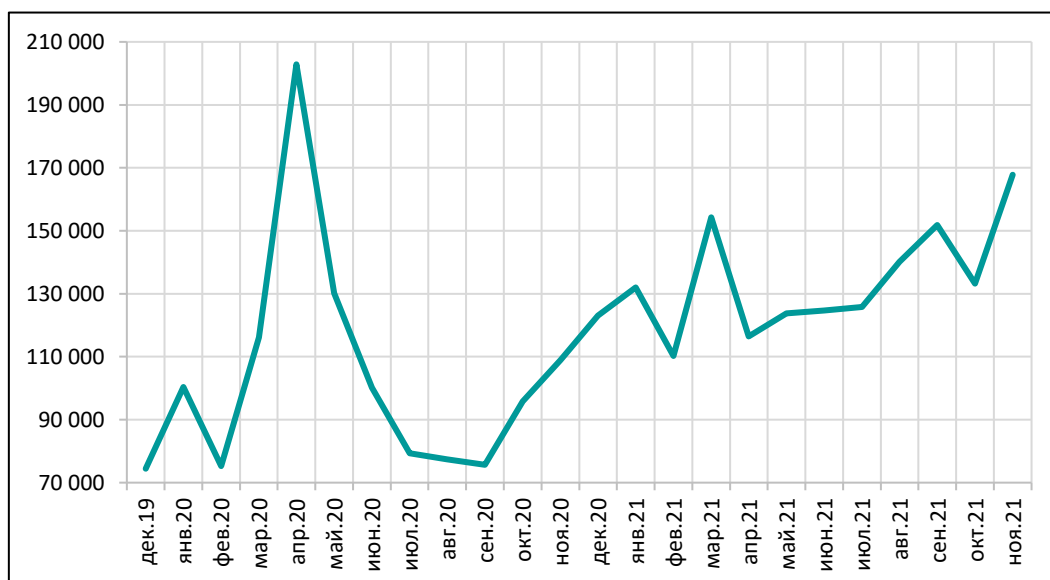


Рисунок 17. Динамика поисковых запросов «доставка алкоголя» в поисковой системе «Яндекс» в 2020–2021 гг. Построено авторами по данным «Яндекса» Wordstat.

### Оценка объема дистанционной торговли алкогольной продукцией на основе результатов контрольно-надзорных мероприятий Росалкогольрегулирования

С июня 2018 г.<sup>27</sup> РАР был наделен полномочиями внесудебно ограничивать доступ к сайтам, осуществляющим дистанционную торговлю АП. В докладах об осуществлении

<sup>26</sup> Оригинальные расчеты были впервые проведены в статье сотрудника ЦРПР и дополнены более актуальными данными. Косвенные показатели потребления алкоголя во время эпидемии коронавируса в России, Немцов А.В., Гридин Р.В. // Вопросы наркологии № 10, 2020 г. URL: [https://psychiatr.ru/download/5215?view=1&name=16-33.pdf].

<sup>27</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 05.06.2018 г. № 651 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 26 октября 2012 г. № 1101». URL: [http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201806070010].

государственного контроля (надзора) РАР<sup>28</sup> за 2019–2020 гг. отмечено, что общее количество заблокированных ресурсов за год выросло. В 2019 г. РАР принял 3950 решений о нарушении, по результатам которых было заблокировано 1073 сайта (27%). В 2020 г. РАР принял на 42% больше решений о нарушении – 5614, по результатам которых заблокировано 2535 сайтов (45%) – 1,36 раза больше. Таким образом, увеличение числа нарушений на 40% может свидетельствовать о росте количества интернет-ресурсов по дистанционной продаже АП на фоне эпидемии COVID-19, а также о росте эффективности работы РАР в этой сфере.

*Оценка объемов продаж алкогольной продукции, произведенных с нарушением ограничений по времени продажи (торговля ночью)*

Косвенной оценкой объема продаж АП в ночное время может служить анализ поисковых запросов в системах Google и «Яндекс» на покупку алкогольной продукции в запрещенное законом время.

В 2020 г. в среднем в России ежемесячно совершали 27,8 тыс. поисковых запросов «алкоголь ночью» в поисковой системе «Яндекс», за неполный 2021-й – 31,2 тыс. Отмечался рост поисковых запросов в январе 2020 г. и 2021 г. (в 2020-м пик – 89 тыс. запросов, в 2021-м пик – 23 тыс. запросов). Стоит отметить резкий рост поисковых запросов до 48,4 тыс. в марте 2021 г., что может быть связано со снятием санитарных ограничений в Москве, Санкт-Петербурге и Свердловской области.

Аналогично запросу «алкоголь ночью», можно увидеть, что в январе 2020 г. наблюдался сильный всплеск схожего поискового запроса «алкоголь круглосуточно» – 69,8 тыс. запросов. В марте 2021 г. всплеск также был – до 74,5 тыс. запросов.

В среднем в 2020 г. в «Яндексе» ежемесячно «алкоголь круглосуточно» искали 35,6 тыс. раз, а в январе-ноябре 2021 г. – 53,7 тыс.

---

<sup>28</sup> URL: [[https://fsrar.gov.ru/information/doklady-i-otchety/doklady\\_ob\\_osushhestvlenii\\_gosudarstvennogo\\_kontrolja\\_nadzora](https://fsrar.gov.ru/information/doklady-i-otchety/doklady_ob_osushhestvlenii_gosudarstvennogo_kontrolja_nadzora)].





Рисунок 18. Динамика запросов «алкоголь круглосуточно» и «алкоголь ночью» в поисковой системе «Яндекс», тыс. запросов. Построено авторами на основе данных «Яндекс» Wordstat.

### 3.3. Динамика и тенденции теневого рынка алкогольной продукции

Эксперты отмечают рост теневого рынка за счет:

- Локализации потребления: рост популярности магазинов у дома, избегание мест массового скопления в гипермаркетах. В местных магазинах выше риск покупки нелегального алкоголя;
- Ужесточения правил торговли алкоголем и роста акцизов и МРЦ: теневой сегмент становится более привлекательным в условиях падения доходов населения;
- Пандемии, роста депрессивных настроений на фоне локдауна, сокращения доходов, рабочих мест, перспективы, изменения рабочих форматов, что приводит к росту общего потребления.

---

*«У нас знают, как в детском саду, есть послушные дети – это мы. Мы по закону пытаемся все делать, и для нас постоянно переписываются правила – становятся более строгими, более детальными. И мы вынуждены ходить по линейке. При этом принятие решений никак не увязывают с другими факторами, которые влияют именно на алкоголизацию населения и снижение доступности легального алкоголя».*

*(Эксперт от торговли)*

---

### *Динамика продаж нелегальной алкогольной продукции в легальных точках*

Основная позитивная тенденция, которая сохранилась, несмотря на пандемию коронавируса – практически полное исчезновение нелегального алкоголя в легальных местах продаж. Эксперты отмечают, что на данный момент наиболее легальным каналом являются федеральные розничные сети.

По мнению экспертов, в легальных розничных торговых точках отсутствует нелегальная алкогольная продукция. В основном это было достигнуто благодаря системе ЕГАИС и поштучному учету готовой продукции.

---

*«Теневым рынком всегда считалась контрафактная продукция. Это та продукция, за которую государству не платят акцизы. И вот эту самую контрафактную продукцию (убрали) все последние изменения в ЕГАИСе – когда мы перешли на учет каждой единицы в системе ЕГАИС, то на полках магазина продукции, за которую не уплачен акциз, то бишь контрафактной продукции, сейчас нет».*

*(Эксперт от винодельческой отрасли)*

---

Тем не менее население продолжает массово стигматизировать теневой рынок, считая, что риск столкнуться с подделкой на полках легальных магазинов высок, а случаи отравлений нередки. Это наносит репутационный ущерб и легальному производителю, легальной торговле и государству.

### *Динамика продаж нелегальной алкогольной продукции в нелегальных и полуправильных точках продаж*

Эксперты сходятся во мнении, что в 2020 г. произошел рост рынка нелегальной АП в нелегальных точках продаж. Из-за санитарно-эпидемиологических ограничений и опасений населения ходить в крупные магазины произошла локализация потребления, вследствие чего оборот нелегального рынка вырос.

При этом экспертами отмечается ухудшение условий производства нелегальной АП. В первый раз они резко снизились в момент вытеснения неучтенной продукции с полок розничных магазинов, во второй раз – в момент введения МРЦ на спиртосодержащие жидкости (суррогатную продукцию).

---

*«Почему стало принципиально больше отравлений? Почему люди стали умирать от алкоголя больше именно последние 2 года? Потому что мы не можем определять нормально до сих пор на самом деле причины смерти. Человек умер, потому что он выпил или потому что неделю назад у него ковид был и это последствия? Избыточная смертность – она существует. Поэтому аналитику сейчас, за 2 года, что там выросла смертность, я бы смотрел очень аккуратно. Слишком много факторов неучтенных».*

*(Эксперт от торговли)*

---

---

*«Закручивание гаек» в отношении медицинского спирта приводит к распространению метанола. Статистика смертности может и не отражать реальные цифры. В новостные сводки попадают только трагедии, как, например, в Орске.*

*(Эксперт от производителей крепкой алкогольной продукции)*

---

*Динамика продаж нелегальной алкогольной продукции дистанционным способом*

Как уже было изложено выше, спрос на доставку АП сильно вырос за время пандемии. По мнению экспертов, дистанционная продажа является одним из наиболее востребованных каналов сбыта нелегальной алкогольной продукции.

---

*«В канале дистанционной торговли скорее нелегальный алкоголь, чем легальный, потому что такой способ выхода в ЕГАИС не предусмотрен. Продажу алкоголя через Интернет надо где-то списать, вывести через ЕГАИС, что зачастую не делается. Это требует дополнительных головных болей: купить у какой-то компании, которую заранее выявили, заплатить за это дорожке. Это делают магазины, когда не хотят через кассу пропускать легальный алкоголь, чтобы налог на прибыль не заплатить. Но в массе своей это не делается, гораздо*

*выгоднее продавать нелегальный алкоголь...»*

*(Эксперт от производителей крепкой алкогольной продукции)*

---

*«Алкоголь в онлайн считается нелегальным. В законе четкая, жесткая норма: запрещено продавать с использованием системы Интернет. Поэтому он, естественно, весь нелегальный».*

*(Эксперт от торговли)*

---

*«В онлайн продается довольно много легального алкоголя, который списывается только на складах. У нас с вами 10 миллионов декалитров списаны на складах. А в прошлом году было 6, потому что бары и рестораны не работали. У них это распространенная система, когда они не проводят через кассу, потому что очень высокая наценка. Они проводят 1 бутылку из 10. И поэтому этот алкоголь, который продается в барах и ресторанах, он списывался на складах и попал в эти 10 миллионов, 11 миллионов декалитров. В прошлом году, постольку-поскольку бары и рестораны полгода были закрыты, у нас эти 10 миллионов превратились в 6. То есть вот эта доля баров и ресторанов в 11,5 миллиона декалитров, она в прошлом году сократилась».*

*(Эксперт от производителей крепкой алкогольной продукции)*

---

Онлайн-торговля алкогольной продукцией – один из наиболее сложно контролируемых каналов сбыта нелегальной продукции. Эксперты сходятся во мнении, что блокировки сайтов неэффективны, так как зачастую ответом на блокировку одного сайта является создание нескольких его «зеркал».

*Динамика нелегального рынка алкогольной продукции согласно контрольным мероприятиям РАР и судебной статистике*

Динамику нелегального рынка алкогольной продукции можно оценить по отчетам о выявленных нарушениях, связанных с незаконным производством, продажей и трансграничной торговлей АП, а также из статистики судебных дел.

Согласно данным Росстата<sup>29</sup>, на протяжении последних 3 лет количество выявленных правонарушений, связанных с незаконным производством и оборотом алкогольной продукции падает. Основные нарушения при производстве связаны с отсутствием лицензии на производство АП, а также с отсутствием обязательной маркировки.

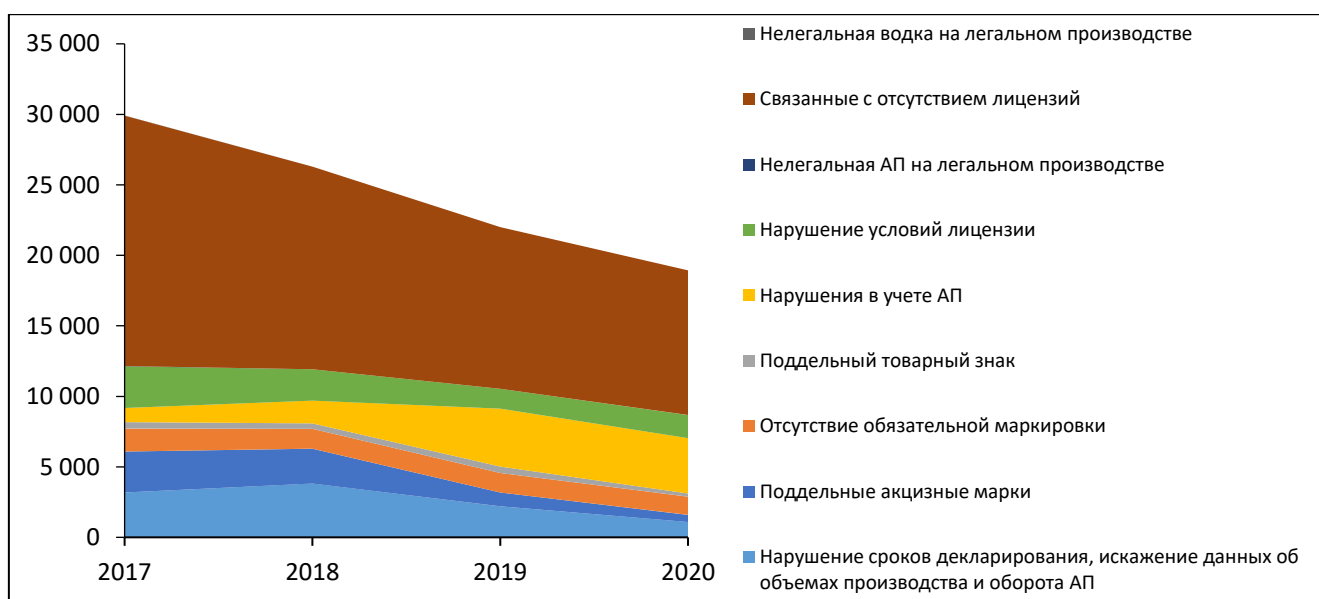


Рисунок 19. Выявленные нарушения при производстве АП. Построено авторами по данным Росстата.

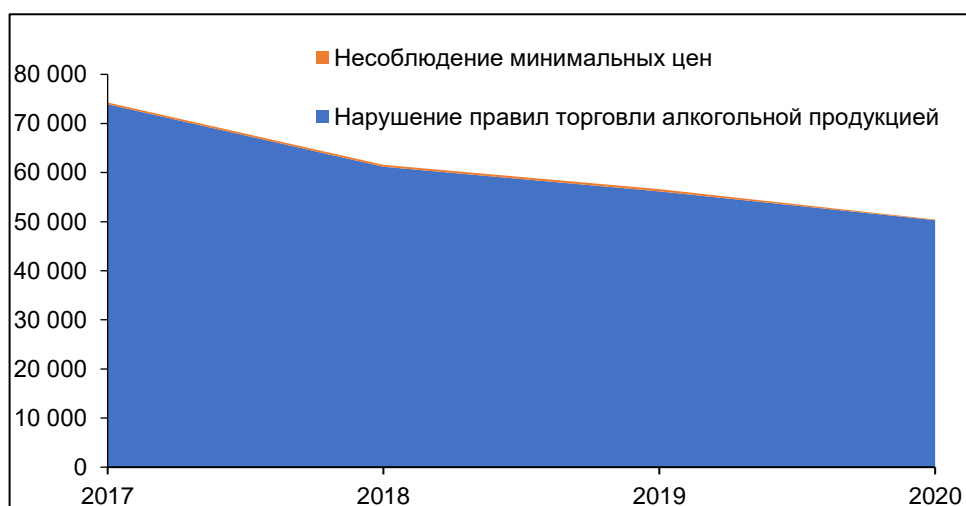


Рисунок 20. Выявленные нарушения при продаже АП. Построено авторами по данным Росстата.

<sup>29</sup> Росстат, URL: [<https://fedstat.ru/indicator/31594>]

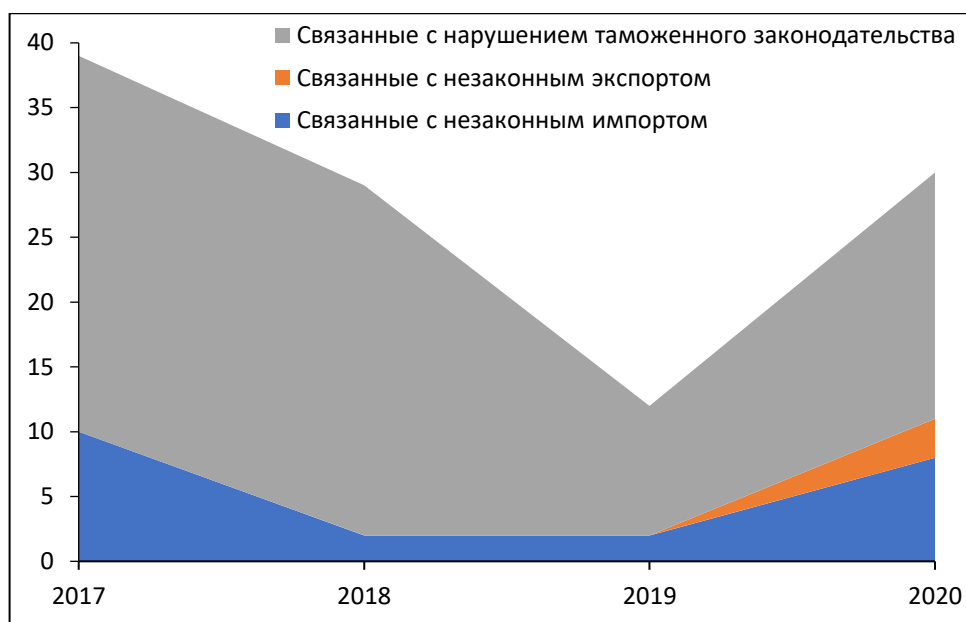


Рисунок 21. Выявленные нарушения при трансграничной торговле алкогольной продукцией. Построено авторами на основе данных Росстата.

С другой стороны, статистика судебных дел, связанных с производством и продажей нелегальной алкогольной продукции, говорит об обратном. Основные статьи Уголовного кодекса РФ, которые возбуждают за незаконное производство алкогольной продукции:

Таблица 2. Основные статьи Уголовного Кодекса РФ за незаконное производство и оборот АП.

Статья	Сфера нарушения	Вид нарушения
171.1 ч. 5, 6	Производство, продажа	Производство, приобретение, хранение, перевозка в целях сбыта или продажа немаркированной алкогольной продукции и табачных изделий.
171.3 ч. 1, 2	Производство, продажа	Производство, закупка (в т. ч. импорт), поставки (в т. ч. экспорт), хранение, перевозки, розничная продажа этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции без соответствующей лицензии, если такая лицензия обязательна.
171.4	Продажа	Продажа АП (за исключением напитков «пивной группы») лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юр. лица.
327.1 ч. 3, 4, 6	Производство	Использование для маркировки АП и табачной продукции заведомо поддельных акцизных марок.

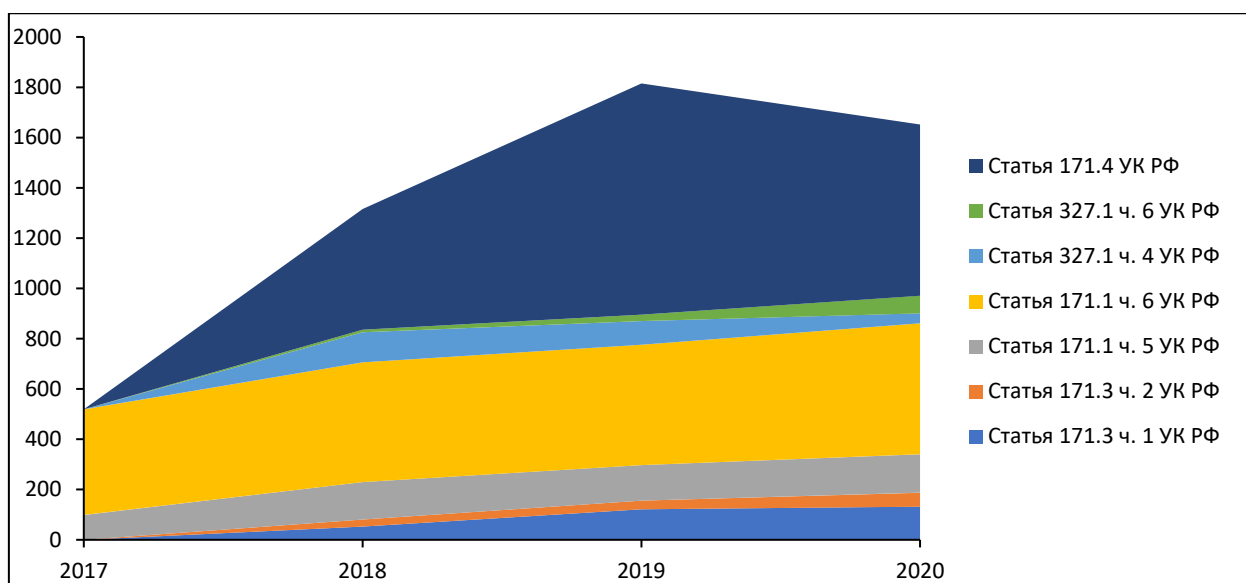


Рисунок 22. Статистика осужденных по уголовным делам, связанным с незаконным производством, продажей и оборотом АП (человек). Построено авторами на основе данных Верховного суда РФ

На данный момент у правоохранительных органов сформирована нормативная база, которая позволяет им осуществлять контроль за оборотом алкогольной продукции. В рамках данного законодательства они действуют достаточно эффективно, однако требуется совершенствование инструментов для привлечения к уголовной ответственности за более мелкий объем нелегального производства.

Увеличение количества уголовных дел по факту нелегальной торговли алкоголем может свидетельствовать как о появлении крупных игроков, так и об эффективных мерах со стороны полиции.

#### 4. Основные последствия существования нелегального рынка алкогольной продукции

Основные последствия существования нелегального рынка АП можно классифицировать на последствия для государства, бизнеса и общества в целом.

##### Для государства, демографического состояния страны

1. Смертность от отравлений АП, от связанных с алкогольной продукцией причин, алкоголизм населения. Причем риски смертности и заболеваемости особенно высоки среди населения трудоспособного возраста, больше всего склонного к употреблению алкогольной продукции. С 2008 по 2019 год смертность от причин, связанных со злоупотреблением алкогольной продукции, падала (Рисунок 23). В 2020 г. этот тренд прервался, и показатель вырос на 6,3% (а в пересчете на 100 тыс. человек – на 6,6%). Резко выросло число смертей от алкогольной кардиомиопатии (+9,6% за 2020 г.) и алкогольной болезни печени (+8,2% за 2020 г.). Число случайных отравлений

за 2020 г. выросло на 3,3% по сравнению с 2019 г. Рост числа смертей от причин, связанных со злоупотреблением алкогольной продукцией, свидетельствует также и о росте в 2020 г. потребления в целом и нелегального рынка в частности.

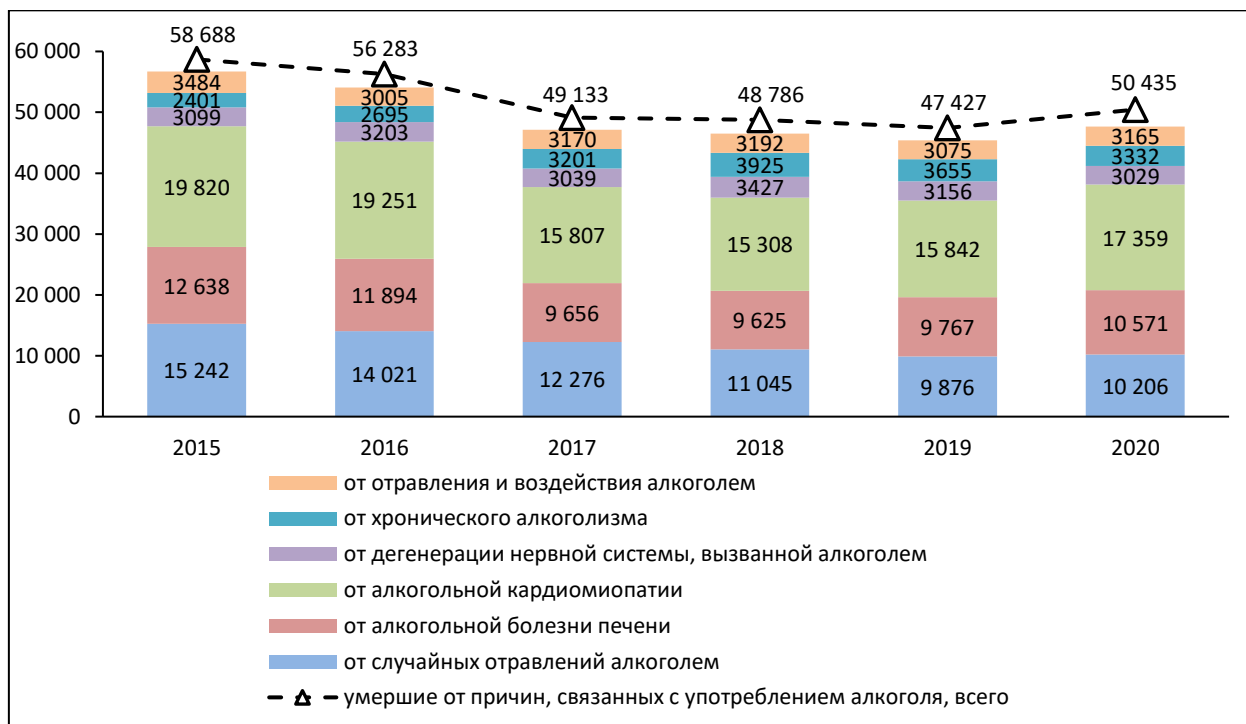


Рисунок 23. Статистика смертей от отдельных причин, связанных с употреблением алкоголя, человек. Построено авторами на основе данных Росстата.

2. Снижение качества человеческого капитала (продолжительности жизни, интеллектуального развития).
3. Рост коррупции и преступности. Как отмечают эксперты, одним из источников коррупции являются крупные нелегальные производители АП, которые дают взятки представителям силовых структур взамен на защиту.

---

*«Крупные игроки тоже встречаются, наличие крупных игроков для меня – свидетельство вовлеченности в это дело силовиков. Потому что подобного рода производство ты в тайне не сохранишь. То есть кто-то должен о нем знать и кто-то должен его крышевать».*  
*(Эксперт от производителей крепкой алкогольной продукции)*

---

4. Недополучение региональными и федеральным бюджетами акцизов. Основываясь на экспертных оценках объемов нелегально производимой водки и ЛВИ, а также исследованиях НИУ ВШЭ [2], был оценен вероятный



объем неуплаченных акцизов на крепкую алкогольную продукцию и пиво. По оценкам 2014 г., ежегодно бюджет недополучал 103 млрд руб. акцизов на водку и ЛВИ (по ставке 500 руб. за 1 л безводного этилового спирта для водки и ЛВИ). В настоящее время ежегодно может не уплачиваться 52,3 млрд руб. акцизов на водку и еще 31,35–41,8 млрд руб. от прочей крепкой АП (по ставке 523 руб. за 1 л безводного этилового спирта для водки и 418 руб. за 1 л безводного этилового спирта для спиртосодержащей жидкости). Суммарно от 83,65 млрд до 94,1 млрд руб.

В отношении пивоваренной продукции коллективом ЛЭСИ НИУ ВШЭ [2] была рассчитана накопленная сумма неуплаченных акцизов на пиво за 2010–2017 гг.<sup>30</sup> Результаты показали, что за 2010–2017 гг. бюджеты РФ могли недополучить 111,9 млрд руб. акцизов с производства и импорта пива и пивных напитков в России (речь идет только об акцизах, без учета других налогов и платежей).

Несмотря на то, что расчеты являются примерными и основаны на позициях экспертов, очевидным становится тот факт, что государственный бюджет теряет существенно бóльшие объемы денежных средств из-за существования крепкой нелегальной продукции, чем слабой нелегальной АП. При этом сравнение оценок показывает, что ежегодно бюджет государства может недополучать из-за неуплаты акцизов на крепкий алкоголь примерно столько же денежных средств, сколько из-за неуплаты акцизов на пиво в течение восьми лет. Таким образом, демографические и социальные последствия существования нелегального рынка алкогольной продукции дополняются существенными экономическими потерями бюджетов государства из-за неуплаты акцизов (особенно на крепкую АП).

5. Недополучение федеральным и муниципальными бюджетами прямых налогов (НДФЛ, налог на прибыль организаций), социальных отчислений и иных косвенных налогов с производства алкогольной продукции (НДС, ввозная таможенная пошлина).

### Для бизнеса:

---

<sup>30</sup> Радаев В.В., Бердышева Е.С., Конрой Н.В., Котельникова З.В. Масштабы нелегального рынка пивоваренной продукции и его влияние на индустрию и экономику Российской Федерации // ЛЭСИ. М.: НИУ ВШЭ, с. 59.

1. Вытекающие из недобросовестной конкуренции по отношению к легальным участникам рынка:
  - Прямые экономические потери из-за снижения спроса на легальную продукцию. Нелегальная АП продолжает являться высокомаржинальным товаром, из-за чего цены нелегальных производителей находятся ниже, чем у легальных;
  - Репутационные потери легальных производителей из-за имитации их товарных знаков или бренда.
2. Риски дополнительного регулирования, надзора и контроля для добросовестных участников рынка из-за деятельности недобросовестных компаний. В 2017 г. всех производителей АП обязали внедрить в свое производство ЕГАИС, с 2021 г. была введена новая маркировка АП<sup>31</sup>. Также планируется введение разных видов маркировки пивоваренной продукции. Все это регулирование направлено на выявление и борьбу с нелегальными производителями АП, но издержки на внедрение новых систем в производство несут добросовестные участники рынка.

#### Для общества в целом:

1. Проблема социального сиротства из-за алкоголизма родителей.
2. Повышение уровня криминогенности обстановки и сокращение уровня безопасности населения. С 2016 г. тренд на рост преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения, прекратился и началось снижение со среднегодовыми темпами 9% (а относительно всех преступлений – снижалось со средними темпами в 4,6%). В 2020 г. тренд на снижение числа преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения, остановился, а доля таких преступлений в общем числе выросла на 0,3%.

---

<sup>31</sup> Контур, URL: [<https://docs.cntd.ru/document/901989237>].

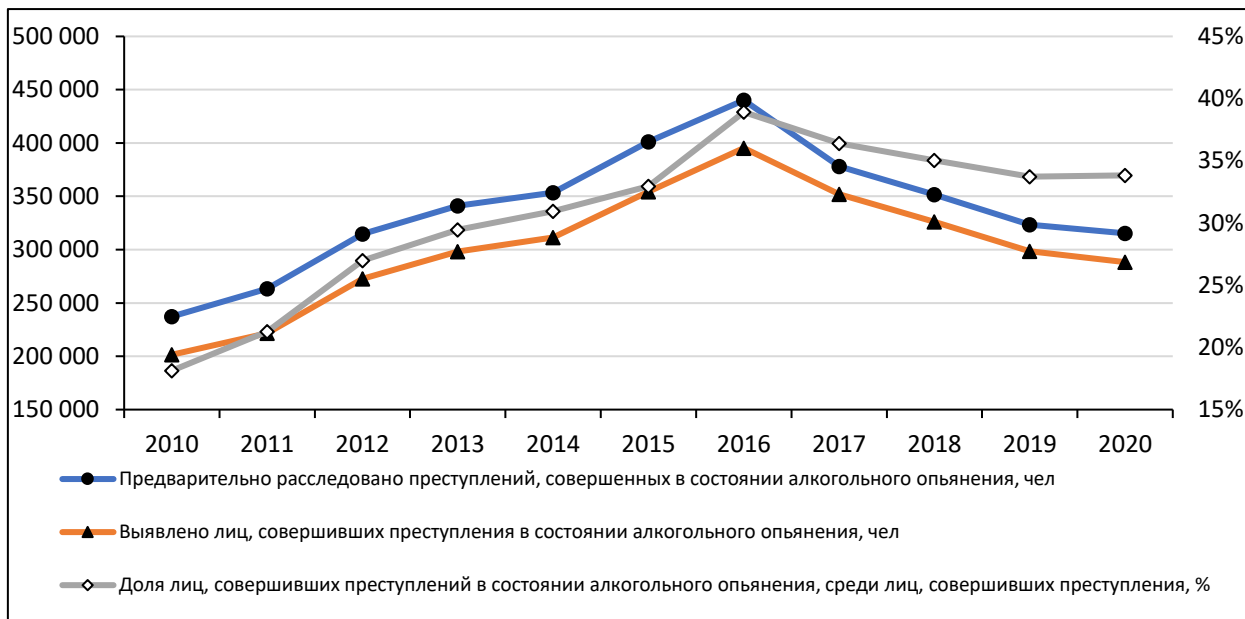


Рисунок 24. Статистика преступлений, совершенных в состоянии алкогольного опьянения. Построено авторами на основе данных Генпрокуратуры.

3. Повышение ценовой и физической доступности АП, что крайне чувствительно для низкодоходных групп населения, стремящихся к экономии в условиях пандемии и снижения покупательской способности.
4. Падение качества АП низкого ценового сегмента из-за усилившейся конкуренции между добросовестными и недобросовестными компаниями.
5. Нарушение прав потребителей на получение полной информации о товаре, на приобретение качественной и безопасной АП.

## 5. Описание действующих мер по борьбе с незаконным производством и оборотом алкогольной продукции, экспертная оценка их эффективности

Как уже упоминалось в исследовании ЦРПР за 2019 г. [3], полная ликвидация нелегального рынка АП невозможна из-за следующих причин:

- чрезмерно высокая финансовая привлекательность нелегального производства алкогольной продукции (высокая составляющая акциза в цене, свободный доступ к сырью, достаточно простые и понятные технологии изготовления – в большей степени относится к крепкой АП);
- отсутствие в России и мировом сообществе каких-либо точных методик измерения объемов нелегального рынка алкогольной продукции;

- наличие спроса на дешевую АП ввиду нестабильной экономической ситуации в стране;
- запрет на самогонование в домашних условиях для домашнего потребления в демократической стране невозможен.

Из проводимых контрольно-надзорными органами мер по противодействию нелегальному производству и обороту АП большинством экспертов с положительной стороны отмечается внедрение ЕГАИС, позволившей разделить рынок на черный и белый, ликвидировав серую зону.

По мнению опрошенных экспертов, система привела к вытеснению нелегального рынка алкоголя из легальных точек продаж. Тем не менее проблема продажи в нелегальное время и в нелегальной рознице все еще остается.

При этом ввиду того, что нелегальная продажа АП находится в той зоне, которая недоступна контролирующим органам с точки зрения оценок и мониторинга ситуации, по мнению экспертов, более эффективными могут быть меры, направленные на обеление рынка.

Также эксперты отметили недостаточно прозрачный учет АП в сегменте общественного питания.

Критике со стороны экспертного сообщества подверглись фискальные меры, создающие неравные условия между легальными и нелегальными производителями АП: повышение ставки акциза, МРЦ, а также ограничения на продажу в определенное время, которые могут устанавливаться региональными властями вплоть до полного запрета на продажу.

---

*«Но функции контроля, я считаю, предостаточно, тем более у нас в этой части есть требования. Есть контроль со стороны Роспотребнадзора в качестве безопасности, и Росалкогольрегулирование проводит огромную работу в части контроля и его территориальные органы. У нас тут и МВД подключается, по своей части смотрит. У нас здесь есть и теперь появился Россельхоз в части винограда и виноделия. Есть и региональные власти, которые отвечают в качестве своей компетенции: розничная продажа, соответственно. То есть функций предостаточно, контрольных функций достаточно для того, чтобы, ну, скажем так, наводить порядок в этой части алкогольного производства*

*и так далее. Даже, думаю, с избытком».*

*(Эксперт от винодельческой отрасли)*

---

**6. Предложения и рекомендации по совершенствованию регуляторных мер по противодействию нелегальному производству и обороту алкогольной продукции, сформированные на основе экспертных позиций:**

- Разработка научно обоснованной методологии оценки объема нелегального производства и оборота алкогольной продукции.
- Продолжение диалога по совершенствованию регуляторных и контрольно-надзорных мер в рамках регуляторной гильотины.
- Либерализация торговли алкогольной продукцией в розничной торговле – смягчение требований и снижение стоимости лицензий для предпринимателей, повышение экономической доступности алкоголя для населения.
- Снятие запрета на дистанционную продажу алкогольной продукции (позволит «посчитать» рынок, дать возможность легальной покупки алкогольной продукции для потребителя).
- Устранение лазеек в законодательстве с целью запрета тех форматов торговли, поддерживающих теневой рынок (борьба с «наливайками»);
- Создание стимулов и преимуществ для легальной торговли в сравнении с нелегальной (например, «заморозка акцизов»);
- Контроль за оборотом тары, в частности маркировка бутылок на заводе;
- Контроль за оборотом и производством метанола (лицензирование, контроль логистики и хранения, корректная маркировка как опасного вещества);
- Появление стратегического видения развития отрасли, обозначение приоритетов государственной политики в этой области.

## Приложение 1

Формула Минздрава оценки потребления алкогольной продукции

$$\text{ПотрАлк}_i = (\text{ПотрК}_i + \text{ПродДр}_i + \text{ПотрДр незарег}_i) * \left( 1 + 0,0384 * \frac{\text{ТурВы}_i - \text{ТурВ}_i}{\text{Нас}} \right),$$

где:

$\text{ПотрАлк}_i$  – потребление алкоголя на душу в расчетном году, в литрах этанола в год;

$\text{ПотрК}_i$  – потребление крепких алкогольных напитков на душу в расчетном году, в литрах этанола в год;

$\text{ПродДр}_i$  – розничная продажа другой алкогольной продукции (включая вино, винодельческую продукцию, пиво, пивные напитки, сидр, пуаре, медовуху, слабоалкогольные напитки) на душу населения в текущем году, в литрах этанола в год;

$\text{ПотрДр незарег}_i$  – незарегистрированное потребление других алкогольных напитков, кроме крепких, на душу населения в текущем году, в литрах этанола в год;

$\text{ТурВ}_i$  – число въездных туристских поездок в расчетном году, чел.;

$\text{ТурВы}_i$  – число выездных туристских поездок в расчетном году, чел.;

$\text{Нас}$  – среднегодовая численность населения.

$$\text{ПотрК}_i = \text{ПотрК}_{i-1} + (\text{Отр}_i - \text{Отр}_{i-1}) * 0,12 + (\text{Алк}_i - \text{Алк}_{i-1}) * 0,04 + (\text{Разн}_i - \text{Разн}_{i-1}) * 0,9,$$

где:

$\text{ПотрК}_i$  – потребление крепких алкогольных напитков на душу в расчетном году, в литрах этанола в год;

$\text{ПотрК}_{i-1}$  – потребление крепких алкогольных напитков на душу в предыдущем году, в литрах этанола в год;

$\text{Отр}_i$  – смертность от случайных отравлений алкоголем, на 100 тыс. чел. в расчетном году;

$\text{Отр}_{i-1}$  – смертность от случайных отравлений алкоголем, на 100 тыс. чел. в предыдущем году;

$\text{Алк}_i$  – заболеваемость алкогольными психозами, на 100 тыс. чел. в расчетном году;

$\text{Алк}_{i-1}$  – заболеваемость алкогольными психозами, на 100 тыс. чел. в предыдущем году;

$\text{Разн}_i$  – разница между ожидаемой продолжительностью жизни при рождении женщин и мужчин в расчетном году, в годах;

$\text{Разн}_{i-1}$  – разница между ожидаемой продолжительностью жизни при рождении женщин и мужчин в предыдущем году, в годах.

## Приложение 2

В законодательстве, ограничивающем продажу АП, есть лазейки, которыми пользуются недобросовестные продавцы и предприимчивые потребители. В рамках исследования Центра 2019 г. [3] были проведены экспертные интервью и интервью с потребителями, исходя из которых, а также на основе анализа существующих лазеек в законодательстве можно построить карту лазеек потребителя, соотнося ограничения и способы их обхода.

### Карта лазеек потребителя

Запрет на продажу в ночное время, запрет мест продажи	→	Торговля в круглосуточных небольших магазинах и киосках, в точках общественного питания, на квартирах, услуги таксистов, онлайн-торговля
Повышение МРЦ, увеличение акцизов	→	Поставки более дешевых видов продукции, увеличение домашнего производства алкогольной продукции
Трудности в получении лицензий для торговых точек	→	Продажа небольшими магазинами, особенно в сельской местности, алкогольной продукции «из-под полы»
Запрет на продажу через Интернет	→	Фиктивные сделки с продавцом или контрагентом: алкогольная продукция в подарок при покупке других товаров, договоры поручения, сдача АП в аренду, заем денег под залог алкогольной продукции, размещение заказа на доставку и покупку через сервис объявлений

Рассмотрим типы потребностей потребителей на нелегальном рынке и способы их удовлетворения.

<b>Покупка ради экономии</b>	<b>Покупка в ночное время</b>
Среди наиболее низкодоходных участников интервью встречались упоминания точек, которые продают алкоголь по цене ниже минимальной розничной. Из-за низкой себестоимости крепкой алкогольной продукции, в особенности водки, продажа данным слоям населения по приемлемой для них цене все равно остается прибыльной.	Спрос менее чувствителен к цене, поэтому продукцию, которую можно купить в ночное время, можно разделить на два типа: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Дешевая продукция, доступная круглосуточно.</li> <li>▪ Дорогая продукция, предназначенная именно для продажи ночью.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Дешевая алкогольная продукция.</b> Может рассматриваться как базовый вариант как для экономии, так и для покупки в ночное время. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Водка неизвестного покупателям происхождения.</b> Цена подобной бутылки составляет от 100 до 160 рублей за бутылку, что ниже МРЦ в 243 рубля. Такие</li> </ul> </li> </ul>	

<p>алкогольные напитки часто продаются подпольно: на квартирах, в маленьких магазинах и киосках, на рынках, в гаражах.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Разбавленный спирт.</b> Продается также на квартирах и в гаражах, его стоимость еще ниже. Так, в Калуге стоимость составляет около 60 руб. за бутылку.</li> <li>○ <b>Дешевый самогон.</b> Производится на продажу, представляет собой «голова» и «хвосты», которые при производстве самогона хорошего качества обычно сливают. Чаще дешевый самогон продается и производится в частном секторе, так как в многоквартирных домах запах привлекает внимание.</li> <li>■ <b>Импортная алкогольная продукция.</b> Специфичный вариант для приграничных регионов (Омск, Оренбургская область и т. д.). Покупатели знают происхождение, но не считают такой алкоголь контрафактным. У импортной алкогольной продукции может быть градация качества – от дешевого варианта около 100 рублей до лучшего качества, около 160 рублей. У данного продукта есть лояльный слой потребителей, однако определяющим фактором спроса является цена.</li> </ul>	
<p><b>Дешевые аптечные заменители</b> Настойки и одеколоны не используются как дешевый заменитель АП из-за роста цен. Потребители выделяют разные дешевые антисептики: «Асептолин» – 100 мл за 28–35 руб. (Торжок), «Ламивит» – 100 мл за 40–50 руб. (Калуга).</p>	<p><b>Аптечные заменители, сопоставимые по цене с магазинными вариантами</b> Спрос меньше подвержен изменениям цены. Для ночной покупки подходят как дешевые аптечные заменители, так и настойки, одеколоны, бальзамы, содержащие медицинский спирт.</p>
	<p><b>Алкогольная продукция в «общепите»</b> Закусочные, бары, а также магазины, маскирующиеся под рестораны (например, в торговом зале стоит пара столиков), помимо продажи ночью, в том числе отпускают алкоголь с собой. Если в местах общественного питания вывеска «алкоголь по цене магазина» намекает на нелегальное происхождение алкогольной продукции, то в магазинах, маскирующихся под рестораны, АП может быть легальная, но ее цена может быть выше обычной цены магазина в несколько раз из-за неэластичного по цене спроса.</p>
	<p><b>Таксисты</b> Продают легальную или выдаваемую за таковую алкогольную продукцию, купленную на случай спроса, «загулявшим компаниям» и относительно обеспеченным слоям населения, которые захотели купить алкоголь ночью. Чтобы отбить издержки, продажа происходит с высокой наценкой.</p>
	<p><b>Интернет-магазины</b> Продают алкогольную продукцию круглосуточно с высокой наценкой, привозят продукцию на дом к клиенту. Ранее сегмент был представлен в основном в относительно обеспеченных регионах. С началом пандемии резко вырос спрос на дистанционную</p>



	продажу АП, из-за чего алкогольные интернет-магазины стали проникать и в менее обеспеченные регионы.
--	--