

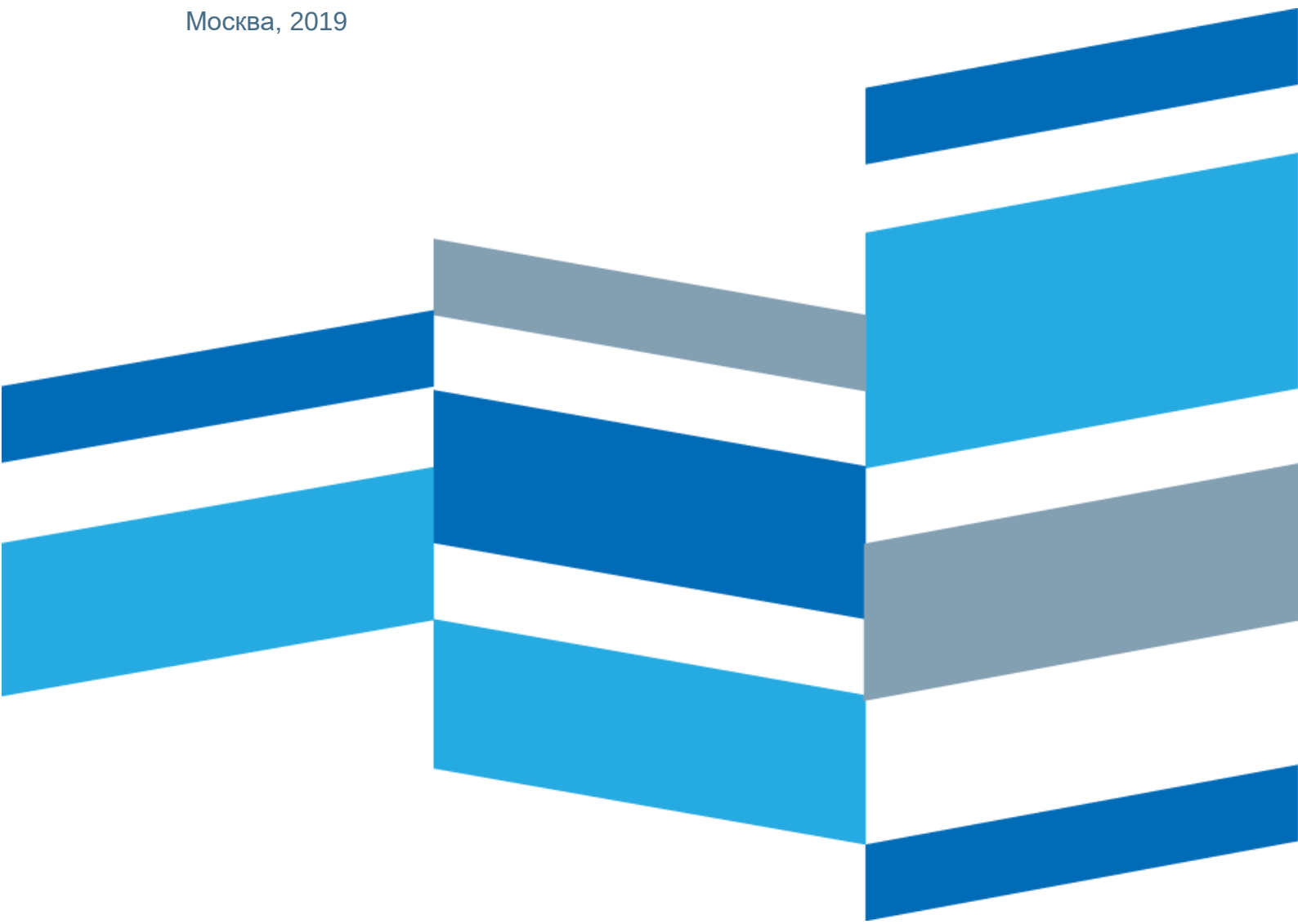
РАСШИРЕННАЯ ВЕРСИЯ

ТЕНЕВОЙ РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ:

структура, тенденции, последствия

Исследование Центра развития потребительского рынка Московской школы управления СКОЛКОВО и Центра социального проектирования «Платформа»

Москва, 2019



ОГЛАВЛЕНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ.....	3
ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ	4
РЕЗЮМЕ	7
СТРУКТУРА РЫНКА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ И ПРОБЛЕМА ТЕНЕВОГО ОБОРОТА.....	15
ТЕНДЕНЦИИ НА ЛЕГАЛЬНОМ РЫНКЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ	17
Снижение объема производства и объема продаж	17
ТЕНЕВОЙ РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ	35
Особенности и структура теневого рынка алкогольной продукции	35
Потребительские ниши серого рынка и каналы сбыта	44
Типология и практики потребителя	48
Объемы нелегального рынка алкогольной продукции	55
Причины развития нелегального рынка	61
Тенденции развития рынка	68
Нелегальный рынок как социальная проблема в глазах населения	71
ЗОНЫ ОСОБОГО РИСКА ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	75
СИСТЕМНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ НЕЛЕГАЛЬНОГО РЫНКА ..	78
МЕРЫ ПО БОРЬБЕ С НЕЛЕГАЛЬНЫМ РЫНКОМ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ	80

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Анализ структуры и тенденций на теневом рынке алкогольной продукции.

Задачи исследования

- Описание легального рынка алкогольной продукции: хронология принятия основных мер государственного регулирования, объемы, масштабы потребления, динамика производства, поступления от акцизов, оценка эффективности принятых регуляторных мер и другое.
- Описание нелегального рынка алкогольной продукции: объем, структура, динамика, причины существования, основные меры борьбы с нелегальным рынком и другое.
- Описание потребителя (групп потребителей) на нелегальном (теневом, незаконном) рынке алкогольной продукции: социальные, демографические и психологические характеристики личности, интерес к различным видам нелегальной алкогольной продукции, основные мотивы потребления алкоголя в целом и причины перехода на нелегальную алкогольную продукцию.
- Описание последствий существования нелегального или теневого рынка.
- Формулирование предложений и рекомендаций по мерам государственного регулирования и противодействия нелегальному обороту алкогольной продукции в Российской Федерации.

Исполнители проекта

Исполнителями проекта являются Центр развития потребительского рынка Московской школы управления СКОЛКОВО и Центр социального проектирования «Платформа».

Правила конфиденциальности

Исследователи соблюдают принятые правила конфиденциальности. Все аудиозаписи и стенограммы интервью с экспертами, а также полученные первичные материалы не подлежат распространению. Прямые упоминания имен экспертов и их компаний, ведомств и служб без согласия самих компаний, ведомств и служб в отчетных документах по проекту не используются.

Используемые аббревиатуры

АКОРТ – Ассоциация компаний розничной торговли

ВОЗ – Всемирная организация здравоохранения

ВЦИОМ – Всероссийский центр изучения общественного мнения

ЕАЭС – Евразийский экономический союз

ЕГАИС – Единая государственная автоматизированная информационная система

ЛВИ – ликероводочные изделия

МРЦ – минимальные розничные цены

МЦОТ – минимальные цены оптовой торговли

МЦП – минимальные цены производителей

РАР – Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка

СаП – слабоалкогольная продукция

СВВР – Союз виноградарей и виноделов России

СПАП – Союз производителей алкогольной продукции

СРП – Союз российских пивоваров

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

Экспертные интервью

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. В ходе исследования было записано 21 интервью со следующими экспертами ФОИВ, потребительского рынка и независимого научного сообщества:

1. **Долгий Сергей Владимирович** – заведующий Филиалом № 2 ГБУЗ «МНПЦ наркологии ДЗМ»;
2. **Дробиз Вадим Иосифович** – директор ЦИФРРА;
3. **Ионкин Владимир Васильевич** – заместитель исполнительного директора АКОРТ;
4. **Исаева Наталия Ивановна** – замначальника Контрольно-финансового управления ФАС России;
5. **Коробутов Александр Владимирович** – замдиректора Департамента налоговой и таможенной политики Минфина РФ;
6. **Косарев Игорь Борисович** – президент Союза производителей алкогольной продукции;
7. **Лобанов Сергей Вячеславович** – замдиректора Департамента развития внутренней торговли, системы цифровой маркировки товаров и легализации оборота продукции Минпромторга;
8. **Мамонтов Вячеслав Иванович** – исполнительный директор Союза российских пивоваров;
9. **Немцов Александр Викентьевич** – руководитель отдела информатики и системных исследований Московского Научно-исследовательского Института психиатрии Минздрава РФ;
10. **Пономарёв Юрий Юрьевич** – заведующий Лабораторией инфраструктурных и пространственных исследований Института отраслевых рынков и инфраструктуры РАНХиГС;
11. **Попович Лариса Дмитриевна** – директор Института экономики здравоохранения;
12. **Попович Леонид Львович** – президент Союза виноградарей и виноделов России;
13. **Радаев Вадим Валерьевич** – первый проректор, зав. Лабораторией экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ;
14. **Рыбальченко Сергей Игоревич** – демограф, руководитель Института научно-общественной экспертизы;
15. **Сбоев Егор Михайлович** – гендиректор ООО «СБВ Групп» (интернет-магазин самогонных аппаратов);
16. **Светличная Светлана Валентиновна** – эксперт Института экономики здравоохранения НИУ ВШЭ;
17. **Спирин Владислав Викторович** – начальник сводного аналитического управления Росалкогольрегулирования;
18. **Талаев Магомед Сайпулаевич** – председатель совета директоров Московского комбината шампанских вин (МКШВ);

19. Халтурина Дарья Андреевна – российский социолог, демограф;

20. Шаблинский Дмитрий Михайлович – вице-президент Ассоциации производителей по защите их прав на потребительском рынке;

21. Шелищ Пётр Борисович – председатель Союза потребителей России.

Глубинные интервью с потребителями нелегальной алкогольной продукции в рамках исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа»

Всего проведено 35 интервью.

Территории. Три выбранных точки исследования представляют разные типы населенных пунктов:

- г. Омск – город-миллионник, относительно низкие доходы населения, приграничная территория – по экспертным оценкам, большое количество ввозимого нелегального алкоголя из Казахстана;
- г. Калуга – средний город, типичный для средней полосы, низкие доходы населения;
- г. Торжок – малый город, низкие доходы населения, высокий уровень безработицы.

Целевая группа определялась по следующим параметрам:

- Трудоспособный возраст (от 18 до 55 лет).
- Имеют или не имеют постоянную работу (выделялись квоты: не более трети участников не имеют постоянной работы, не менее 2/3 – работающие).
- Низкий доход (до 30 тыс. руб. на семью, до 10 тыс. руб. в месяц на человека).
- Регулярное потребление алкоголя – не реже раза в неделю.
- Хотя бы раз за месяц покупка крепкого алкоголя по цене ниже рыночной (менее 215 руб. за бутылку водки 0,5 л) или
- Хотя бы раз за месяц покупка алкоголя у неофициального продавца («на квартире», в каких-либо точках) или
- Хотя бы раз за месяц покупка заменителей – непищевого алкоголя для употребления внутрь.
- Знает, где в городе можно купить алкоголь у неофициального продавца по цене ниже магазина.

Варианты выхода на сегменты целевой группы:

- Уличный; места скопления употребляющих алкоголь (в одном городе это парк и скверы, в другом – дворы), районы ветхого жилфонда, аварийных домов, биржи труда, ПТУ.
- «Снежный ком»: удобный вариант поиска потребителей через любые доступные контакты.

Дополнительно было проведено несколько интервью с продавцами и производителями.

В каждом городе перед серией интервью с целевыми аудиториями проводились интервью с местными экспертами, которыми могли выступать социальные работники, участковые, сотрудники наркологии.

Опрос населения в рамках исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа»

Опрос проведен 24–28 июля 2019 г. В опросе принимают участие россияне в возрасте от 18 лет. Метод опроса – телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1 200 респондентов. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, действующих на территории РФ. Данные взвешены на вероятность

отбора и по социально-демографическим параметрам. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,5%. Помимо ошибки выборки смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

Открытые источники

В данном исследовании (особенно в части описания легального рынка алкогольной продукции) используются статистические данные, собранные из разных открытых баз, включая ведомственную статистику. В качестве основных источников использовались данные:

- Федеральной службы государственной статистики (Росстат);
- Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование);
- Федеральной налоговой службы России;
- Федерального казначейства;
- Федеральной таможенной службы;
- Справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» и «Гарант»;
- Информационного ресурса «Интерфакс» СПАРК;
- Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя «ЦИФРРА».

Также использовались данные опросов населения:

- Данные ВЦИОМ на 30 мая 2019 г. Электронный ресурс: <http://www.wciom.ru>. Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9713>. Дата обращения: 26.07.2019 г. Инициативный всероссийский опрос «ВЦИОМ-Спутник» проведен 28 мая 2019 г. В опросе принимают участие россияне в возрасте от 18 лет. Метод опроса – телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1 600 респондентов. Выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ. Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Для данной выборки максимальный размер ошибки с вероятностью 95% не превышает 2,5%. Помимо ошибки выборки смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.
- Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. (Сайты обследования RLMS HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>)

Дополнительные материалы

В качестве дополнительных материалов использовались результаты исследований НИУ ВШЭ (в частности коллектива ученых: Радаев В.В., Бердышева Е.С., Конрой Н.В., Котельникова З.В.), Института экономической политики имени Е.Т. Гайдара, Института народнохозяйственного прогнозирования РАН (в частности Соловьёв А.М.), тексты законодательных и нормативных актов, аналитические материалы СМИ. Ряд материалов был предоставлен нам экспертами, принявшими участие в исследовании.

- Ужесточение мер регулирования алкогольного рынка создает стимулы для развития нелегального производства и продажи нелегальной алкогольной продукции. При сохранении спроса на бюджетные виды алкогольных напитков и покупку в ночное время поддерживаются и развиваются теневые ниши. Чем выше доля акциза в стоимости на легальном рынке, тем более рентабельна деятельность недобросовестных производителей и продавцов. При этом контроль государства за ними в силу разных факторов, в том числе ограниченности ресурсов, эксперты признают недостаточным.
- Запреты и повышение цен на легальную алкогольную продукцию выталкивают часть потребителей на теневой рынок, где покупатель не защищен ничем, кроме собственной способности определить качество напитка и обмена информацией в своем кругу о более и менее надежных точках продажи.
- Для потребительской стратегии на теневом рынке характерен феномен анизотропии. Единожды попав на теневой рынок, покупатель с большой вероятностью на нем остается, опыт не становится однократным.
- Существование теневого рынка создает повышенные угрозы не только для здоровья потребителей, но и для экономики страны и ее благополучия в целом, наносит репутационный ущерб легальным производителям и продавцам, а также государству. В целом происходит снижение инвестиционной привлекательности алкогольной отрасли для производителей и как следствие снижаются инвестиции в смежные отрасли – сельское хозяйство, упаковку и другие.

Помимо легального и поддающегося учету рынка алкогольной продукции существует нелегальный или теневой. Как легальный, так и нелегальный рынок алкогольной продукции и соответствующие им каналы розничных продаж реагируют на экономические, социальные и институциональные изменения в стране.

Тенденции на легальном рынке алкогольной продукции

- Сокращение объема производства¹ в 2008-2018 гг. крепкой алкогольной продукции на 24% до 101,3 млн дал, слабой алкогольной продукции (кроме пива и вина) на 84% до 6,8 млн дал, пива на 32% до 774,7 млн дал. Производство вина показало рост на 13% до 120,5 млн дал. Снижения происходили под действием регуляторных мер (МЦП, МЦОТ и МРЦ на алкогольную продукцию, ограничения мест и времени продаж) и четко совпадали с ними.
- Рост розничных цен за 2008–2017 гг. на водку в 3 раза (при росте акциза в 3 раза); на пиво отечественное в 2,6 раза (при росте акциза в 7,6 раза); на игристое вино отечественное в 2 раза (при росте акциза в 3,4 раза).
- Рост доли акцизов в себестоимости готовой алкогольной продукции.
- Нестабильный рост поступлений в государственный бюджет от акцизов на алкогольную продукцию в течение последних 10 лет на фоне постоянного

¹ Показатель объема производства алкогольной продукции был скорректирован на разницу между объемом экспорта и объемом импорта соответствующих видов товаров. При этом важно отметить, что импортные и экспортные потоки не учитывают поставки из ЕАЭС и в ЕАЭС (это не более 1 млн дал водки и ЛВИ в год импорта и экспорта, что примерно равно).

увеличения ставок акцизов. При этом случаи падения объемов денежных поступлений в консолидированный бюджет государства от акцизов на алкогольную продукцию уже происходили, что было спровоцировано в том числе ужесточением регуляторных мер (например, повышением акцизов).

Меры регулирования, рост стоимости для потребителя и повышение доли акцизов в стоимости делают легальный рынок все более уязвимым и создают дополнительные выгоды для недобросовестных участников. При низкой себестоимости производства сбыт продукции в теневых каналах становится все более рентабельным.

При этом все регуляторные меры государства направлены на производителей и продавцов легальной алкогольной продукции, а нелегальные производители и продавцы алкогольных напитков в большей степени остаются за пределами регулирования, контроля и надзора.

Тенденции потребления

Данные регулярных массовых опросов свидетельствуют о поступательном снижении потребления алкоголя среди населения и изменении структуры – снижении доли крепких алкогольных напитков. Доля не употребляющих алкоголь совсем поступательно растет, причем преимущественно за счет младшей возрастной когорты, характеризующейся иной культурой потребления, возможно, более поздней алкогольной социализацией. Опрашиваемые эксперты связывают это с изменением ценностей и культуры досуга, популяризацией спорта и других практик здорового образа жизни.

Водка остается в тройке лидеров наряду с пивом и вином, однако доля потребителей поступательно снижается. При этом наиболее значимое снижение потребления крепких напитков также наблюдается среди представителей младшей возрастной когорты.

Полученные данные позволяют говорить о **сохранении частоты, объема и структуры потребления среди регулярно употребляющих алкогольные напитки, несмотря на рост цен.**

Снижение потребления слабо связано с периодами наибольшего повышения цен и введения ограничений. **Основные причины отказа от алкоголя или сокращения потребления, по данным массового опроса населения, лежат в плоскости изменения образа жизни и отношения к своему здоровью, а также давления со стороны окружения.** Цена и траты на алкоголь в целом наряду с другими факторами оказывают значительно меньшее влияние на снижение потребления, чем мотивация, связанная с качеством жизни.

Наиболее распространенные мотивы потребления алкоголя – социальный, как сопровождение общения, неременный атрибут праздника и гедонистический, связанный с удовольствием от чувства опьянения и гастрономическими свойствами алкоголя. Встроенность алкоголя в культуру, получение удовольствия и снятие стресса – достаточно устойчивые структуры, которые сложно изменить прямыми мерами регулирования, они медленно меняются под влиянием общекультурных факторов.

При этом склонность к потреблению крепкого алкоголя выше у наименее обеспеченных групп населения, которые также и наиболее чувствительны к

изменениям цен. Стремление к экономии может выталкивать их с легального рынка на нелегальный.

Структура нелегального рынка

Теневой рынок алкогольной продукции сам по себе неоднороден и делится на несколько сегментов. Каждый из этих сегментов по-разному реагирует на институциональные изменения, в особенности на регуляторные и ограничительные меры в отношении легального алкогольного рынка.

Для лицензируемой алкогольной продукции выделяются следующие сегменты теневого рынка:

- легальная продукция, произведенная нелицензированным производителем – домашнее производство для продажи (самогон, настойки, вино и прочие алкогольные напитки, требующие лицензирования в случае производства и продажи);
- нелегальная продукция, произведенная нелицензированным производителем – кустарное производство на продажу, контрафакт, товар-имитация, фальсификат;
- нелегальная продукция, произведенная лицензированным производителем – неучтенное производство, параллельный импорт; серый импорт и контрабанда;
- легальная продукция, произведенная лицензированным производителем, но не пригодная для потребления в пищу – суррогаты алкоголя (спирты этиловые гидролизные, сульфитные, синтетические; денатурированный спирт; одеколоны и лосьоны; спиртовые настойки лекарственных растений; спиртовые соки растений; жидкости, не содержащие этиловый спирт, но содержащие иные психоактивные вещества, напоминающие этанол).

Для нелицензируемой алкогольной продукции выделяются следующие сегменты теневого рынка:

- легальная продукция, произведенная в домашних условиях, – домашнее производство для продажи (пиво, сидр, пуаре, медовуха, эли и прочие алкогольные напитки, не требующие лицензирования в случае производства и продажи);
- нелегальная продукция, произведенная легальным производителем, – неучтенное производство, неучтенный импорт (в том числе внутри стран ЕАЭС), неучтенные продажи.

Можно также выделить, по крайней мере, три ниши, связанные с разными потребностями потребителей:

- экономия (продукция по более низкой стоимости, в основном, разбавленный спирт, водка, продающиеся в различных точках продаж – небольших магазинах и киосках, на квартирах и т.д.),
- покупка в ночное время² (продукция может быть как легальной, так и нелегальной; среди каналов – любые нелегальные точки продаж: таксисты, небольшие магазины и киоски, онлайн-магазины, учреждения общественного питания),

² Термин «покупка в ночное время» подразумевает нарушение требований законодательства в части ограничения времени продажи алкогольной продукции (с 23:00 до 8:00). При этом регионы вправе устанавливать дополнительные ограничения времени розничной продажи алкогольной продукции.

- увлечение производством домашнего алкоголя в связи с его вкусовыми качествами и, возможно, ценой.

Каждый из сегментов и ниш развивается самостоятельно, подчиняется собственной логике и нуждается в отдельном подходе к контролю и регулированию. При этом отдельные единые нормы регулирования легального рынка алкогольной продукции приводят к разным последствиям для каждого из сегментов нелегального рынка. Общим же для каждого из сегментов является то, что разные ниши теневого рынка развиваются в ответ на введение ограничений и связаны с уязвимостью легального рынка. **Регулирование рынка алкогольной продукции должно быть релевантно особенностям производства и оборота отдельных видов алкогольной продукции**, как легальной, так и нелегальной. При этом различные меры государственного регулирования в таком случае должны отвечать следующим критериям:

- направленность на упрощение регулирования;
- однозначность трактования всеми участниками рынка алкогольной продукции;
- направленность на поддержание риск-ориентированного подхода.

Кроме того, наибольшую часть нерегистрируемого оборота составляет, во-первых, алкогольная продукция, в цене которой существенную долю составляет акциз. Во-вторых, это та продукция, изготовление которой требует наименьших затрат как с точки зрения времени и сложности технологии приготовления алкогольной или спиртосодержащей продукции, так и с точки зрения доступности сырья и количества различных ингредиентов необходимых для приготовления. Ввиду этих двух факторов на теневом рынке доминируют крепкие алкогольные напитки, рентабельность производства которых выше, чем у других напитков. Возможность недобросовестных участников рынка производить продукцию по демпинговым ценам обусловлена структурой формирования розничной цены на легальную алкогольную продукцию, существенную долю в которой составляют акцизы и/или другие надбавки (надбавка ввиду установления МЦП, МЦОТ и МРЦ).

В настоящее время официальной статистики, которая бы оценивала объемы нелегального рынка алкогольной продукции, в России не существует. Также отсутствует какой-либо общепринятый и однозначно надежный метод подсчета его объема. По оценкам различных исследований и опрашиваемых экспертов, его доля составляет от 30 до 40% потребляемой алкогольной продукции. При этом все экспертные оценки свидетельствуют о высокой степени конкуренции между легальными и нелегальными производителями и о смещении структуры нелегального рынка в сторону крепких спиртных напитков.

Основными **причинами** существования и развития нелегального рынка признаются:

- высокая маржинальность производства нелегальной крепкой алкогольной продукции из-за высокой стоимости легальной продукции при низкой себестоимости производства и высокой доле акцизов в структуре стоимости;
- стабильный спрос на фоне снижения покупательной способности населения и недоступности легального алкоголя;
- ненадлежащий контроль за оборотом сырья для изготовления алкогольной и спиртосодержащей продукции и готовой продукции, в частности, отсутствие контроля за оборотом медицинского спирта (не находится в ведении РАР), отсутствие полного контроля за спиртзаводами (часть спиртзаводов не

находится в ведении Росспиртпрома³), неясный учет ЛВИ, разливного пива и вина в сфере общественного питания;

- широкий перечень регуляторных мер в отношении легальных производителей алкогольной продукции, в особенности ограничения мест и времени продаж алкогольной продукции, введение МЦП, МЦОТ и МРЦ;
- низкая грамотность потребителя при выборе алкогольной продукции. Население проявляет низкую осведомленность о способах и возможностях проверки продукции – по данным опроса населения, 77% не знает, как обезопасить себя от покупки контрафактной продукции;
- несформированность культуры потребления алкоголя, которая бы минимизировала риски.

Из материалов интервью с потребителями следует, что первый опыт покупки нелегальной алкогольной продукции зачастую был связан с повышением стоимости или введением ограничений на продажу в ночное время. Если смотреть на развитие теневого рынка со стороны потребителя, то экономические мотивы действительно являются базовыми. Однако они внутренне не однородны и имеют свои нюансы в зависимости от сегментов потребителей. В ходе проведения социологического исследования было выявлено несколько каналов попадания потребителей на нелегальный рынок алкогольной продукции:

- Люди, которые уже длительное время потребляют алкоголь на постоянной основе и имеют привязанность к ней. С повышением цены такие группы населения стали пользоваться теневыми каналами чаще.
- Для многих точкой попадания в теневую зону стало введение запрета на продажу в ночное время. Это сформировало опыт, сняло часть страхов, познакомило с точками продажи алкогольной продукции. Люди попробовали, оценили и стали обращаться к каналу периодически.
- Впервые задумались об экономии на фоне подорожания. Обычно в этой ситуации кто-то из знакомых давал совет, приводил на точку и знакомил. Эти люди не относятся к маргинальным слоям, но разница в стоимости в 100 руб. для них чувствительна.

Потребитель на нелегальном рынке

Ошибочно считать, что целевой группой являются только маргинализированные слои населения, злоупотребляющие алкоголем. В отдельные ниши нелегального рынка попадают вполне социально-адаптированные люди, доходы которых, однако, подталкивают их к экономии. В целом потребитель нелегального алкоголя не представляет собой однородную группу – различаются потребности и сегменты теневого рынка, удовлетворяющие им. Можно выделить, по крайней мере, несколько типов:

- **Маргинализированные группы**, образ жизни которых строится вокруг употребления алкоголя. Для них характерна мотивация «просто пьем все, что доступно». При постоянной потребности и дефиците средств на алкоголь просто тратится большая часть доступных средств. Когда деньги есть – покупается алкоголь в магазине, когда деньги заканчиваются – покупается

³ По данным официального сайта Росспиртпрома, по итогам 2018 г. организация занимала 86,5% рынка поставок этилового спирта в адрес ликероводочных производств (без учета внутрихолдинговых продаж) [URL: http://www.rosspirtprom.ru/about/news.php?ELEMENT_ID=2197].

более дешевый вариант напитка. Этот цикл воспроизводится вне зависимости от цены алкоголя в магазине.

- **Низкодоходные слои**, которые пользуются возможностью сэкономить. Подходят к покупке избирательно, следуют совету знакомых. Покупают как легальный алкоголь, так и нелегальный в зависимости от случая. С повышением цены они не снижают потребление, а переходят в более низкий ценовой сегмент, соответственно, меняют структуру потребления – переходят с более легких напитков на более крепкие. Экономия в таком случае связана в том числе с представлениями о низком качестве легально продаваемой дешевой водки (цена близка к МРЦ). При этом потребитель безразличен к разнице в качестве дешевой легальной водки и дешевой нелегальной водки. Цену магазина потребители воспринимают как несправедливую, связанную с акцизами и «жадностью» продавца. То есть покупка нелегального алкоголя рассматривается как рациональное потребление.
- **Загулявшие компании, которым алкоголь потребовался в ночное время.** Фактор экономии здесь не является основным. Но покупка нелегального алкоголя ночью автоматически переводит их с легких напитков, если компания пила пиво, например, на крепкие.
- **Поклонники домашнего алкоголя.** Предпочитают его вне зависимости от цены. Редко покупают, чаще производят сами или угощаются у знакомого производителя. Ценовая регуляция слабо связана с мотивацией употребления или производства.

Тенденции на нелегальном рынке

Нелегальный рынок алкогольной продукции, согласно оценкам экспертов, за 10 лет претерпел ряд изменений. В первую очередь эксперты отмечают, что в нем эксперты в вопросе динамики рынка в основном схожи.

В отношении нелегальных каналов продаж нелегального алкоголя оценки экспертов расходятся. Часть экспертов придерживается мнения, что нелегальный рынок уменьшается, другая часть экспертов считает, что нелегальный рынок стагнирует и видоизменяется. Тема также массово проблематизируется среди населения – в среднем, распространенными точки нелегальной продажи считают 31% опрошенных.

Зоны особого риска для потребителей

Одной из глобальных целей Всемирной организации здравоохранения является уменьшение бремени вредного употребления алкоголя для здравоохранения и, следовательно, спасение человеческих жизней, предотвращение травм и болезней и улучшение благополучия людей, сообществ и общества в целом. «Глобальная стратегия сокращения вредного употребления алкоголя», согласованная и принятая государствами-членами ВОЗ в 2010 году и Глобальный план действий по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними на 2013-2020 гг. отражают международный консенсус в отношении того, что сокращение вредного употребления алкоголя и связанных с ним медицинских и социальных последствий является одной из первоочередных задач в области общественного здравоохранения.

Наряду с этим история производства и потребления алкогольных напитков насчитывает от 4 до 6 тысяч лет. Человечество открыло и потребляет алкоголь в качестве эффективного легкодоступного средства, позволяющего снять плохое

настроение, тревогу, уменьшить неглубокую депрессию. При этом людей не смущает, что алкоголь вызывает зависимость и обладает токсическими свойствами. Это объясняет низкую эффективность мер по борьбе с потреблением алкоголя, предпринимаемых в различных странах мира. **Задача государства – сконцентрировать усилия на минимизации и профилактике негативных последствий вредного потребления или злоупотребления алкоголем.**

При определении того, что такое злоупотребление алкоголем, следует учитывать, что люди существенно различаются по невосприимчивости (толерантности) к алкоголю, поэтому разработка минимально допустимой (безвредной) дозы – напрасные усилия. В этом лучше опираться на понятие **«проблемное пьянство»**⁴. «Ученые в свое время определили такое понятие как “проблемное пьянство”. Оно означает, что регулярное или частое потребление алкоголя может привести к проблемам, зависящим от алкоголя: проблемы со здоровьем, финансовые, семейные, производственные. Проблемное пьянство – это злоупотребление. Важно уметь определять злоупотребление на этапе, предшествующем возникновению проблем. Сделать это можно, отмечая изменения в поведении человека, а главное – в нарастании дозы потребляемого алкоголя, увеличении частоты опьянений, нарушений трудовой дисциплины и неурядиц дома в связи с алкоголем» (Немцов А.В.).

На основе анализа поведенческих стратегий потребителей нелегального алкоголя и заменителей можно выделить основные группы и ситуации риска:

- Потребитель на теневом рынке не защищен никакими мерами контроля качества. Единственный механизм регуляции – «сарафанное радио», которое позволяет обходить стороной точки продажи опасной алкогольной продукции. Однако все участники интервью упоминали о существовании (и некоторые даже на собственном опыте испытали) «плохих» продавцов. Но обмен опытом, как и способность по вкусу и запаху отличить потенциально опасный напиток, не являются гарантией. Склонные к злоупотреблению алкоголем постоянно или ситуативно, например, во время праздничного застолья, отмечают, что не всегда держат ситуацию под контролем и в определенной стадии опьянения не смогут разобраться, насколько качественный алкоголь они употребляют.
- На нелегальном рынке представлен, по нашим данным, преимущественно крепкий алкоголь (здесь существенна разница в потребительских нишах: в нише экономии представлен почти исключительно крепкий алкоголь, в нише ночных покупок – любые виды с преобладанием крепкого алкоголя). Переходящие на нелегальную алкогольную продукцию на постоянной основе или от случая к случаю, например, докупая алкоголь в ночное время, скорее переходят на крепкие напитки, что меняет структуру потребления.
- Наличие нелегальной ночной торговли создает ситуацию риска, связанную с тем, что потребители в ночное время, в основном, продолжают застолье и менее чувствительны к маркерам «некачественного» по их мнению алкоголя – запахам, привкусу, которые в обычном состоянии способны определить.

Существование теневого рынка имеет также системные последствия для:

демографии (повышение рисков смертности и заболеваемости, вымывание трудоспособного населения, снижение качества человеческого капитала, социальное сиротство);

⁴ Оксфордское руководство по психиатрии (Том 2) Гельдер М., Гэт Д., Мейо Р., 1999, с. 100

экономики (недополучение акцизов, репутационные потери для легальных производителей, снижение инвестиционной привлекательности алкогольной отрасли для производителей и как следствие снижение инвестиций в смежные отрасли – сельское хозяйство, упаковку, перерабатывающую промышленность и другие);

благополучия страны в целом (увеличение объема денег в теневом обороте, источник поддержки коррупции, репутационные потери для государства).

Эксперты сходятся во мнении, что полностью ликвидировать нелегальный алкогольный рынок невозможно, а имеется лишь возможность его снизить до примерно 8–10%.

Текущие меры государственного регулирования рынка алкогольной продукции в целом экспертным сообществом оцениваются неоднозначно. При этом наиболее эффективной мерой считается введение ЕГАИС в производстве, в оптовой и розничной торговле. Вместе с тем не до конца прозрачным местом учёта алкогольной продукции эксперты назвали сегмент общественного питания и контроль за оборотом медицинского спирта. Относительно низко оценивается борьба с нелегальными местами продаж алкогольной продукции.

Среди предлагаемых экспертами мер **в отношении всей отрасли:**

- либерализация регуляторных мер и «не ухудшение» условий ведения бизнеса на алкогольном рынке для добросовестных производителей ЛВИ, винодельческой и пивоваренной продукции (например, упрощенное получение лицензии на производство, оборот и хранение алкогольной продукции, давать бизнесу право на ошибку и сразу не отзывать лицензию, предотвращение «вымывания» лицензированных торговых точек);
- развитие и совершенствование системы контроля качества и безопасности алкогольной и спиртосодержащей продукции на рынке;
- разрешение проведения разъяснительных мер в отношении алкогольной продукции в СМИ (как выбрать качественный и безопасный алкоголь, как проверить качество, как не столкнуться с подделкой);
- усиление контрольно-надзорной деятельности, в том числе за оборотом сырья для изготовления нелегальной алкогольной продукции (пищевой спирт, медицинский спирт, виноматериалы);
- ужесточение наказаний за незаконный оборот алкогольной продукции;
- стимулирование производства и оборота безалкогольной продукции и продукции с низким содержанием доли этилового спирта.



СТРУКТУРА РЫНКА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ И ПРОБЛЕМА ТЕНЕВОГО ОБОРОТА

Последние 10 лет алкогольный рынок развивается на фоне ужесточения регулирования со стороны государства: повышение акцизов; введение МЦП, МЦОТ и МРЦ; внедрение ЕГАИС в производстве, в оптовом и розничном звене; запрет рекламы (с некоторыми исключениями); ограничение мест и времени продаж; и другие меры государственного регулирования. Экспертное сообщество отмечает ряд позитивных следствий вводимых мер, однако они в основном направлены на производителей легальной алкогольной продукции. При этом нелегальные (незаконные, теневые) производители алкогольной продукции в большей степени остаются за пределами регулирования, контроля и надзора.

Сегодня в России нет официальной статистики, которая бы оценивала объемы нелегального рынка в целом, как и не существует однозначно надежного метода подсчета его объема. По разным оценкам, его доля составляет от 30 до 40% потребляемой алкогольной продукции (методы подсчета описаны далее). Эксперты, принявшие участие в исследовании СКОЛКОВО и ЦСП «Платформа», свидетельствуют о высокой степени конкуренции между легальными и нелегальными производителями.

Очень чувствительна конкуренция, поскольку производители нелегальной или фальсифицированной продукции продают на рынок продукцию по демпинговым ценам. Не помогает даже сравнение минимальных цен. Ввели систему откатов, отпускают по минимальной цене, но потом возвращают деньги покупателю. Демпингуя, мягко говоря, некорректными способами, они осуществляют на рынке недобросовестную конкуренцию.

(Магомед Талаев, Московский комбинат шампанских вин)

Помимо существования легального и нелегального производства, существует также и два рынка розничных продаж алкогольной продукции: легальная розница и нелегальная розница. При наложении двух классификаций получается, как минимум, три сценария на рынке алкогольной продукции:

1. Производство легального алкоголя и продажа на легальном розничном рынке;
2. Производство нелегального алкоголя и продажа на легальном розничном рынке;
3. Производство нелегального алкоголя и продажа на нелегальном розничном рынке.

Есть освещенная и неосвещенная области рынка. Государство добавляет ватт в лампу, которая светит на уже освещенную область. (Эксперт рынка)

Мы всех выстроили, как на утренний осмотр, на вечернюю проверку, всех, кто легально. А вот за границами города – там может твориться что угодно. (Владимир Ионкин, АКОРТ)

В отношении 1-ого сценария государство предпринимает достаточно широкий спектр регуляторных мер. В отношении 2-ого сценария государство реализует с 2006 г. (более активная фаза началась с 2009 г.) внедрение ЕГАИС для производителей алкогольной продукции, а с 2016 г. в оптовой (с 1 января) и розничной (с 1 июля в городских поселениях) торговле. В отношении 3-его сценария государство предпринимает в основном контрольно-надзорные меры, эффективность которых находится на недостаточном уровне. Существуют расхождения в оценке объема нелегального рынка алкогольной продукции между РАР (в ходе контрольно-надзорной деятельности, проверок) и производителями алкогольной продукции (в ходе собственного мониторинга рынка и (или) проведения исследований ВШЭ и другими организациями). Среди причин неэффективности – как нехватка сил в контролирующих органах, так и коррупционная составляющая.

В исследовании мы подробно проанализируем объем, структуру и динамику легального и нелегального рынка алкогольной продукции, разберемся в ключевых причинах существования нелегального рынка и рассмотрим основные последствия потребления алкогольной продукции.

Согласно Федеральному закону №171-ФЗ РФ алкогольной продукцией признаётся⁵ пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции, находящейся в перечне⁶. Вся алкогольная продукция подразделяется на: спиртные напитки (в том числе водка, коньяк); вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки; пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива; сидр, пуаре и медовуха. При этом для пива, ввиду особенности технологии производства, не установлена норма содержания этилового спирта в готовой продукции, в отличие от других напитков. В рамках данного исследования мы будем руководствоваться упрощенным делением алкогольной продукции на виды, а именно: «крепкая алкогольная продукция», «слабая алкогольная продукция», «винодельческая продукция», «пивоваренная продукция».

Снижение объема производства и объема продаж

Главная тенденция на рынке алкогольной продукции за последние 11 лет (2008–2018 гг.) – сокращение объема производства⁷. Так, производство ЛВИ и другой крепкой алкогольной продукции сократилось на 24% до 101,3 млн дал (2018 г.). Производство СаП (кроме пива и вина) сократилось на 84% до 6,8 млн дал (2018 г.). Производство пива сократилось на 32% до 774,7 млн дал (2018 г.). Важно отметить, что вино было единственным напитком, который в течение рассматриваемого периода показал рост на 13% до 120,5 млн дал (2018 г.). Более подробно ознакомиться с динамикой производства и розничных продаж можно в Приложении №1. Ниже представлены сравнительные графики объемов производства, розничных продаж, а также ставок акцизов для крепкой алкогольной продукции, слабой алкогольной продукции (включая вино, кроме пива) и пива.

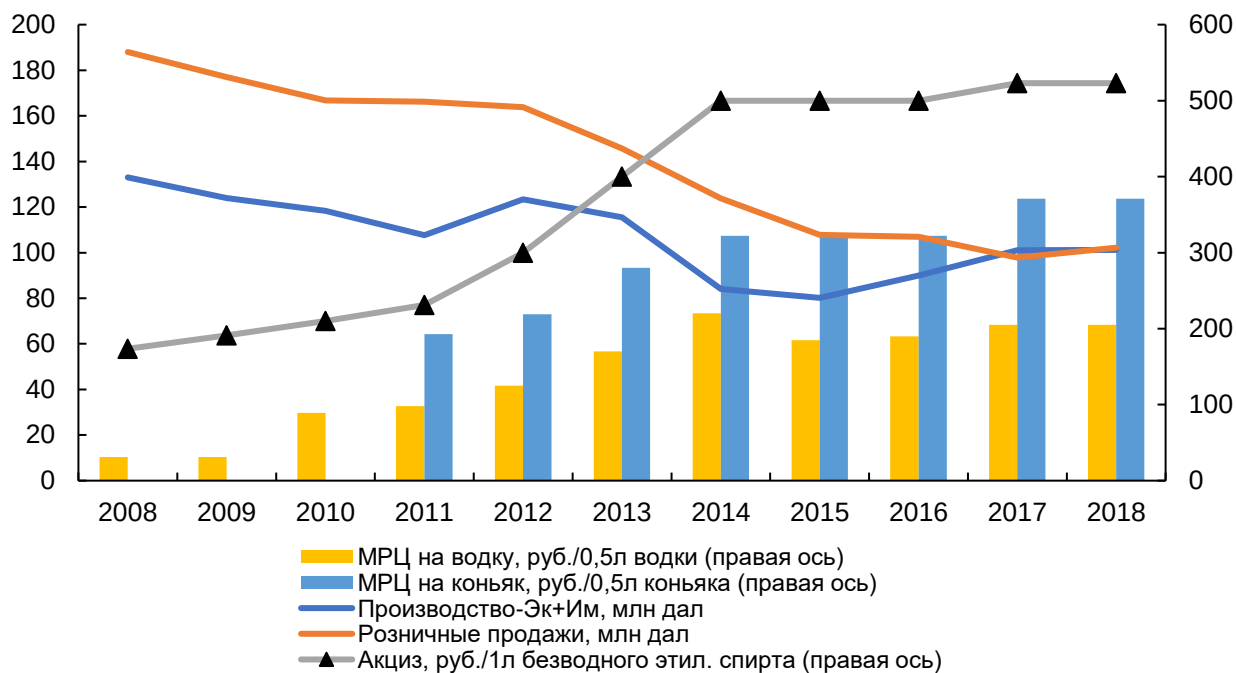
⁵ Федеральный закон от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ (ред. от 01.05.2019 г.) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», Глава 1, Статья 2, пункт 7.

⁶ Постановление Правительства РФ от 09.11.2017 г. № 1344 «Об утверждении перечней пищевой продукции, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, не относящейся к алкогольной продукции».

⁷ Все показатели объема производства алкогольной продукции были скорректированы на разницу между объемом экспорта и объемом импорта соответствующих видов товаров. При этом важно отметить, что импортные и экспортные потоки не учитывают поставки из ЕАЭС и в ЕАЭС (это не более 1 млн дал водки и ЛВИ в год импорта и экспорта, что примерно равно).

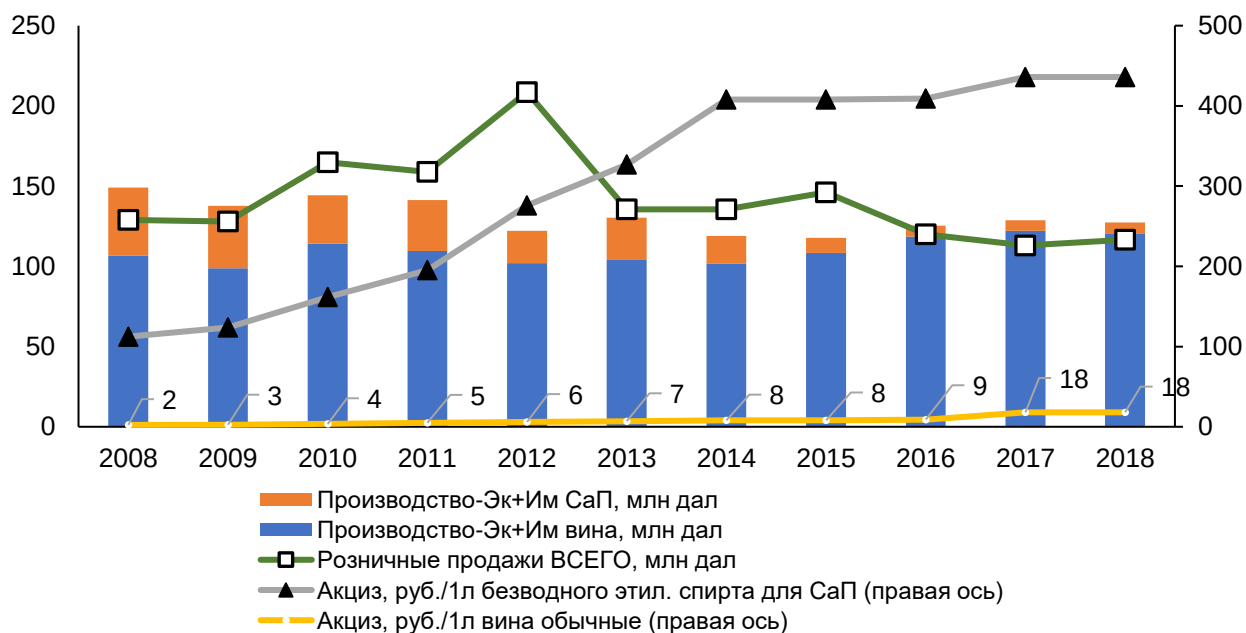
Объем производства, розничных продаж и ставка акциза на крепкую алкогольную продукцию, МРЦ на водку и коньяк, 2008–2018 гг.

(Источник: Росстат, ФНС, РАР)

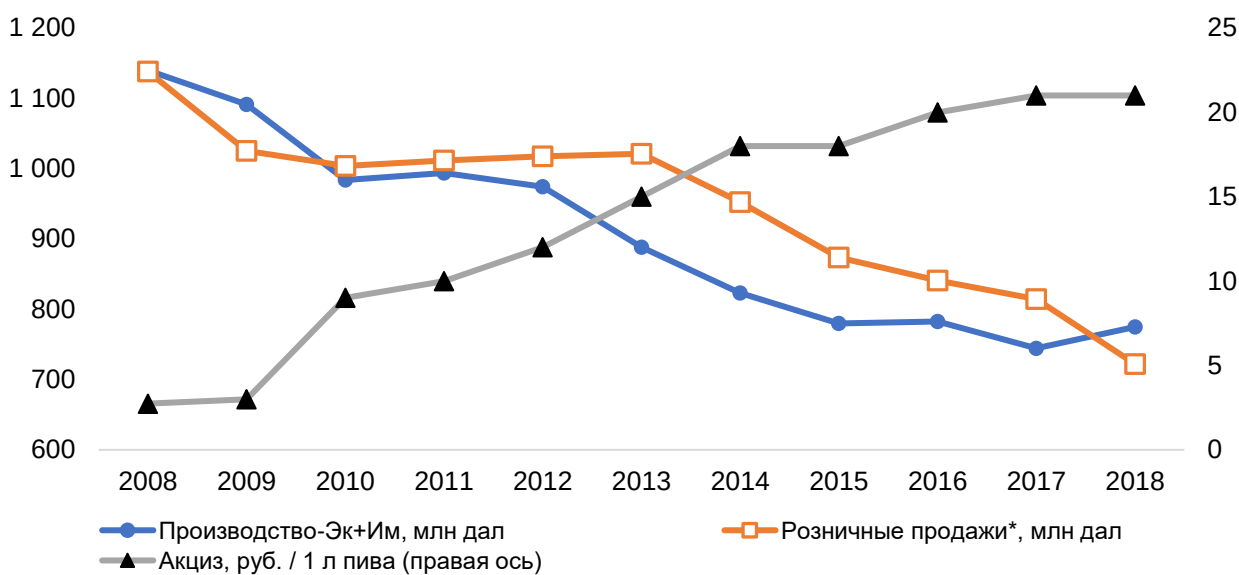


Объем производства, розничных продаж и ставка акциза на СаП (кроме пива), 2008–2018 гг.

(Источник: Росстат, ФНС, РАР)



Объем производства, розничных продаж и ставка акциза на пиво (включая напитки, изготавливаемые на основе пива), 2008–2018 гг.
(Источник: Росстат, ФНС, РАР, СРП)



* Розничные продажи пива за 2008-2016 гг. по данным Росстата, за 2017 г. по данным СРП, за 2018 г. по данным отчета Аналитического центра при Правительстве РФ «Рынки алкоголя и табачной продукции за 2018 год».

В качестве одной из причин падения объемов рынка алкогольной продукции рассматривается введение мер государственного регулирования. При этом можно отметить, что, во-первых, **все меры государственного регулирования принимаются в отношении добросовестных участников рынка и создают дополнительные выгоды от ведения своей деятельности недобросовестным участникам рынка**. Например, введение акцизов, установление МЦП, МЦОТ и МРЦ, ограничение мест и времени продаж и другие меры. Во-вторых, **каждый из сегментов и ниш развивается самостоятельно, подчиняется собственной логике и нуждается в отдельном подходе к контролю и регулированию**. При этом отдельные единые нормы регулирования легального рынка алкогольной продукции приводят к разным последствиям для каждого из сегментов нелегального рынка.

Далее в таблице будут рассмотрены основные изменения в государственном регулировании рынка алкогольной продукции на основе изменений в №171-ФЗ, №38-ФЗ («О рекламе»), Налоговом кодексе РФ, Бюджетном кодексе РФ; принятия федеральных законов; издания указов Президента РФ, приказов РАР и других мер регулирования.

Введение основных мер регулирования и снижение объема производства

Принятые меры государственного регулирования ⁸	Изменение в объеме производства			
	Крепкие алкогольные напитки	СаП (кроме пива и вина)	Пиво и пивные напитки	Вино (в том числе игристое)
Декабрь 2008 г. – образован РАР; декабрь 2009 г. – одобрена Концепция ⁹ , увеличены акцизы на крепкую алкогольную продукцию на 10%, СаП на 25%, на пиво в 3 раза; июнь 2010 г. – приняты МЦП, МЦОТ и МРЦ на водку; мировой финансовый кризис.	Снижение на 11% до 118,3 млн дал	Снижение на 29,1% до 30 млн дал	Снижение на 13,7% до 983,8 млн дал	Рост на 7,1% до 114,2 млн дал (при падении в 2009 г. до 99 млн дал)
Декабрь 2010 г. – повышены МЦП, МЦОТ и МРЦ на водку, введены МЦП, МЦОТ и МРЦ на бренди и коньяк; июль 2011 г. – введены ограничения мест продаж и потребления алкогольной продукции, ограничения времени продаж, пиво приравнивается к алкогольной продукции, введено понятие пивных напитков, пересмотрены требования к размерам стационарного торгового объекта, изменен ряд требований к закупке и перевозке этилового спирта; ноябрь 2011 г. – повышены акцизы в среднем на 15-18%; июнь-июль 2012 г. – введены дополнительные ограничения на рекламу алкогольной продукции, вино приравнивается к алкогольной продукции, изменен ряд требований к перевозке нефасованной спиртосодержащей продукции.	Рост на 4% до 123,4 млн дал (при падении в 2011 г. до 107,6 млн дал)	Снижение на 32,3% до 20,3 млн дал	Снижение на 1% до 974 млн дал	Снижение на 10,8% до 101,9 млн дал

⁸ Данный перечень регуляторных мер не является исчерпывающим. Более подробный перечень изменений в регулировании рынка алкогольной продукции можно найти в Приложении №2.

⁹ «Концепции государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года» (далее Концепция).

Принятые меры государственного регулирования ⁸	Изменение в объеме производства			
	Крепкие алкогольные напитки	СаП (кроме пива и вина)	Пиво и пивные напитки	Вино (в том числе игристое)
Декабрь 2012 г. – повышены МЦП, МЦОТ и МРЦ на водку, бренди и коньяк в среднем на 30%, сидр, пуаре и медовуха приравнивается к алкогольной продукции, изменены доли, в которых распределялись акцизы пропорционально объемам производства; октябрь 2013 г. – МРЦ на водку начала распространяться на продукцию объемом от 0,375 до 0,5 л; июль 2014 г. – ослаблены январь 2014 г. – повышены МЦП, МЦОТ и МРЦ на водку, бренди и коньяк в среднем на 16%; июль 2014 г. – частично ослаблены ограничения на рекламу пива и пивных напитков.	Снижение на 31,8% до 84,1 млн дал	Снижение на 15,6% до 17,2 млн дал	Снижение на 15,5% до 822,9 млн дал	Незначительное снижение на 0,1% до 101,8 млн дал
Декабрь 2014 г. – снижены МЦП, МЦОТ и МРЦ на водку, снижен размер акциза (и заморожен его рост) на все категории алкогольной продукции в среднем на 25%; апрель 2015 г. – введено понятие «коньяк», ослаблены ограничения для с/х товаропроизводителей; декабрь 2015 г. – установлены пониженные акцизные ставки для вин и игристых вин с защищенным географическим указанием, с защищенным наименованием места происхождения; январь 2016 г. введен ЕГАИС в оптовой торговле; июнь 2016 г. запрет на производство и оборот алкогольной продукции в ПЭТ таре объемом более 1,5 л; июль 2016 г. введен ЕГАИС в розничной торговле, действие №171-ФЗ распространяется на парфюмерно-косметическую продукцию, частично ослаблены ограничения на рекламу отечественного вина и игристого вина при соблюдении определенных условий, легализуются коктейли и настойки, ужесточены требования к регистрации оборудования для производства этилового спирта.	Рост на 6,9% до 89,9 млн дал (при падении в 2015 г. до 80,2 млн дал)	Снижение на 61% до 6,7 млн дал	Снижение на 4,9% до 782,7 млн дал	Рост на 16,5% до 118,6 млн дал

Принятые меры государственного регулирования ⁸	Изменение в объеме производства			
	Крепкие алкогольные напитки	СаП (кроме пива и вина)	Пиво и пивные напитки	Вино (в том числе игристое)
Июль 2016 г. (продолжение) – введены дополнительные ограничения на места продаж алкогольной продукции, введено раздельное лицензирование розничных продаж алкогольной продукции и розничных продаж при оказании услуг общественного питания, установлены МЦП, МЦОТ и МРЦ на игристое вино; декабрь 2016 г. – заморожены и оставлены без изменения ставки акцизов почти на всю алкогольную продукцию, введен запрет на дистанционную торговлю, акцизы начали распределяться в новых долях и пропорционально объемам розничных продаж алкогольной продукции; декабрь 2017 г. – разрешено производство и оборот продукции в ПЭТ таре объемом более 1,5 л в целях экспорта, запрещены алкогольные тонизирующие напитки; октябрь 2018 г. – полностью введен поштучный учет продукции в ЕГАИС путём двойного сканирования, ставки акцизов проиндексированы на 4% на все категории алкогольной продукции.	Рост на 12,6% до 101,3 млн дал	Рост на 1% до 6,8 млн дал	Снижение на 1% до 774,7 млн дал (при падении в 2017 г. до 744,5 млн дал)	Рост на 1,6% до 120,5 млн дал

Повышение цен, рост акцизов и изменение структуры стоимости

За период 2008–2017 гг. розничные цены на алкогольные напитки в целом увеличились в 2,4 раза. При низкой себестоимости производства (в особенности это относится к водке), которая мало менялась, наблюдался постоянный рост акцизов, в связи с чем произошло изменение структуры стоимости алкогольных напитков – в структуре цены все большую долю начали занимать акцизы.

Водка. За период 2008–2017 гг. акциз на водку вырос более чем в 3 раза (со 173,5 руб. до 523 руб. за 1 л безводного этилового спирта), при этом средние потребительские цены на отечественную водку крепостью 40% выросли также примерно в 3 раза – со 101,5 руб. до 300 руб. за 0,5 л водки. Однако в течение 2010–2014 гг. МРЦ на водку росла более высокими темпами, чем величина акциза и средних потребительских цен. Снижение МРЦ в 2015 г. и её дальнейший рост более низкими темпами, чем в 2010–2014 гг., а также фиксация величины акциза в 2014–2016 гг. позволили затормозить рост средних потребительских цен на водку. К 2017 г. накопленный прирост МРЦ на водку составил 561%, акциза на водку – 201%, средних потребительских цен – 196%.

В структуре розничной цены на водку существенную долю составляют акцизы и установленные МЦП, МЦОТ и МРЦ. Данные Росстата¹⁰ позволяют проследить изменение этого показателя для водки крепостью 40% в 2008–2017 гг. (см. Приложение №3). Введение МЦП и МЦОТ в 2010 г. начало изменять структуру розничной цены на водку:

- Надбавка сферы обращения в 2010 г. увеличилась на 4,18 п.п. (до 5% от розничной цены). Следующее повышение МЦП и МЦОТ в 2012 г. увеличили долю надбавки сферы обращения в розничной цене на водку до 7,06%, в 2014 г. – до 9,88%. При этом снижение МЦП, МЦОТ и МРЦ в 2015 г. не снизило долю надбавки сферы обращения в розничной цене на водку (в 2015 г. она увеличилась до 12,62% от розничной цены).
- Надбавка розничного звена в 2010 г. увеличилась на 2,31 п.п. (до 19,31% от розничной цены). При этом последующие повышения МЦП, МЦОТ и МРЦ отрицательно сказывались на доле надбавки розничного звена в розничной цене на водку – с 2010 г. её доля сократилась на 3,86 п.п., достигнув в 2017 г. 15,45% от розничной цены на водку.

Однако прогнозируемые для участников рынка меры государственного регулирования (постепенное индексирование показателей и их фиксация) на 2015–2017 гг. положительно отразились на стабилизации структуры розничной цены на водку. В течение 2015–2017 гг. доля надбавки сферы обращения в розничной цене на водку колебалась у отметки в 12,6%, доля надбавки розничного звена – около 15,5%, доля акциза – около 36,2% от розничной стоимости цены на водку. Суммарно данные составляющие себестоимости составили около 64,3% от розничной стоимости водки (не считая сырья, прибыли организации, НДС и других надбавок).

Пиво. За период 2008–2017 гг. накопленный прирост акциза на пиво составил 666% к 2008 г., т.е. акциз на данную продукцию увеличился более чем в 7 раз (с 2,74 руб. до 21 руб.). При этом розничные цены на пиво за 2008–2017 гг. увеличились менее чем в 3 раза – накопленный прирост цен на отечественное пиво составил 161% к 2008 г. Розничная цена на пиво и её структура тесно связаны с масштабами

¹⁰ URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi?pl=1923007>

производства пивоваренной продукции. Ввиду сложности технологического процесса изготовления пивоваренной продукции себестоимость пива для крупнейших международных пивоваренных компаний и для средних и малых пивоварен существенно различается.

По данным опроса производителей пива в бюджетном и среднем ценовом сегменте информационного портала Profibeer.ru¹¹, который был проведен в апреле 2018 г., в структуре розничной цены 1 л пива как крупного завода, так и мини-пивоварни большую долю занимает акциз (21 руб. за 1 л готовой продукции до 2019 г.) – 27% и 24% соответственно (см. Приложение №3). При этом сильные различия наблюдаются в стоимости постоянных издержек завода и пивоварни (18% против 26%) и стоимости первичного сырья (16% против 19%). Согласно другим оценкам, например, данным Росстата по структуре розничной цены на пиво отечественного производства, доля акциза в розничной цене пива в 2015–2017 гг. не превышала 19%, что ниже оценок производителей в бюджетном и среднем ценовом сегментах. Возможно, это связано с тем, что оценка Росстата включает в себя в том числе производителей дорогого отечественного пива, что снижает долю акциза в розничной цене на пиво.

Вино (игристое). Накопленный прирост акциза на игристое вино отечественное составил 243% к 2008 г., т.е. акциз на данную продукцию увеличился более чем в 3,4 раза. Розничные цены на игристое вино за 2008–2017 гг. выросли в 2 раза – со 161 руб. за 1 л (2008 г.) до 321 руб. за 1 л игристого вина отечественного (2017 г.).

Розничная цена на вино (в том числе игристое) и её структура, так же, как и пиво, сильно зависят от стоимости сырья для изготовления продукции (см. Приложение №3). По данным, предоставленным экспертом, более 18,5% розничной цены на игристое вино, произведенное крупным заводом, приходится на стоимость основного и вспомогательного сырья, что в денежном выражении составляет более 37 руб. для бутылки 0,75 л. С учетом всех производственных расходов полная производственная себестоимость составляет около 74 руб. за 0,75 л игристого вина. Доля акциза в розничной цене составляет около 13,5% и в денежном выражении соответствует 27 руб. Важно отметить, что для игристого вина на территории РФ действуют МЦП, МЦОТ и МРЦ, однако минимальная отпускная цена крупного завода в нашем случае составляет 133,78 руб. за 0,75 л готовой продукции.

Снижение поступлений от акцизов

По итогам 2018 г. доходы государства от уплаты акцизов на производимые на территории РФ и ввозимые на её территорию этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию составили более чем 1,07% от всех доходов консолидированного бюджета РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов. При этом алкогольная отрасль в 2018 г. (с учетом ввозимых этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции) обеспечивала более 25% всех акцизных сборов консолидированного государственного бюджета.

С момента образования РАР и принятия Концепции, а также постепенного ужесточения всех норм регулирования происходит снижение поступлений в государственный бюджет от акцизов на алкогольную и спиртосодержащую продукцию. Причем исходя из анализа поступлений денежных средств от акцизов видно, что **каждому падению объемов денежных поступлений в консолидированный бюджет государства от акцизов на алкогольную**

¹¹ URL: [<https://profibeer.ru/law/31881/>]

продукцию с некоторым временным лагом предшествовало ужесточение регуляторных мер¹². Так, резкий рост ставок на крепкую алкогольную продукцию в течение 2012–2014 гг. привёл к тому, что рост государственных доходов в 2014 г. начал замедляться, а в 2015 г. доходы государства упали на 14% (до 146 157 млн руб.).

Замораживание ставок акцизов в 2014–2018 гг. на крепкую и слабую алкогольную продукцию (кроме пива и вина) не помогло остановить падение объемов денежных поступлений от данных источников. Более плавное и прогнозируемое повышение ставок акцизов на пиво в 2015–2017 гг. положительно отразилось на динамике денежных поступлений в бюджет государства от данного источника и частично стабилизировало производство пивоваренной продукции. Резкий же рост ставок акцизов на вино (в том числе игристое вино) в 2017 г. затормозил увеличение объемов денежных поступлений от данного источника в бюджет государства в 2018 г., что говорит о **высоком риске сокращения доходов государства от акцизов на вино в 2019 г.**

Рост розничной цены на алкогольную продукцию на фоне растущих еще более высокими темпами акцизов, МЦП, МЦОТ и МРЦ, а также различных других налоговых отчислений, рост в структуре стоимости доли акцизов **делают легальный рынок все более уязвимым** и создают дополнительные выгоды для недобросовестных участников. При минимальной себестоимости производства сбыт продукции в теневых каналах становится все более рентабельным.

Общие тенденции потребления алкоголя среди населения. Мотивация употребления и отказа от алкоголя

Динамика, частота и объемы потребления

Данные регулярных массовых опросов свидетельствуют о поступательном снижении потребления алкоголя среди населения и изменении структуры – снижении доли крепких алкогольных напитков. Рассмотрим тенденции подробнее.

По результатам опросов населения, проводимых ВЦИОМ, совсем не употребляют алкоголь около трети населения от 18 лет и старше (33% на май 2019 г.), по данным мониторинга RLMS на 2017 г. (более свежие данные недоступны) – 42% населения в возрасте 16 лет и старше. Эта доля за последние годы выросла. Причем наиболее интенсивно – в самой младшей возрастной группе. Снижение потребления в основном связано с новой когортой, в которой меняется культура потребления алкоголя. Эксперты связывают это с изменением ценностей и культуры досуга, популяризацией спорта и других практик здорового образа жизни, с тем, что употребление алкоголя для части молодых людей становится непрестижным занятием.

На протяжении последних 10 лет, каждый год количество употребляемого алкоголя на душу населения в России уменьшается. Особенно у потребителей молодых возрастов. Это соответствует международному тренду – тому, что происходит во многих развитых странах. Молодое поколение

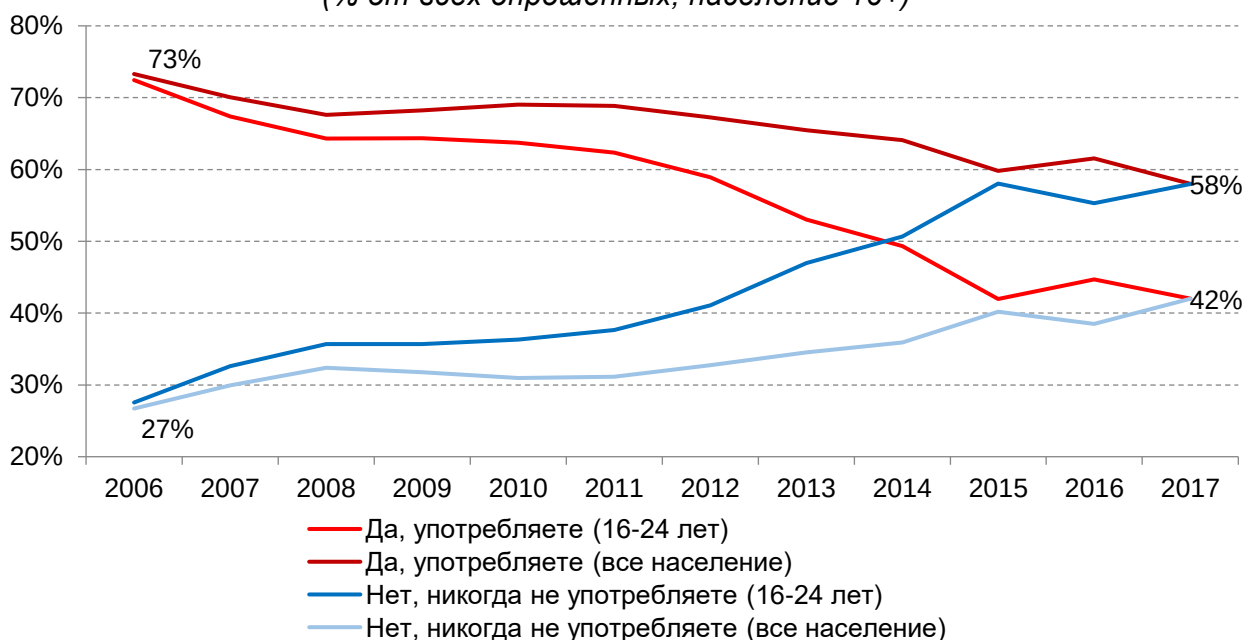
¹² Более подробно с ними можно ознакомиться в Приложении №4.

*пьёт меньше и по доле потребителей, и по объему. Вдобавок
меняется структура потребления. Почти полный отказ от
водки и самогона у самых молодых.
(Вадим Радаев, ЛЭСИ НИУ ВШЭ)*

*Мне хочется верить, что рынок не растет, потому что,
действительно, и поколения меняются, и, может быть, всё же
появляется какая-то культура питья. Поэтому, наверное,
проще пойти купить 10 бутылок пива, чем стакан самогона.
(Светлана Светличная, Институт экономики
здравоохранения)*

Динамика употребления хотя бы иногда алкогольных напитков, включая пиво

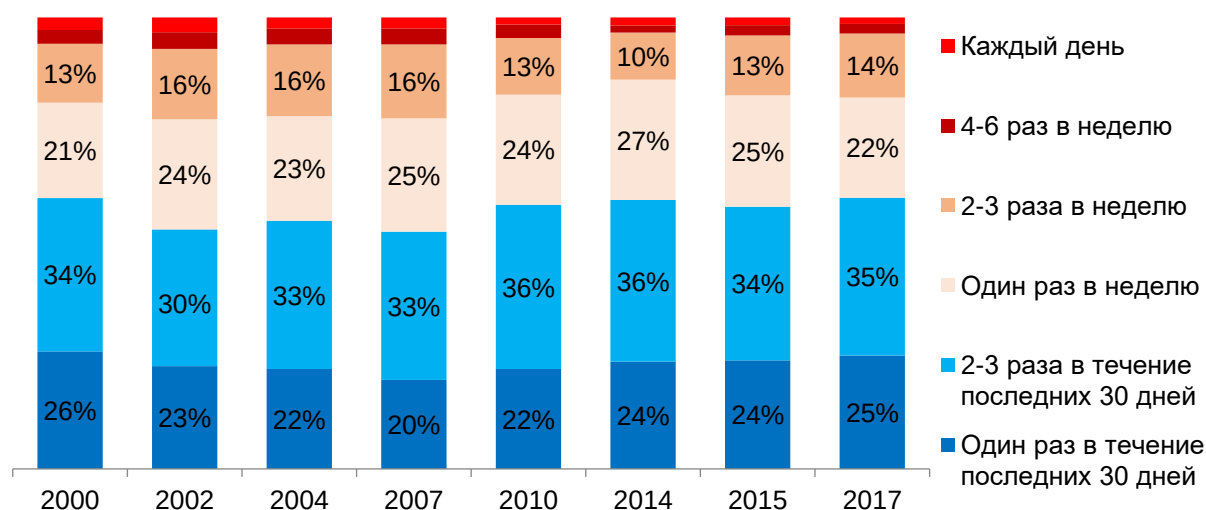
(% от всех опрошенных, население 16+)¹³



При этом частота потребления алкоголя среди тех, кто употребляет алкогольную продукцию, меняется мало. Доля тех, кто выпивает каждый день или 4–6 раз в неделю, оставалась стабильной на протяжении последнего десятилетия. Несмотря на то, что динамика доли тех, кто выпивал всего лишь раз в месяц, снижалась в интервале 2001–2009 гг., в 2017 г. она составила столько же, сколько и в начале 2000 г. При этом динамика доли тех, кто выпивал раз в неделю, имела нестабильный тренд, однако к 2017 г. доля выпивающих составила ту же, что и в начале 2000 г. Таким образом, мы можем говорить о **сохранении потребления среди регулярно употребляющих алкогольные напитки**. Повышение стоимости не так сильно сказывается на массовом потреблении.

¹³ По данным RLMS HSE.

Частота употребления алкогольных напитков в течение последних 30 дней перед опросом (% от всех опрошенных, население 16+)¹⁴



Культура потребления алкоголя: виды напитков

Эксперты отмечают, что наибольший вред здоровью потребителя наносит употребление крепких алкогольных напитков, в первую очередь наиболее популярного крепкого алкоголя в России – водки. И главной целью политики по борьбе со злоупотреблением алкоголем должно быть изменение культуры потребления, переход от крепких к более слабым алкогольным напиткам (вину, пиву и другим напиткам).

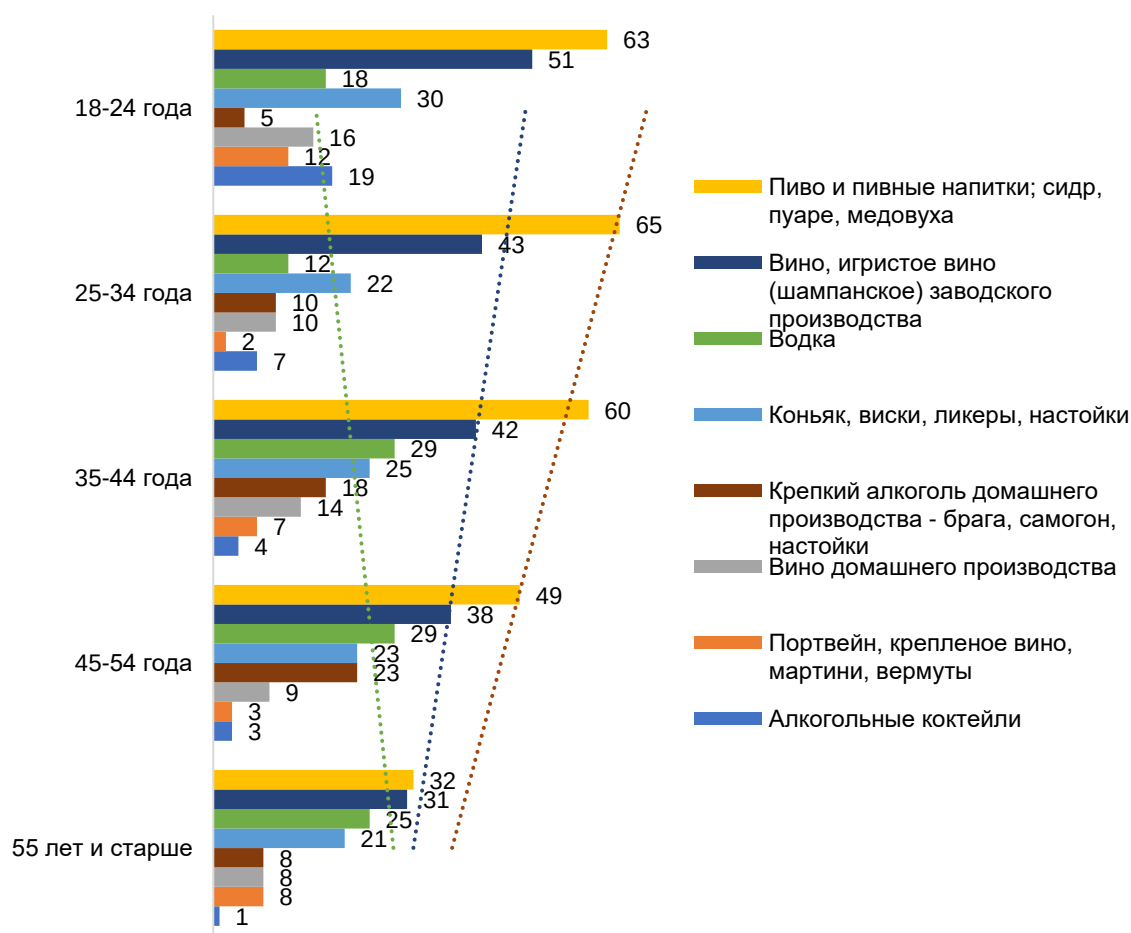
Мы на самом деле являемся мировым лидером по употреблению крепкого алкоголя. Как раз крепкий алкоголь приводит к гораздо худшим последствиям, чем употребление некрепкого алкоголя. Пивом довести себя до безумного состояния гораздо тяжелее. Я за то, чтобы поднять ограничение продаж крепкого алкоголя до 21 года, пиво ладно, пусть они пьют с 18 лет, но ограниченно. Мы сформируем, по крайней мере, другую модель употребления. Если пиво будет, зачем на водку переходить? Нет привычки – и не будут уже это пить.

(Сергей Рыбальченко, демограф, Институт научно-общественной экспертизы)

Сегодня лидирующими напитками среди потребителей являются пиво, вино и водка. Причем структура сильнее всего связана с поколенческими границами – чем моложе потребители, тем больше они пьют легкие алкогольные напитки и меньше крепкие, а также напитки домашнего производства.

¹⁴ По данным RLMS HSE.

Что из перечисленного вы употребляли за последние 30 дней? (% опрошенных, употребляющих алкоголь)¹⁵

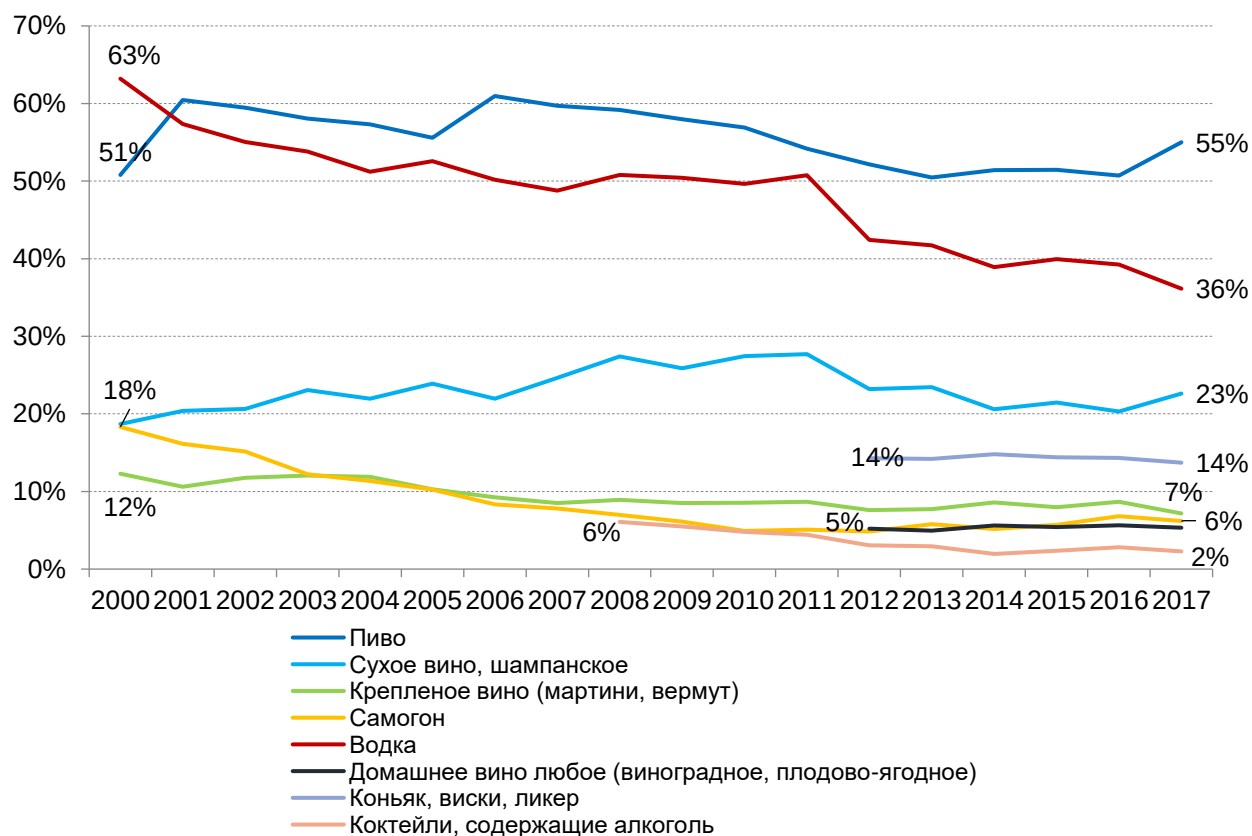


В структуре потребления можно отметить позитивные тенденции. Доля потребляющих наиболее крепкие напитки (водка, самогон) в период 2000–2017 гг. существенно сократилась. Среди всего населения потребление пива, сухих и крепленых вин, несмотря на колебания, осталось примерно на одном уровне. При

¹⁵ По данным RLMS HSE.

этом наиболее значимое снижение потребления крепких напитков наблюдается среди молодежи.

Динамика употребления разных алкогольных напитков в течение последних 30 дней перед опросом (% опрошенных)¹⁶

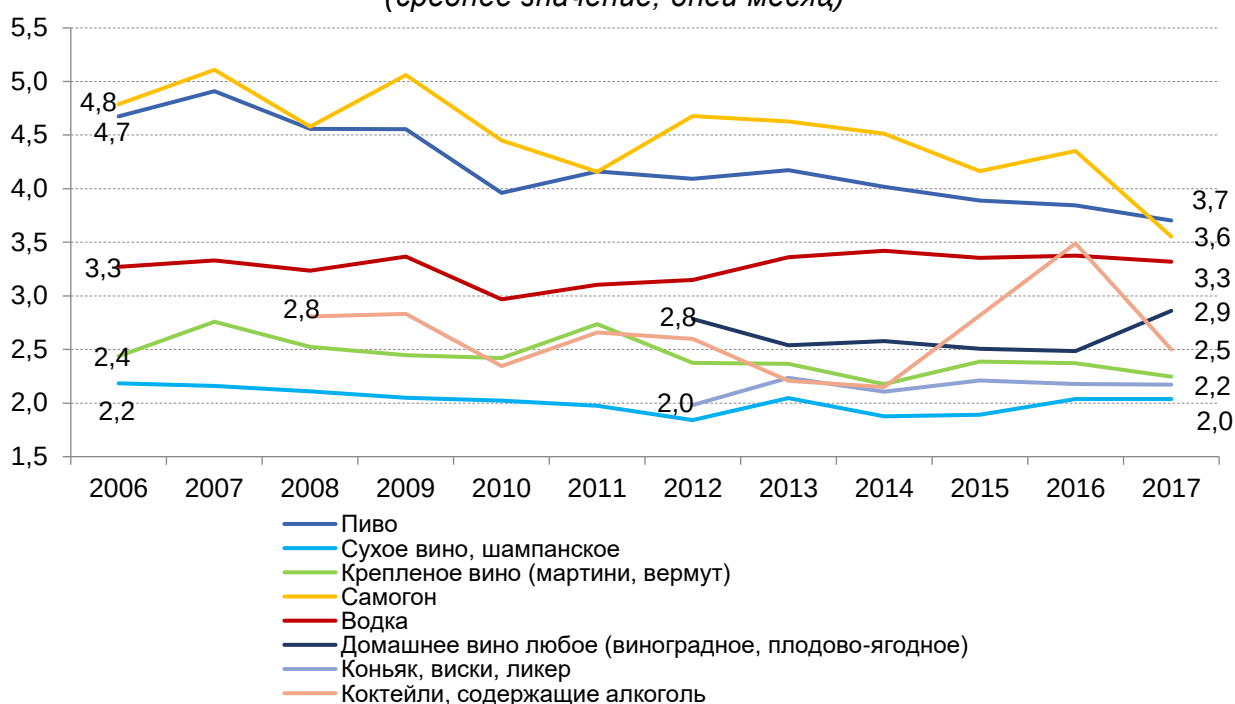


Однако при снижении доли потребляющих крепкие напитки среди населения существенных изменений в частоте и объеме употребления не происходит. **В ядре сохраняется структура, частота и объемы потребления, несмотря на подорожание.**

В 2006 г. средний россиянин пил сухое вино (шампанское) 2,2 дня в месяц, крепленое вино – 2,4 дня, пиво 4,7 дня, водку – 3,3 дня (в 2017 г. фиксируется такая же частота употребления водки, как и в 2006 г.). Частота потребления самогона за этот же период то повышалась, то понижалась, однако в итоге сократилась в среднем до 3,6 дня в 2017 г. по сравнению с 4,8 дня в 2016 г. Потребление пива постепенно снижалось: за 12 лет уменьшилось в среднем на один день. Стабильность наблюдается и в случае с домашними винами и коньяком: в среднем пили домашнее вино по 2,2 дня в месяц, коньяк по 2,9 дня в 2017 г. Средний российский житель в 2017 г. потреблял алкогольные коктейли 2,5 раза в месяц. В 2016 г. в среднем выпивали чаще коктейли, 3,5 раза в месяц.

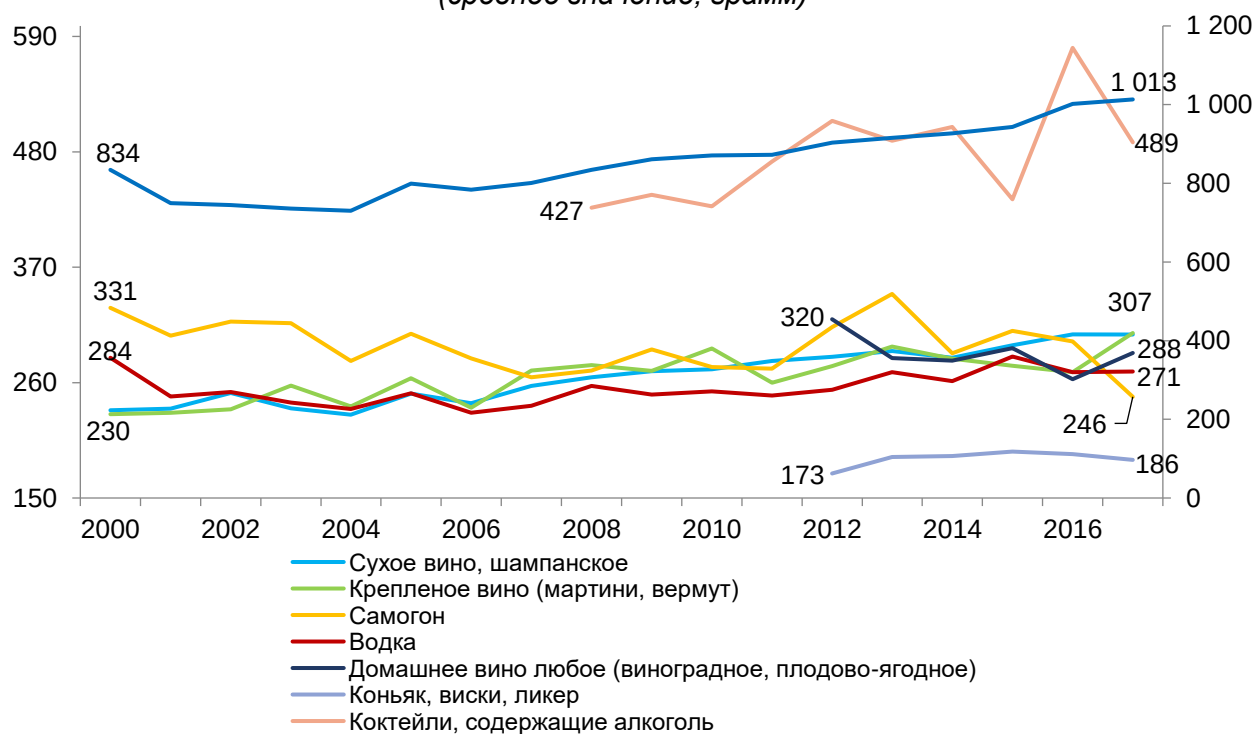
¹⁶ По данным RLMS HSE.

Динамика частоты употребления разных алкогольных напитков в течение последних 30 дней перед опросом (среднее значение, дней в месяц)¹⁷



Средний россиянин за последние 18 лет стал пить пиво в несколько больших объемах. Средние объемы потребления самогона, водки, то есть более крепких напитков, характеризуются то постепенным понижением, то повышением с резкими скачками. К 2017 г. средние объемы выпитого уменьшились по сравнению с началом периода.

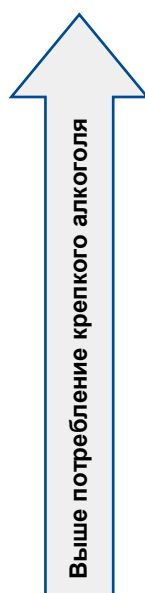
Динамика среднего объема (в граммах) употребления разных алкогольных напитков за день (среднее значение, грамм)¹⁷



¹⁷ По данным RLMS HSE.

На основе анализа связи переменных¹⁸ можно сделать вывод, что употребление водки наиболее распространено среди мужчин, старших возрастных групп и наименее обеспеченных слоев населения. Таким образом, те группы населения, которые наиболее чувствительны к ценовой регуляции, проявляют наибольшую склонность к употреблению крепких алкогольных напитков и, согласно экспертным интервью и интервью с потребителями нелегальной алкогольной

продукции, наиболее склонны к замещению легального алкоголя на нелегальный. Логику этого выбора мы находим в интервью с целевой группой потребителей. Это люди преимущественно низкого достатка, для которых экономия в 100–150 руб. является значимой, особенно если алкоголь покупается на компанию.



Мужчины

Старшие возрастные группы (50 лет и старше)

Среднее и среднее специальное образование

Низкодоходные слои

Не удовлетворены своей жизнью, достатком, здоровьем

Жители сельской местности

Ну, вот, смотрите. В магазине алкоголь стоит самый дешёвый 300 руб. Водка, например. Это 3 бутылки водки по 100 руб. Вот, если мы сидим, компания 6 человек взрослых. Нам нужно 3 или 4 бутылки водки. По 300 руб. 4 бутылки – это больше 1000. Или мы купим 4 бутылки водки за 400 руб. Есть же разница все-таки в цене.

(жен., работает, 35 лет, город-миллионник)

Культура потребления алкоголя: мотивация

Для понимания тенденций в потреблении алкоголя, снижения потребления или отказа от него необходимо понимать сложившуюся культуру потребления, типичные ситуации и мотивацию¹⁹.

На основе набора переменных, отражающих разные мотивы и ситуации употребления алкогольной продукции, мы произвели сегментирование населения. Наиболее распространенные мотивы потребления алкоголя:

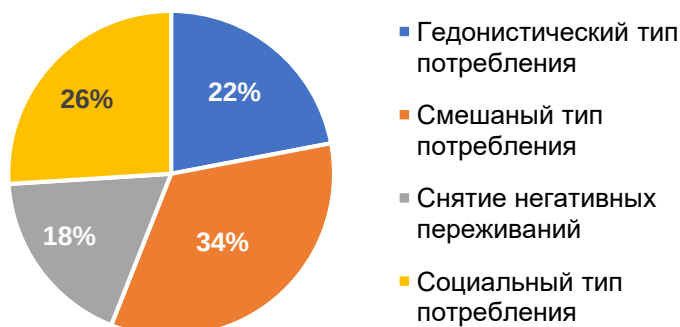
- социальный – как сопровождение общения, неперенный атрибут праздника
- гедонистический, связанный с удовольствием от чувства опьянения и гастрономическими свойствами алкоголя.

Встроенность алкоголя в культуру, получение удовольствия и снятие стресса – достаточно устойчивые структуры, которые сложно изменить прямыми мерами регулирования, они медленно меняются под влиянием

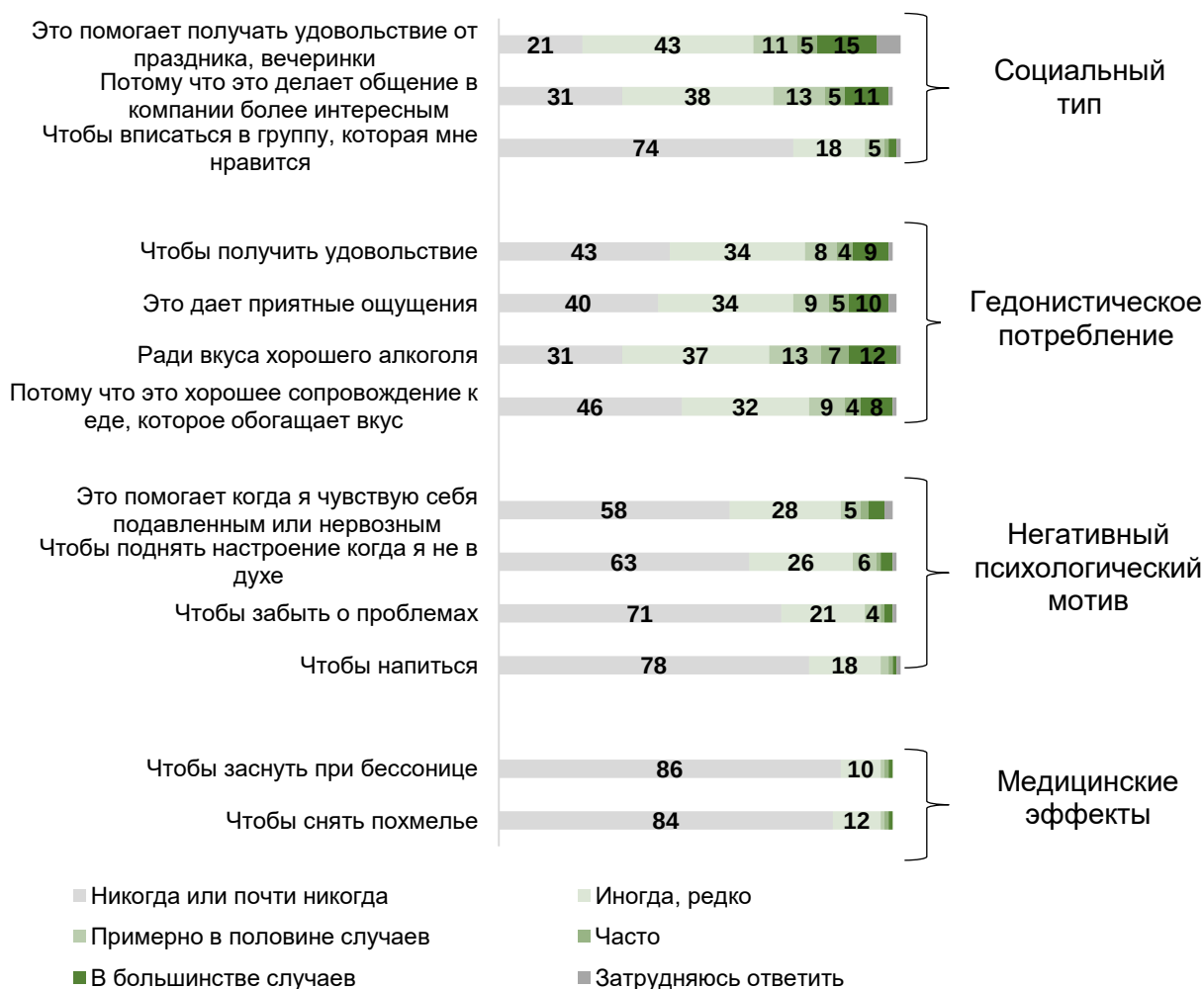
¹⁸ Данные RLMS HSE.

¹⁹ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа». Для анализа мы опирались на методику Drinking Motive Questionnaire Revised (DMQ-R; Cooper, 1994). Для обработки – факторный анализ с вращением Varimax, кластеризация K-means, решение для 4 кластеров.

общекультурных факторов. Как будет показано далее, мотивация снижения потребления или отказа от алкоголя связана в первую очередь с изменениями в образе жизни и заботой о здоровье.



Я перечислю причины, по которым люди обычно пьют алкоголь. За последние 12 месяцев, как часто вы пили алкоголь, потому что...
(закрытый вопрос, один ответ, % от тех, кто употребляет алкоголь)²⁰



²⁰ По данным RLMS HSE.

Мотивация отказа и снижения потребления алкоголя

В связи с тенденциями снижения потребления алкоголя за последние годы в первую очередь интересно посмотреть на мотивацию тех, кто перестал пить или снижает потребление.

Скажите, употребляете ли вы алкогольные напитки, и если да, то как часто?

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

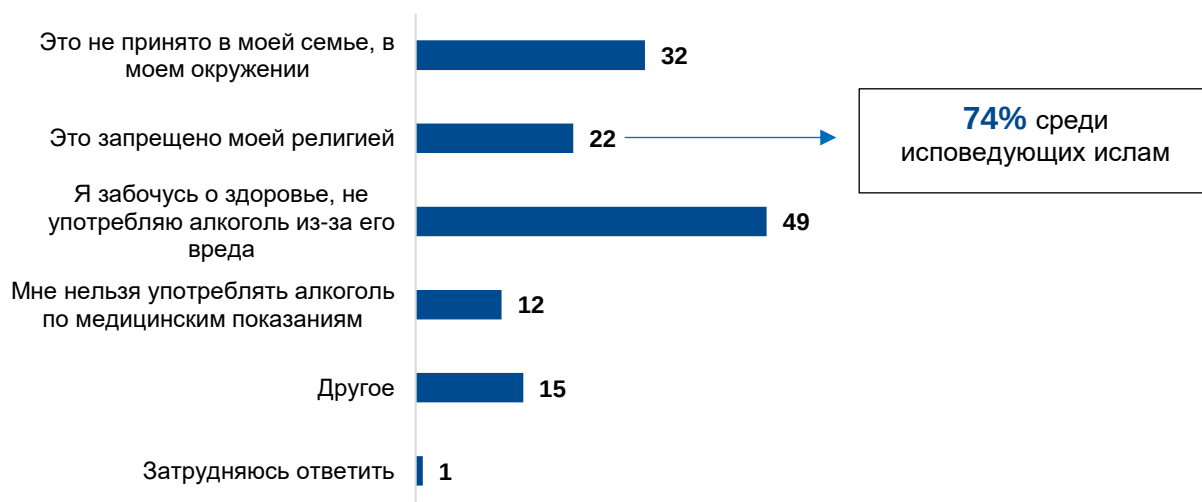


Основные причины отказа от алкоголя или сокращения потребления лежат в плоскости изменения образа жизни и отношения к своему здоровью, а также давления окружения. Причем для молодой части аудитории фактор заботы о здоровье оказывается более значимым, чем для более зрелой части населения. Значительный, но ограниченный мусульманской средой фактор – религиозные запреты. Цена и траты на алкоголь в целом наряду с другими факторами оказывают значительно меньшее влияние на снижение потребления, чем мотивация, связанная с качеством жизни (см. ниже).

Так, основной причиной отказа от алкоголя те, кто его никогда не потреблял, называют вред для здоровья. На втором месте – факторы среды.

Какой вариант больше подходит вам?

(закрытый вопрос, максимум 2 ответа, % от тех, кто никогда не потреблял алкоголь)

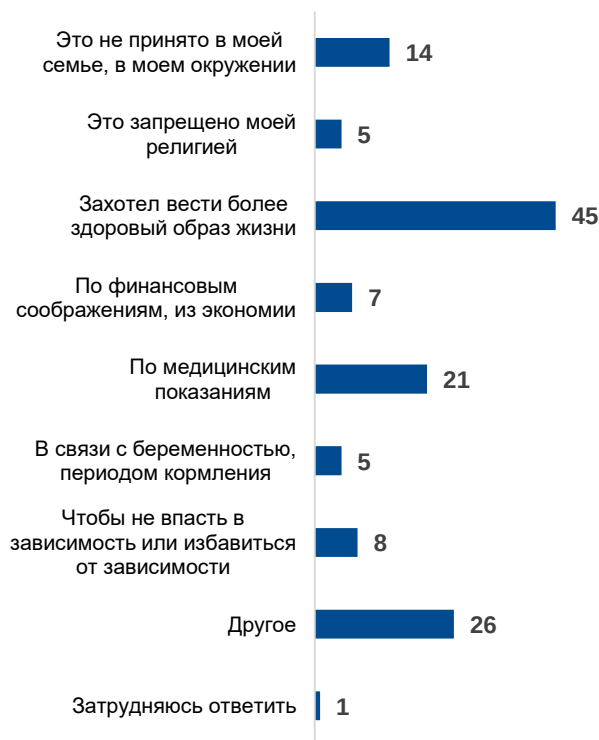


Среди бросивших употреблять алкоголь на первом месте также мотив, связанный с улучшением здоровья (45%) и медицинские противопоказания (21%).

Среди тех, кто снижает потребление, здоровье также выходит на первый план (53% отметили, что стали пить меньше из-за стремления вести более здоровый образ жизни, 23% – в связи с ухудшением здоровья и медицинскими показаниями).

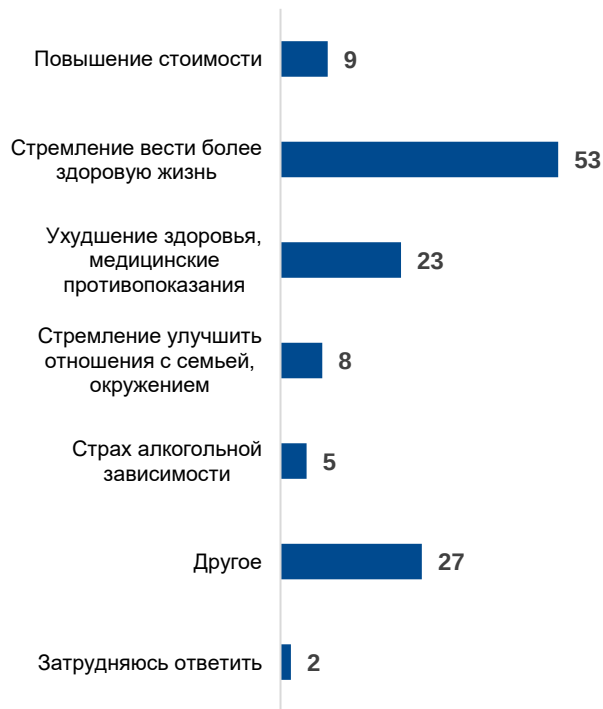
Почему вы перестали употреблять алкоголь?

(закрытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто перестал потреблять алкоголь)²¹



Почему вы стали употреблять алкоголь реже?

(закрытый вопрос, один ответ, % от тех, кто стал реже употреблять алкоголь)²¹



Показательно в этой связи и отношение населения к мерам государственной политики по борьбе со злоупотреблением алкоголем. Среди опрошенных однозначно доминирует запрос на развитие культуры здорового образа жизни среди населения как основной фактор снижения потребления алкоголя.

На ваш взгляд, какие меры следует принимать государству для снижения потребления алкоголя среди населения?

(закрытый вопрос, максимум три ответа, % от всех опрошенных)²¹



²¹ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа».

Особенности и структура теневого рынка алкогольной продукции

В данном разделе на основе исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа», материалов из открытых источников²², исследований коллектива НИУ ВШЭ²³ мы сформулируем общее представление о нелегальном рынке алкогольной продукции, о его специфике по отношению к легальному и о последствиях его существования.

Среди экспертов существует общее понятие нелегального рынка алкогольной продукции, однако оно содержит в себе ряд противоречий²⁴. Во-первых, к нему относят две абсолютно легальные по своему смыслу формы оборота алкогольной и спиртосодержащей продукции, которые не регистрируются, – домашнее производство и заменители (суррогаты). Однако домашнее производство может осуществляться недобросовестными производителями для продажи, а суррогаты могут потребляться в пищу и оба должны учитываться при рассмотрении проблемы. Далее в тексте мы используем понятие **«теневого рынка»** как части рынка алкогольной и спиртосодержащей продукции, потребление которой **не регистрируется** ни в одной из государственных статистических форм учета. Его формы представлены на схеме ниже.

Я считаю, что к теневому (нелегальному) рынку относится как 100% нелегал, произведенный из неучтенного сырья на нелегальных производственных площадках, так и продукция, произведенная «легальными» производителями, но укрываемая ими от официального учета в целях снижения издержек на уплату налогов. (Александр Коробутов, Министерство финансов РФ).

Мы гоним четвертую смену левак, все это знают. Но умирает народ не от того, что мы гоним, мы гоним качественный продукт. Умирает народ от синеглазки, от того, что производится совсем нелегально, не с их потоков. (Сергей Рыбальченко, демограф, Институт научно-общественной экспертизы)

²² Euromonitor International, Size and Shape of the Global Illicit Alcohol Market, 2018, URL: [<https://go.euromonitor.com/white-paper-alcoholic-drinks-2018-size-and-shape-of-the-global-illicit-alcohol-market.html?refresh=1#download-link>]

Соловьёв А.М. Анализ теневого рынка алкогольной продукции в России // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. М.: ФГБУ науки Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН.

²³ Радаев В.В., Бердышева Е.С., Конрой Н.В., Котельникова З.В. Основные формы незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и меры противодействия // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 17. М.: НИУ ВШЭ, 2017;

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;

Радаев В.В., Котельникова З.В. Изменение структуры потребления алкоголя в контексте государственной алкогольной политики в России. // Экономическая политика. 2016. № 5.

²⁴ Альтернативная классификация форм незаконного оборота алкогольной продукции приведена в Приложении №5.

ИСТОЧНИКИ И ТИПЫ ПРОДУКЦИИ НА ТЕНЕВОМ РЫНКЕ

Произведено кустарно, нелегальным производителем (в том числе без лицензии)

Домашнее производство самогона, настоек, вин, пива, сидра, пуаре, медовухи, элей для продажи.

По данным интервью с потребителями, это чаще является хобби: процесс трудозатратен, требует внимания, вложения средств в аппаратуру и ингредиенты. Воспринимается как гастрономическое увлечение. Также домашнее производство может быть связано с недоверием к продукции из магазинов.

Эксперты также считают себестоимость производства высокой, а технологию – значительно более сложной, чем изготовление водки или спиртосодержащих жидкостей. Эксперты считают, что часть домохозяйств потенциально может осуществлять продажу алкогольных напитков домашней выделки, однако масштабы такого производства невелики.

Кустарное производство алкогольных напитков на продажу, например, самогона, чаще самый дешевый (т.н. «первач»); изготавливаемая из этилового спирта с добавлением красителей, ароматизаторов и смягчителей водка; разведенный до крепости водки спирт.

«Подделки»

- Контрафактная продукция: продукция, выпущенная с подделкой товарных знаков;
- Товар-имитация: продукция, выпущенная с копированием элементов товарных знаков;
- Фальсификат: продукция с недостоверной информацией о составе.

Опасный для потребителя сегмент из-за распространенности и отсутствия даже потенциальной возможности контроля качества. Фактически на рынке действует саморегуляция – «сарафанное радио» среди потребителей.

Легальная продукция

Суррогаты – легальные, не предназначенные для потребления в пищу и не учитываемые в составе алкогольной продукции, спиртосодержащие жидкости (в том числе различного рода спирты: гидролизные, сульфитные, синтетические; денатурированный спирт).

Аптечные настойки. Эксперты отмечают повышенную опасность для здоровья потребителей, поскольку качество для употребления внутрь не регламентируется и не контролируется. При этом не все однозначно согласны с данной позицией – часть экспертов отмечает, что легально произведенная продукция являлась более безопасной, чем многие аналоги.

Бытовая химия, одеколоны, лосьоны. Бесспорно, представляют наиболее серьезную опасность для здоровья потребителей. В России с 2007 г. действует запрет на производство стеклоомывающих жидкостей с использованием метилового спирта. При производстве средств по уходу за автотранспортом используется изопропиловый спирт, который имеет резкий запах и на физиологическом уровне не может употребляться внутрь потребителями. Однако хуже обстоят дела с нелегальными производителями стеклоомывающих жидкостей, поскольку они используют для производства смертельный метанол, о чем не знают потребители.

Нелегальная продукция

Неучтенное производство:

- Полулегальное производство: производство на легальном заводе (имеющем лицензию, если таковая требуется для изготовления продукции) из неучтенного сырья (например, медицинского спирта). Например, изготавливаемая в «4-ю смену» водка с ценой бутылки около 100 руб.

Импорт

- Серый импорт: ввоз с недостоверным декларированием;
- Контрабанда: ввоз без таможенного оформления, ввоз запрещенных товаров, ввоз с нарушением правил таможенного оформления (в том числе перетоки алкогольной продукции внутри стран ЕАЭС);
- Параллельный импорт: ввоз товара, защищенного торговой маркой, без авторизации правообладателя на территории продажи.

Произведено промышленным способом, легальным производителем (в том числе с лицензией)

Отравление в Иркутской области было связано с употреблением подделки этого препарата. Денег у этих людей с зарплатой до 15 000 руб. в месяц не было на другие напитки, они пили настойку боярышника 20 лет спокойно. Это был крепкий социальный напиток для малоимущих с ведома Минздрава и Роспотребнадзора, которые были прекрасно осведомлены об альтернативном потреблении этой продукции.
(Вадим Дробиз, ЦИФРРА)

В сельских местностях, в отдаленных регионах существует производство самогона на продажу.
(Игорь Косарев, Союз производителей алкогольной продукции)

Там, где есть виноградники, изготавливаются и вино, и крепкие алкогольные напитки на базе винограда; в Черноземье, где выращиваются у нас свекла, картофель, алкоголь изготавливают в домашних условиях не из сахара, а именно из этих продуктов питания.
(Сергей Долгий, нарколог)

На теневом рынке, согласно экспертным данным, доминирует крепкая алкогольная продукция.

В основном это самые популярные крепкие спиртные напитки, какие больше всего пьют – водку. Если взять точно, то в Москве не только водка в лидерах теневой отрасли, но и коньяк, виски, бренди.
(Егор Сбоев, интернет-магазин самогонных аппаратов)

Теневой рынок алкогольной продукции я подразделяю на два сегмента. Первый – нелегальная продукция, которая появляется на рынке под нелегальными или поддельными акцизными марками. Второй – фальсифицированная продукция, которая имеет легальные марки, но продукция является фальсифицированной и продаётся на рынке по демпинговым ценам.
(Магомед Талаев, Московский комбинат шампанских вин)

Это нелегальная водка стоимостью около 100 руб., это спиртосодержащие жидкости разного рода и самогон стоимостью до 50 руб. за бутылку 0,5 л.
(Вадим Дробиз, ЦИФРРА)

Это объясняется в первую очередь рентабельностью производства. Все эксперты отметили, что наибольшую часть нерегистрируемого оборота алкогольной продукции составляет:

- **алкогольная продукция, в цене которой существенную долю составляет акциз,**
- **продукция, изготовление которой требует наименьших затрат** как с точки зрения времени и сложности технологии приготовления алкогольной или спиртосодержащей продукции, так и с точки зрения доступности сырья и количества различных ингредиентов необходимых для приготовления.

На мой взгляд это та продукция, во-первых, в цене которой существенную долю составляет акциз. И чем больше эта доля, тем соблазнительнее. Во-вторых, это продукция с более простой технологией производства.
(Александр Коробутов, Министерство финансов РФ)

Затраты минимальные, очень быстрый возврат денег и хорошая прибыль. Даже сейчас можно купить заводской спирт в канистрах по смешной цене.
(Сергей Долгий, нарколог)

На фоне общего роста розничных цен на легальную алкогольную продукцию в 2,4 раза с 2008-2017 гг. (на основе значения базисного коэффициента роста, рассчитанного на основе ИПЦ за соответствующие годы по категории «алкогольные напитки»), цены на нелегальную алкогольную продукцию значительно не изменились. В первую очередь это связано со структурой формирования розничной цены на легальную алкогольную продукцию. Для подтверждения данной гипотезы необходимо провести сравнение структур розничных цен на различные виды алкогольной продукции. При этом наибольшее внимание следует уделить величине производственной себестоимости в цене конечного товара при продаже, поскольку производители нелегальной алкогольной продукции не ставят своей целью выполнение требований законодательства РФ, в том числе по уплате акцизов.

В проанализированных открытых источниках информации имеются усредненные данные по структуре розничной цены и производственной себестоимости для водки²⁵ и пива²⁶. При этом в открытых источниках информации не содержится упоминаний о структуре розничных цен для других видов крепкой алкогольной продукции, а также винодельческой продукции. Поскольку наиболее дешевым в производстве крепким

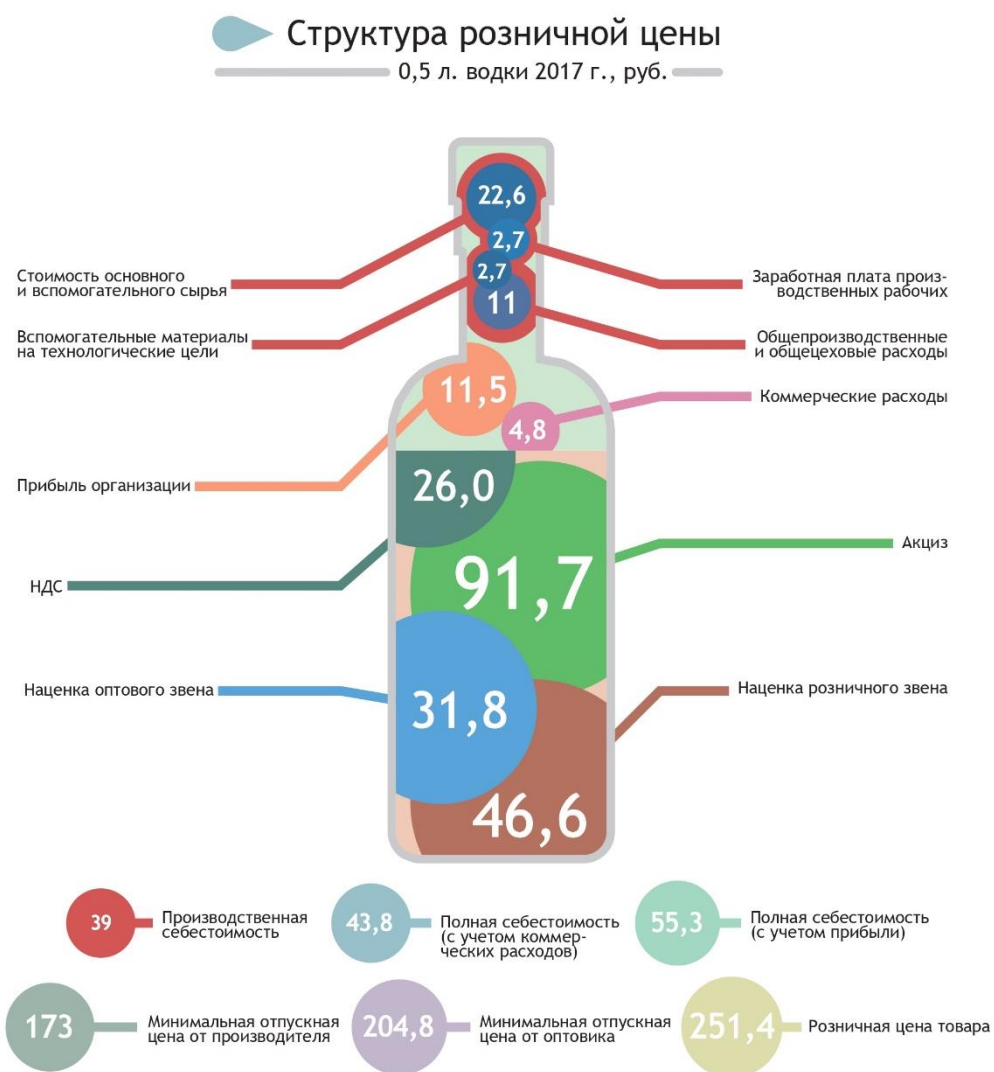
Иллюстрация Принтскрин с сайта Youdo.ru

Начать
16 мая 2018, 21:30
Стоимость
600 Р
Оплата задания
Напрямую исполнителю без гарантий и компенсаций
Оплата покупки
По чеку после покупки
Параметры посылки
Вес: более 10 кг
Нужно
Необходимо приехать на завод Ферейн (Нагатинская, 1) Подойти к шлагбауму со стороны Нагатинской улицы и спросить, можно ли купить спирт. Купить на проходной 2 канистры (1800р). Проверить, что крышки не были вскрыты и привезти их по адресу Ясный проезд 12к3 Вес около 15 кг. Завод работает круглосуточно

²⁵ Данные Росстата (более подробно в Приложении №3), а также данные исследования РБК за 2015 г. (URL: [https://www.rbc.ru/business/12/10/2015/561a74a69a79474b921fc62d]).

²⁶ Опрос информационного портала «Profibeer», 2018 г., URL: [https://profibeer.ru/law/31881/]

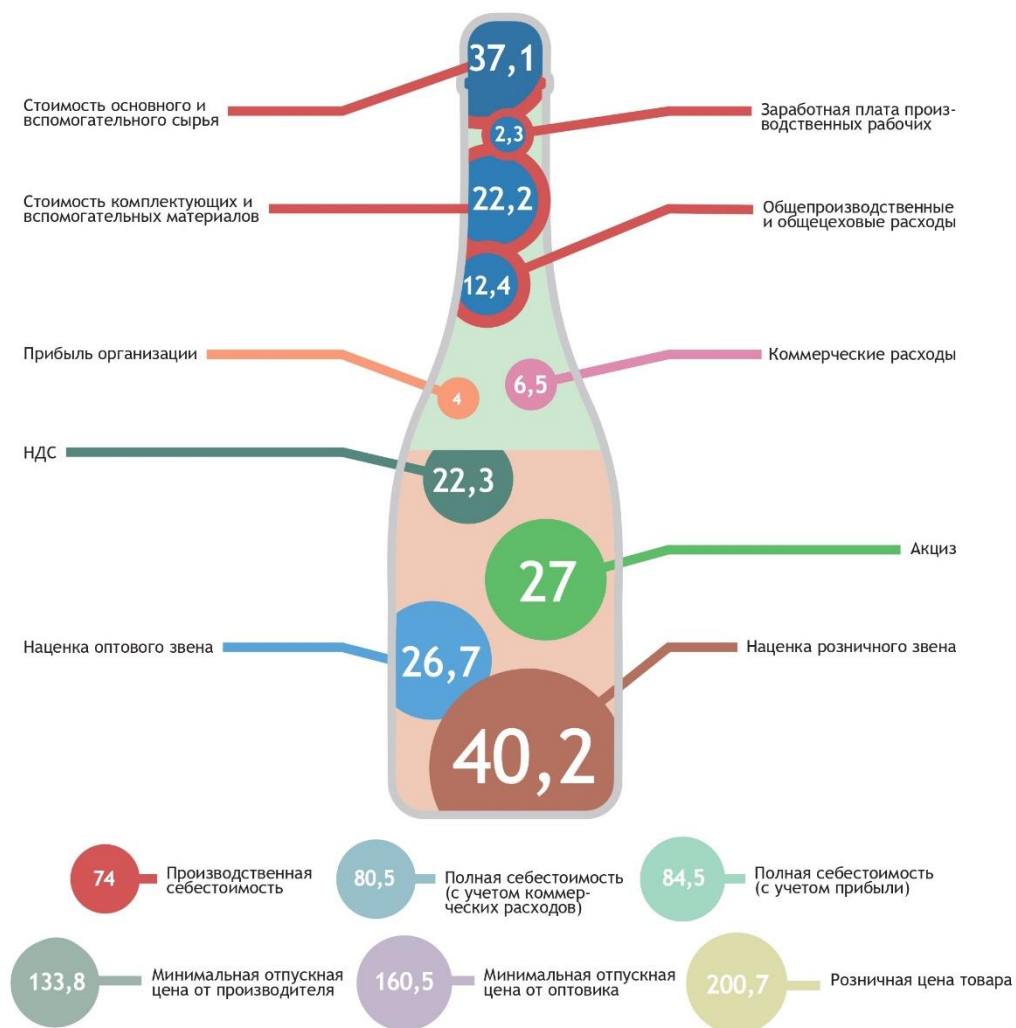
алкогольным напитком является водка, за пределами данной части исследования считаем возможным оставить коньяк, бренди, мартини, ром и другую крепкую алкогольную продукцию. Для описания же структуры розничной цены на винодельческую продукцию были получены данные экспертов, в частности только по игристому вину. Ниже представлены структуры розничных цен на водку, игристое вино и пиво. Более подробно с исходными данными для построения можно ознакомиться в Приложении №3.



Источник: Росстат

Структура розничной цены

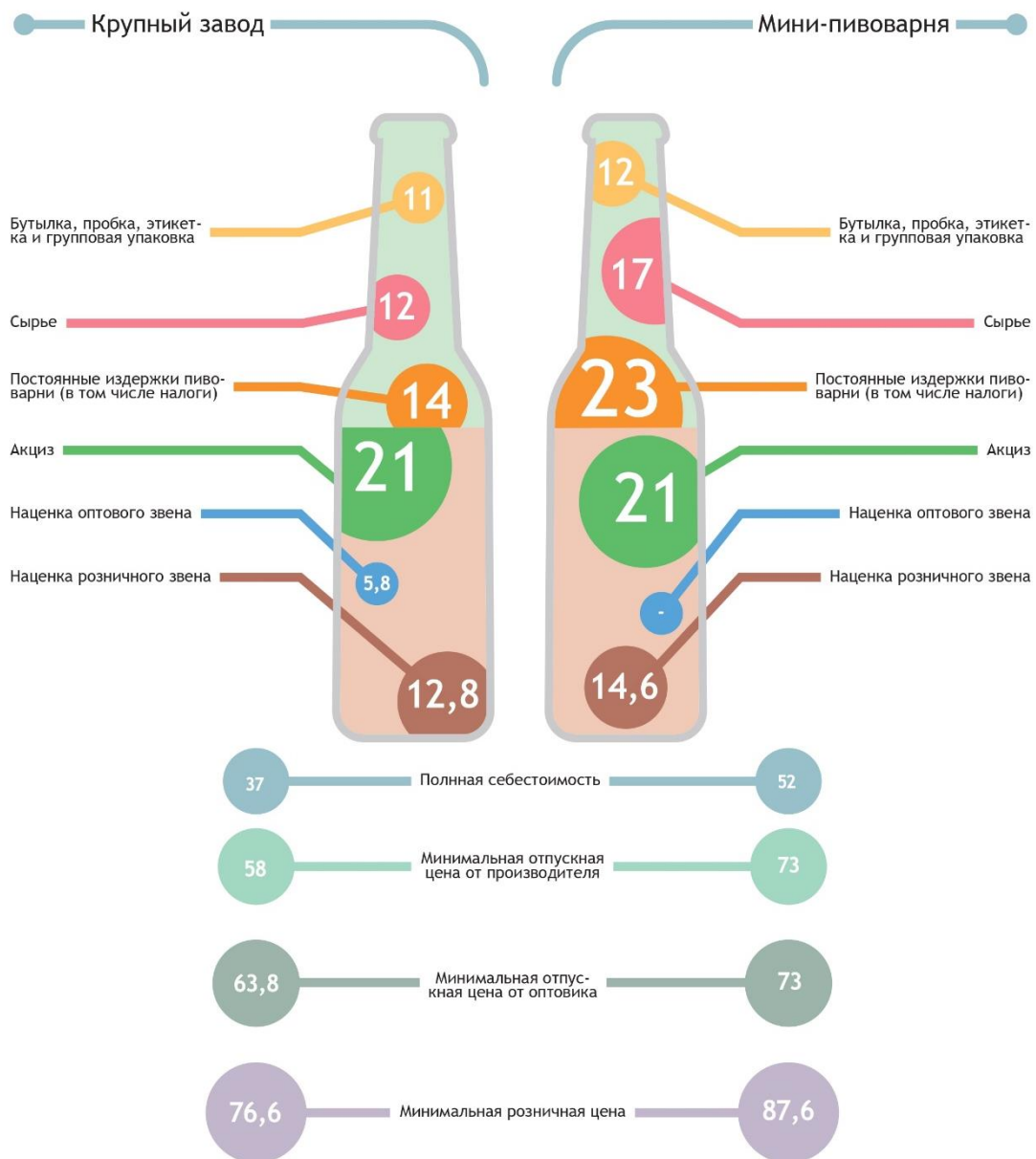
0,75 л. игристого вина, руб.



Источник: данные эксперта

Структура розничной цены

1 л. пива, 2018 г., руб.



Источник: опрос информационного портала «Profibeer.ru», 2018 г.

Далее, исходя из полученных данных из открытых источников и от экспертов, важно сопоставить оценочные показатели производственной себестоимости отдельных видов алкогольной продукции друг между другом. При этом из данных по производственной себестоимости можно рассчитать возможную цену продажи отдельных видов алкогольной продукции, исходя из предпосылки минимальной рентабельности на уровне 100%. Вероятнее всего, настоящая рентабельность недобросовестных производителей алкогольной продукции значительно выше.

Минимальная цена продажи на легальном рынке // минимальная цена продажи на нелегальном рынке

(при условии, что производитель не выполняет требования законодательства по уплате акцизов, налогов и соблюдению МЦП, продавец не соблюдает требования МЦОТ и МРЦ)

Производственная себестоимость	МРЦ (по закону)	Возможная цена продажи на теневом рынке, исходя из предпосылки минимальной рентабельности на уровне 100%
Водка		
19,3–39,0 руб. за 0,5 л водки	215 руб. за 0,5 л	0,5 л водки – 38,6–78,0 руб.
Игристое вино (отечественное)		
73,5 руб. за 0,75 л игристого вина	164 руб. за 0,75 л	0,75 л игристого вина – более 140 руб.
Пиво		
37 руб. (крупный завод) или 52 руб. (мини-пивоварня)		1 л пива – 74–104 руб.

Из сопоставления минимальной розничной цены легальной продукции и минимальной цены продажи на теневом рынке, во-первых, видно, что **теневая продукция конкурентоспособна в сравнении с легальной** во всех категориях (водка, игристое вино и пиво), во-вторых, что **наиболее рентабельно производство и продажа крепкой алкогольной продукции, в частности наиболее дешевой - водки**, в-третьих, что **МРЦ не может служить действенным инструментом борьбы с нелегальной алкогольной продукцией**. При этом у недобросовестных участников рынка имеется возможность производить продукцию по демпинговым ценам, что во многом связано именно со структурой формирования розничной цены на алкогольную продукцию. Так, доля акциза в стоимости водки, например, составляет более 36%, доля надбавки сферы обращения – более 12%, доля надбавки розничного звена – более 15%. В розничной цене на пиво соответствующие доли – 25%, 8% и 17%. В розничной цене на вино соответствующие доли – 13,5%, 13,3% и 20%.

Пиво и вино в меньшей степени являются экономически привлекательными для недобросовестных производителей ввиду более сложной технологии изготовления напитков и более дорогого сырья, нежели чем крепкие спиртные напитки. Для потребителей данных напитков важен вкус, к их качеству предъявляются более высокие требования, нежели к качеству водки.

Потому что у пива достаточно большое количество любителей. Кто любит послаще, кто любит погорячее. Кто любит светлое, кто тёмное. Кто фильтрованное, кто не фильтрованное. Кто плотное и так далее. Сама технология

производства пива – солод, хмель, дрожжи – все это прописано по процессу достаточно скрупулезно. И вот как женщина вынашивает ребёнка каждый месяц – также процесс производства пива. Чтобы оно не стало кислым, чтобы цвет остался, отфильтровать вовремя, выдержать какое-то время. Вода очень большое значение играет. И вот эти все маленькие технологические тонкости выливаются в то, что пользуется огромной популярностью в пиве. Цвет, плотность, запах, вкус, пена и так далее.

(Дмитрий Шаблинский, Ассоциация производителей по защите их прав на потребительском рынке)

Потребители нелегальной алкогольной продукции говорят, что «водка – она и есть водка», «что там спирт, что здесь», и не видят значимой разницы между напитками, продающимися легально и нелегально.

Ну, а зачем [покупать в магазине]? Если вкусно. Она и та, и та вкусная. Водка – это водка.

(муж., не работает, 48 лет, средний город)

Знаете, если честно, магазинная водка и вот эта за 100 рублей, они практически ничем не отличаются.

(жен., работает, 35 лет, город-миллионник)

Цвет одинаковый, вкус... Как, спиртное есть спиртное, как вкус отличается?

(жен., работает, 38 лет, город-миллионник)

Потребительские ниши серого рынка и каналы сбыта

Типы потребления и точек продаж отличаются в населенных пунктах исследования, что связано как с исторически сложившимися нишами, так и с особенностями текущего положения. В Омске, например, распространена продажа нелегально ввозимой водки из Казахстана. В городах с большим частным сектором и традициями домашнего производства или городах с тесной связью с деревней производится и реализуется больше самогона. На все ниши, за исключением эстетически нагруженного домашнего производства, действует общий фактор: в ответ на регулирование при сохранении спроса появляются способы обхода запрета для бизнеса – каждая мера встречает свой набор «лазеек». Например, ограничения продажи алкоголя в ночное время создали нишу для целого ряда бизнесов – от возможности для подработки таксистам до онлайн-магазинов, привозящих алкоголь на дом круглосуточно.

Карта «лазеек» потребителя

(на основе интервью с потребителями и экспертами)

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»

*Я покупал за 160. На рынке.
(муж., 25 лет, не работает, малый город)*

И магазины есть, торгуют! Маленькие. Стекляшки, да... и не только алкогольные... А просто. Торгуют цветами, а там водка у них... [ночью] Ну, можно и к таксистам пойти. Но у них дорого, не ходим мы к таксистам. У нас свои здесь точки. Берем здесь, у себя... К тете Маше там – открой – всегда там, вопросов нет! Пожалуйста, ребят, берите! И можно в долг – там тетрадка у нее есть – запишет, пожалуйста: «Принесете, как будут деньги».

(муж., временно не работает, 48 лет, средний город)

Ну, ночью, когда не можешь взять нигде – в «Зазеркалье». Точка на площади. Приходишь там к таксисту, триста рублей – и берешь водки. Она обычная, просто подороже там, на сто рублей, просто чуть подороже и все.

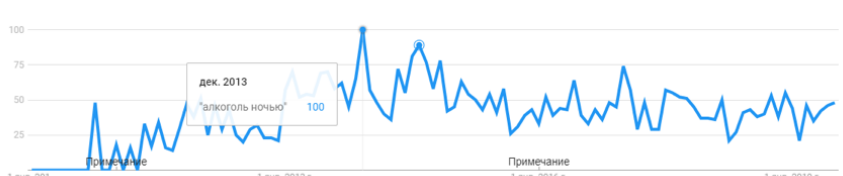
(муж., не работает, 26 лет, средний город)

Типы потребностей и ниши серого рынка
(на основе интервью с потребителями и экспертами)

Тренд на домашнее производство	Покупка ради экономии	Покупка в ночное время
		Спирт, «паденка», водка неизвестного происхождения Среди наиболее низкодоходных участников интервью часто встречались упоминания точек, которые продают алкоголь по цене ниже официальных магазинов. Этот вариант может рассматриваться и как базовый, и как место для ночной покупки. - Водка неизвестного покупателя происхождения, продающаяся на квартирах, в маленьких магазинах и киосках, на рынках. Стоимость отличается в разных точках, но обычно составляет от 100 до 160 руб. за бутылку 0,5 л. - Разбавленный спирт. Продается на квартирах, в гаражах. Стоимость отличается в разных точках. Например, в Калуге составляет 50–60 руб. за бутылку. - Дешевые варианты самогона. Производится на продажу и представляет собой так называемый «первач». Стоимость от 100 руб. за бутылку. Продается чаще в частном секторе. В многоквартирных домах производить сложно из-за привлекающего внимание запаха. Реализуемые нелегально, но с известным для покупателя происхождением Специфика Омска – в большом количестве (по оценкам экспертов и потребителей) ввозимого и сбываемого нелегально алкоголя из Казахстана (среди покупателей встречается сленговое название такой водки – «казашка»). Покупатели знают происхождение и считают не контрафактом, а полноценным аналогом водки, реализуемой легально. Качество оценивается наравне или выше, чем бюджетные варианты, представленные в легальных точках продаж. Стоимость отличается в зависимости от качества – более дешевая водка стоит 100 руб., лучшего качества – 150–160 руб. Этот вариант может рассматриваться и как базовый, и как место для ночной покупки. Спрос чувствителен к цене, но существует и фактор привычки. У продукта есть лояльные потребители, которые не видят разницы с легально продающейся водкой. Аптечные заменители Настойки и одеколоны участниками интервью не используются – цена на них выросла и употребление стало невыгодным в сравнении с магазинным алкоголем. Однако в аптеках по-прежнему можно купить спиртосодержащие жидкости, которые перед употреблением разбавляются водой. Так, в Торжке потребители говорили о популярности «Асептолина» – 100-граммовых емкостей со спиртом по цене 35 руб. Часто покупатели говорили, что он продается только за наличные и «из-под полы». Фармацевты в аптеках города не отрицали, что продукт пользуется спросом. Однако представлен не во всех аптеках города. В Калуге потребители говорили о жидкости «Ламивит» – 100-граммовых емкостях со спиртом по цене 40–50 руб. Этот вариант может рассматриваться и как базовый, и как место для ночной покупки в круглосуточных аптеках. Спрос очень чувствителен к цене. При определенном пороге, когда стоимость эквивалента бутылки водки становится сопоставима с ценой магазина, вариант рассматривается только как место для ночной покупки. «Алкоголь по цене магазина» Закусочные и бары, которые в том числе отпускают алкоголь с собой. Потребители не задаются вопросом о происхождении. Но если цена почти не отличается от магазина, это позволяет предположить нелегальное происхождение. Например, в Торжке ряд точек имеет рекламные вывески «Алкоголь по цене магазина». Этот вариант рассматривается и как базовый для времяпрепровождения в компании, и как место для ночной покупки.

Тренд на домашнее производство	Покупка ради экономии	Покупка в ночное время
Самогон, производимый для себя и друзей на продажу. Требуется вложения сил и времени. Рецепты хранят и совершенствуют. Производство на продажу малорентабельно, так как продукция не может быть дешевой, но возможно. Стоимость может составлять от 250–300 руб. Этот сегмент не характерен для наиболее низкодходной части. Однако может рассматриваться и в контексте экономии, так как представляет альтернативу не самому дешевому сегменту алкоголя в магазине, а напиткам лучшего качества.		
		Таксисты продают легальную (или выдаваемую за легальную) водку и иные алкогольные напитки в ночное время, купленные на случай спроса. В наиболее низкодходном сегменте спросом не пользуется, так как продается с наценкой к цене магазина. Вариант для «загулявших компаний». Интернет-магазины, продающие алкоголь круглосуточно и привозящие на дом к клиенту. Данный сегмент, по всей видимости, представлен только в относительно обеспеченных регионах, так как алкоголь продается с высокой наценкой. Вариант для «загулявших компаний». В отличие от других сегментов рынка, об этом сегменте доступны данные, позволяющие зафиксировать пики спроса. Google Trends дает возможность для анализа популярности поисковых запросов²⁷. Запросы представлены только для Москвы, для других регионов данных нет.

²⁷ 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.

Тренд на домашнее производство	Покупка ради экономии	Покупка в ночное время
	Так, мы видим, что поиск по словосочетанию «алкоголь ночью» дает первый пик в момент введения ограничений на продажу, в 2010 г. Наибольшая популярность данного запроса пришлась на декабрь 2013 г. и август 2014 г. Поиск по словосочетанию «алкоголь круглосуточно» дает наибольшую популярность в сентябре 2017 г., в сентябре 2018 г. и в августе 2014 г. (98%).	"алкоголь круглосуточно" Поисковый запрос + Сравнить Россия 01.01.2010 – 19.07.2019 Все категории Веб-поиск Динамика популярности  сент. 2017 "алкоголь круглосуточно" 100 1 янв. 201... 1 янв. 2013 г. 1 янв. 2016 г. 1 янв. 2019 г. "алкоголь ночью" Поисковый запрос + Сравнить Россия 01.01.2010 – 19.07.2019 Все категории Веб-поиск Динамика популярности  дек. 2013 "алкоголь ночью" 100 1 янв. 201... 1 янв. 2013 г. 1 янв. 2016 г. 1 янв. 2019 г.

Типология и практики потребителя

Проблема теневого алкоголя чаще рассматривается со стороны рынка. Здесь потребитель не всегда мотивированно покупает нелегальный алкоголь, он может стать жертвой контрафакта, купленного за обычную цену в магазине или налитого под видом легального алкоголя в баре.

В магазинах и в кафе это все-таки чаще всего, скажем так, люди, у которых есть на что купить. Особенно в кафе. Потому что как это происходит, если вы вначале заказываете бутылку водки, это одно. Вы еще в памяти и смотрите, как ее можно, там, что это за водка, вкусовые какие-то качества, запах, горечь и все. А когда вы выпиваете, к примеру, в компании не первую бутылку водки, то, собственно, после первой бутылки водки вам уже можно налить все, что угодно. Этим и пользуются кафе.
(нарколог в регионе)

Для анализа мотивации и структуры потребления алкоголя на нелегальном рынке нам показалось интересным выбрать группы, которые совершают покупку осознанно.

Доминирует стереотип о потребителе нелегального алкоголя как маргинализованном, социально дезадаптированном слое людей, которым все равно, что пить, либо же о распространенности теневого рынка преимущественно в сельской местности. Однако потребитель нелегального алкоголя не представляет собой однородной группы – различаются потребности и сегменты теневого рынка, удовлетворяющие им.

Как я уже говорил, это в своей доле, конечно, сельский житель, потому что городской все-таки побогаче, пообразованнее, он еще может опасаться каких-то странных напитков. А на селе, пожалуйста, немаркированные канистры – все убеждают себя, что это медицинский спирт, и употребляют его.
(Сергей Лобанов, Министерство промышленности и торговли РФ)

Люди, которые изготавливают алкогольную продукцию самостоятельно; страдающие алкогольной зависимостью; маргиналы (потребляющие суррогаты низкого качества, технические спирты, бытовую химию и пр.).
(Владислав Спирин, РАР)

Скорее всего, больше в регионах. В большей степени, люди, которые имеют очень небольшие доходы и для которых потребление алкоголя – доминирующая цель в жизни. В большей степени да. Еще, может быть, это касается нелегальной продукции, которая имитирует импортное производство. Люди, которые хотят позиционировать себя более значимыми в

общественном понимании, а позволить себе материально это не могут. Они тоже составляют часть этой аудитории.
(Наталия Исаева, ФАС)

Если мы с вами говорим о жидкостях бытового назначения, это, как правило, всё-таки люди, которые определенным образом деклассированные. Это алкоголики и те, кто, как правило, не работает. Нелегальную же водку пьют обычные люди, которые не могут себе позволить водку за 215.
(Игорь Косарев, Союз производителей алкогольной продукции)

На основе наших интервью с потребителями можно выделить, по крайней мере, несколько типов:

- **Маргинализированные группы**, чаще люди с алкогольной зависимостью, образ жизни которых строится вокруг употребления алкоголя. Пьют все, что удастся достать. Из экономии покупают и дешевые варианты водки неизвестного происхождения, и спирт, и самогон. Бросить пить им не удастся, так как «алкогольная зависимость характеризуется состоянием, при котором с прекращением употребления алкоголя наблюдается выраженный синдром психического или физического расстройства»²⁸. Постоянная работа, к сожалению, редко сдерживает потребление, в связи с чем люди, страдающие алкоголизмом, часто меняют место работы и в конечном счете довольствуются временным или случайным заработком либо не работают вообще. Попытки бросить пить преимущественно наталкивались на фактор среды.

Я в компаниях общаюсь разных – узнаю разные точки. Ну, по Калуге, я могу сказать, точек очень много. Квартиры. Общежития. Дома. Самогонка – 120. За литр? 200–300 рублей. Водка меньше. 100–160 рублей.
(муж., прекарная занятость, 26 лет, средний город)

Беру у соседей. Стоит 100 рублей. Ну, соседи платят деньги, взяточку. 40 000 платят, менты отстают.
(муж., не работает, 25 лет, малый город)

Ну, раньше продавали и в ларьках, и в аптеках такие 100-граммовые боярышники. Их потом запретили. Люди стали травиться, ну, всякую гадость разливали. По-всякому назывался, и боярышник. Сейчас – «Асептолин».
(муж., работает, 48 лет, малый город)

Аптека открывается, но только за наличку, по карте не продают ничего. В аптеках, если его привезли, там, 45 рублей за пузырёк. Если он есть в аптеке, приходишь спрашиваешь: «Есть

²⁸ Оксфордское руководство по психиатрии (Том 2) Гельдер М., Гэт Д., Мейо Р., 1999, с. 100

спирт?»
(муж., не работает, 47 лет, малый город)

У меня одна точка есть. Я там беру всегда, 100 рублей все.
(муж., не работает, 55 лет, малый город)

Водку иногда, коньяк – это дорого. Это же не факт, что он хороший может быть. Даже если он дорогой. А водка, она вся одинаковая. Самогонка, если только после 23:00 или когда до 10:00 негде купить. Есть квартира на Стрелецкой, все знают этот район. Там идут покупают.
(муж., не работает, 47 лет, малый город)

Раньше плохо тебе стало ночью – выпить можно было. Вот это самое поганое. А теперь что, или за самогоном иди, или надо что-то оставлять. Временные рамки с 23:00 до 10:00, где хочешь, там и ищи. **(муж., не работает, 47 лет, малый город)**

- **Низкодоходные слои населения**, которые пользуются возможностью сэкономить. Подходят к покупке избирательно, следуют совету знакомых. Покупают как легальный алкоголь, так и нелегальный в зависимости от случая. Например, в компании близких для неторжественного повода могут купить водку в знакомой «точке», а для поездки в гости в менее знакомую компанию – алкоголь подороже в магазине. Или, например, при большой закупке на праздник стремятся сэкономить, так как разница в 100 руб. за бутылку для них чувствительна. С повышением цены они не снижают потребление, а переходят в более низкий ценовой сегмент, соответственно, меняют структуру потребления – переходят с более легких напитков на более крепкие.

Позвонил и они, пожалуйста, тебе дают. Там 50 рублей получается пол-литровая пластиковая бутылочка.
(жен., временно не работает, 52 года, город-миллионник)

Просто пошел по ларькам. Спросил у людей, мне подсказали – иди туда. Все. Я пришел, купил ящик. А вот год назад, когда у моего брата свадьба была, мы по старой памяти поехали. Там нам категорически отказали. Сказали, что здесь больше не торгуют. Потом нам пришлось подключать связи через второго, третьего, четвёртого, пятого. Потом мне позвонили: «Тебе водка нужна?» Я говорю: «Да». «В каком количестве?» Я ему объясняю так-то так. Он говорит: «Ну, все, тогда я тебе привезу прямо на дом». Это киоски. Типа чебуречной. 110 или 150, они отличаются. Она вся казахстанская, но только партиями, качеством отличается. То есть за 110 – похуже. Как финансы позволяют, так и берем.
(муж., работает, 40 лет, город-миллионник)

Самогонка – ну, ее щас не пьют особо... она дорогая, и... не пьют. Водку пьют паленую все!
(муж., временно не работает, 48 лет, средний город)

- **Загулявшие компании**, которым алкоголь потребовался в ночное время. В зависимости от достатка могут рассматриваться разные варианты: и поездка на известную «точку», и покупка у таксистов, и заказ в онлайн-магазине. Фактор экономии здесь не является основным. Но покупка нелегального алкоголя ночью автоматически переводит их с легких напитков, если компания пила пиво, например, на крепкие.
- **Поклонники домашнего алкоголя**. Предпочитают его вне зависимости от цены. Редко покупают, чаще производят сами или угощаются у знакомого производителя. Ценовая регуляция не связана с мотивацией употребления или производства.

[Приятель] проявил к этому интерес. Причём он начал заниматься профессионально. Он им не торгует. Он делает продукт. Причём он настойки делает. Настаивает в бочках. Где-то, какие-то у него технологии. Короче говоря, человек серьёзно к этому относится, и поэтому я с удовольствием пользуюсь этим продуктом.
(муж., работает, 55 лет, город-миллионник)

Структура потребления

В большинстве случаев участники интервью характеризуются дифференцированной структурой потребления – пьют не один вид алкоголя, а несколько, комбинируют легальный и нелегальный алкоголь. Стратегии реализуются в зависимости от нескольких факторов.

- В зависимости от наличия или отсутствия денег – когда позволяют средства, человек покупает обычный алкоголь в магазине, когда денег нет – идет в свою «точку». Некоторые из них, «соседского» типа, также отпускают алкоголь в долг.

Водку, и иногда там покупаем в киоске у нас. Не в киоске, а в квартире продают, наверное, спирт разбавленный, я так думаю. Когда денег совсем уж нет. От этой голова болит очень сильно, которую вот на дому продают. А когда нам продают, но иногда и нет там, в этом киосочке, тогда туда идем.
(жен., временно не работает, 52 года, город-миллионник)

Ну, если денег нет, то приходится эту брать [на рынке, около 160 рублей]. А если деньги есть, то в магазине.
(муж., не работает, 25 лет, малый город)

- В зависимости от доступности привычного напитка. Например, любители домашнего самогона регулярно сочетают его с другими напитками, купленными в легальной точке продаж – пивом, вином. Фактически только крепкий алкоголь заменяется на домашний самогон или настойки. А в ситуации, когда они недоступны, может употребляться и обычная водка или коньяк.
- В зависимости от объема и повода закупки. Иногда большие компании для совместного досуга могут сэкономить на алкоголе, даже если небольшими объемами привыкли покупать его в магазине. Другой случай из нашей выборки – покупка большой партии водки для свадебного торжества.

Допустим, свадьба у брата в прошлом году была. Мы, конечно, не пошли покупать за 400 рублей водку, то есть на 150 человек это будет не экономично, поэтому поехали купили за, ну большую партию, нам поэтому и скидка была. Короче, можно сказать, 90 рублей за бутылку, мы взяли где-то в районе 170 бутылок, наверное.

(муж., работает, 28 лет, город-миллионник)

Зависит от масштаба, сколько людей будет в этом мероприятии и сколько продлится. 2-3 человека в магазине, что, зачем, а когда мероприятие, тогда.

(жен., работает, 38 лет, город-миллионник)

-
- В зависимости от ситуации. Здесь многое определяется компанией, так как потребление алкоголя – это социальное действие. Например, в кругу своих для рядового повода покупается дешевый алкоголь в привычной точке, для торжественного повода, похода в гости к людям другого круга – алкоголь из магазина. Или для праздника покупается вино и коньяк в магазине, для шашлыка летом – домашний самогон.

К примеру, люди, к которым мы идём в гости, люди нам звонят и говорят, купите водки, например. Неудобно идти с дешёвой водкой, и заходим тогда в магазин.

(жен., работает, 35 лет, город-миллионник)

Допустим, если объект мы сдали, закончили, то мы берем, конечно, нормальную водку. А если, чтобы так, допустим, решили, захотели выпить, мы встретились – выпили после работы и все. То есть без повода.

(муж., работает, 40 лет, город-миллионник)

-
- Покупается алкоголь заранее или докупается ночью. К крепкому алкоголю компании часто приводит отсутствие возможности купить алкоголь ночью в магазине. Если компания начинала с пива, которое закончилось, то ночью они с большей вероятностью купят водки.

Это было пиво, потом это была водка, потом всё подряд пошло. Пиво в «Красное&Белое» брали. Водку потом в магазине. Уже, конечно, после 10 это было, то есть спокойно продали нам. Ну, я не знаю, лицензированную, нелегализованную. Она 100 пудово.

Ну как, не общего производства.

(муж., работает, 37 лет, город-миллионник)

Если, смотрите, куда-нибудь ехать на день рождения, свадьбы – там в основном водка, конечно, ребят. А если, допустим, на выходных шашлыки пожарить, то, конечно, пиво идёт. Ну, когда становится мало, всё равно потом заряжается водка. Уже в официальном после 10 не купишь. Поэтому в этом [точка нелегальной продажи] в любое время дня и ночи купить.

(муж., работает, 28 лет, город-миллионник)

Раньше круглосуточно продавалась, было проще. Ты идёшь – идёшь в магазин. А теперь чего? Или ты в 8:00 идёшь, открывается аптека, и там иногда бывает спирт за наличку, продают. Но он там не питьевой, а что-то мазать. С него отходняк. Тоже может и переклинить. Тоже, палево такое. Раньше, помню, боярышник все брали, пока не потравились. Он круглосуточно продавался, боярышник, даже после 23:00. Одно время ходили в аптеку, просто брали боярышник и пили его. Мы тогда на заводе работали, там пили его. Потом уже это палево стало в магазинах. Сейчас уже давно нету, когда траванулись там, в Сибири где-то.

(муж., не работает, 47 лет, малый город)

Менеджмент рисков

Все в той или иной степени осознают риски покупки нелегального алкоголя. Однако они минимизируются покупками только у проверенного продавца и по отзывам знакомых. При этом многие знают плохие «точки» – люди с неразборчивым и постоянным потреблением пробовали их на себе.

В любой торговой точке, где продают «казашку», я бы не стал покупать. У меня был пример, наверное, года два назад, здесь кольцо возле заправки. У нас там стояла машинка, и там мои знакомые ребята торговали этой водкой. Причем они сами ее возили. Сами закупали где-то в Петропавловске или не знаю, где.

И они мне говорили, вот это бери, вот это не бери.

(муж., работает, 55 лет, город-миллионник)

Раньше, я как знаю, ну, это было давно, такой самогон продавали, я не пил его, сразу же говорю и не брал. Они его делали, кто-то на таблетках, накидают туда. Для крепости, чтобы быстрее выходилось. Вечером поставили, утром уже продают.

(муж., работает, 48 лет, малый город)

Продавали у нас в одном доме самогон, и там что-то добавляли. И люди от него дурели. И дурели, и драки, и все прочее, и туда мы стараемся не ходить. Говорят, димедрол, что люди дурные становились. Так друг другу передаем, говорим.
(жен., временно не работает, 52 года, город-миллионник)

Допустим, если вот так бутылку взять, начинать ее крутить. Если внутри получается спираль, то есть это уже о нормальном качестве говорит. Допустим, если стопку выпил, все, у тебя начинается жжение, слёзы наворачиваются, то это уже стопудово суррогат. Бывают такие моменты, что ты выпьешь казахстанскую бутылку, и тебе на следующее утро лёгкое похмелье. А бывает, в официальном выпьешь, все, у тебя голова чумная, ни фиги не соображаешь. Тут, мне кажется, 50 на 50. Как попадется.

(муж., работает, 28 лет, город-миллионник)

Ну вот – наливает просто в прозрачный стаканчик. Выпивает – там остается белый осадок. Это значит – добавляют димедрол. Это уже разбавленный с таблетками. От этого погибли очень много людей. И там больше не беру.

(муж., прекарная занятость, 26 лет, средний город)

Один раз по собственному опыту, мы ее выкинули сразу же. Невозможно было, ацетон.

(муж., работает, 40 лет, город-миллионник)

Да ребята не травились! Хотя вот в том году – померли несколько человек! Померли... Хоронили недавно. Отравились ребята. Взяли водки. Выпили. Один на одном районе помер, другой – здесь, у нас. Взял тоже здесь недалеко.

(муж., работает, 48 лет, средний город)

Перед употреблением алкоголя из нового источника снимают пробу и утверждают, что качество понятно сразу. Но склонные к злоупотреблению алкоголем отмечают, что не всегда держат ситуацию под контролем и в определенной стадии опьянения не смогут разобраться, насколько качественный алкоголь.

Но ты, когда датый, откуда ты там уже разбираешься. Чтобы засадить уже, вот в чём вопрос.

(муж., не работает, 55 лет, малый город)

Я, когда водку беру и так, и так, мы пробуем, выпиваем. Если нормальная, то дальше пьем. Но в конце, кажется, мы не определяем, какое там уже качество водки. Потому что там все равно, мне кажется. Последний раз как это было, людям было уже все равно.

(муж., работает, 28 лет, город-миллионник)

Объемы нелегального рынка алкогольной продукции

Опрашиваемые эксперты признают, что в настоящее время **официальной статистики, которая бы оценивала объемы нелегального рынка алкогольной продукции, в России не существует. Также отсутствует какой-либо общепринятый и однозначно надежный метод подсчета его объема.**

Рынок потому и теневой, что напрямую его оценить практически невозможно. С известной степенью условности можно попробовать проанализировать статистику отравлений «паленой водкой» и посчитать эти данные маркерами теневого оборота спиртосодержащей продукции. Но эти оценки будут очень приблизительными, поскольку помимо фальсификата, который может потенциально привести к отравлениям, в теневой оборот вовлечена и контрафактная продукция, зачастую вполне удовлетворительного качества. Поэтому скорее всего, экстраполяции по статистике отравлений будут давать сильно заниженную оценку.

(Лариса Попович, Институт экономики здравоохранения)

В экономической литературе есть несколько основных способов, которые можно использовать для получения оценки приближенной к реальной, поскольку все-таки точные значения измерения теневого рынка (в том числе алкогольного) получить невозможно.

(Юрий Пономарев, РАНХиГС)

Объем рынка – пол, палец, потолок очень часто.
(Сергей Рыбальченко, демограф, Институт научно-общественной экспертизы)

В настоящее время нет четкой статистики по объемам теневого рынка пивоваренной продукции. Её не могут уже значительный период времени представить по запросам отрасли контролирующие органы государственной власти (РАР, Минфин, Росстат). На этот счет есть только оценочные и экспертные мнения. Поэтому мы можем говорить только о возможном объеме теневого рынка пивоваренной продукции.

(Вячеслав Мамонтов, Союз российских пивоваров)

Я, честно говоря, всегда подвергаю сомнению любую цифру. Как нелегальный алкоголь можно посчитать?

(Дмитрий Шаблинский, Ассоциация производителей по защите их прав на потребительском рынке)

Тем не менее в мировой и российской практике сформировался достаточно обширный набор **методов оценки размеров нелегального рынка алкогольной продукции**, каждый из которых используется в экспертном сообществе.

Балансовый метод	Сопоставление разных цифр (объем отгрузки, импорта, экспорта, розничных продаж, складских остатков и др.) с существующими трендами на всём рынке алкогольной продукции.
Метод экспертных оценок	Опрос широкого круга глубоко погруженных в тему алкогольного рынка лиц, ключевой задачей которого является сопоставление различных методов оценки размера нелегального рынка и самих позиций экспертов относительно размера нелегального рынка.
По конфискованной продукции	Оценка по объему конфискованных в ходе проверок нелегальной алкогольной продукции, сырья и оборудования для изготовления нелегальной алкогольной продукции.
По сопутствующему производству	Оценка по сопутствующему производству нелегальной алкогольной продукции, сырью и оборудованию (оценка продаж сахара, пивных дрожжей, солода, самогонных аппаратов, красителей и ароматизаторов крепких алкогольных напитков и др.).
По доходам населения	Авторский метод оценки объема нелегального рынка алкогольной продукции Дробиза В.И., основывающийся на следующей предпосылке: люди с заработной платой менее 20 000 руб./мес. не имеют экономической возможности покупать легальную алкогольную продукцию в легальной рознице.
По диагнозам	Оценка по количеству больных, поступающих с различными диагнозами, связанными с потреблением алкоголя (практикуется в Польше).

В рамках данного исследования будут рассмотрены различные экспертные оценки размера нелегального рынка алкогольной продукции, совокупность которых позволит сформировать общее представление о масштабе данной проблемы для всего рынка алкогольной продукции с сегментированием по следующим видам: крепкая алкогольная продукция и пиво.

Ввиду нехватки исчерпывающей и достоверной информации об объеме нелегального рынка винодельческой продукции опрашиваемые эксперты затруднялись давать его оценки. Опрашиваемые эксперты отмечали недостаток качественных научных исследований, которые бы ставили своей целью изучение нелегального рынка винодельческой продукции.

Оценка объема нелегального рынка крепкой алкогольной продукции

НИУ ВШЭ 99,5 млн дал или ~59% потребляемой крепкой алкогольной продукции	В.И. Дробиз 75 млн дал или ~38,9% потребляемой крепкой алкогольной продукции	И.Б. Косарев Не более 45 млн дал или ~25% потребляемой крепкой алкогольной продукции
---	---	---

Оценка НИУ ВШЭ. В 2017 г. было опубликовано исследование коллектива НИУ ВШЭ²⁹, посвященное основным формам незаконного оборота продукции на потребительских рынках. В частности, незаконный оборот продукции на рынке алкогольной продукции был описан В.В. Радаевым, чьи оценки далее будут изложены. По результатам исследования, в 2015 г. объемы нелегальной (нерегистрируемое потребление) крепкой алкогольной продукции по основным видам были следующими:

²⁹ Радаев В.В., Бердышева Е.С., Конрой Н.В., Котельникова З.В. Основные формы незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и меры противодействия // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 17. М.: НИУ ВШЭ, 2017, с. 136–140.

- 51,5 млн дал недеклалируемой водки и ЛВИ фабричного производства (42% продаж, в том числе 26% через легальную розницу и 16% через нелегальную розницу) – *расчёт на основе балансового метода и данных Росстата и ФТС*;
- 20 млн дал домашнего алкоголя для собственного потребления и для продажи (основная часть потребляется внутри домохозяйств и расходуется по неформальным сетям, и лишь меньшая доля продаётся на нелегальном рынке) – *расчёт в отдельном исследовании В.В. Радаева³⁰ на основе социологического опроса RLMS HSE*;
- 28 млн дал суррогатного алкоголя – *расчёт на основе оценок Euromonitor International и других исследований на российском рынке³¹*.

Суммарная оценка объема *нерегистрируемого потребления* крепкой алкогольной продукции (2015 г.) = **99,5 млн дал** (около **59%** потребляемой крепкой алкогольной продукции).

Оценка В.И. Дробиза. В интервью с В.И. Дробизом, а также на основе данных его авторского проекта ЦИФРРА³², была предложена следующая оценка объема нелегального рынка крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции, потребление которой не регистрируется:

- 25 млн дал нелегально произведенной водки (стоимостью 100 руб.);
- 25 млн дал самогона (стоимостью 50 руб.);
- 25 млн дал кустарных спиртосодержащих жидкостей.

Суммарная оценка объема *нерегистрируемого потребления* крепкой алкогольной продукции (2019 г.) = **75 млн дал** (около **40%** потребляемой крепкой алкогольной продукции³³). Расчет проводился на основе собственной методики В.И. Дробиза.

Оценка И.Б. Косарева. Из интервью с И.Б. Косаревым была предложена следующая оценка объема нелегального рынка крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции, потребление которой не регистрируется:

- 15–20 млн дал нелегально производимой водки, напоминающей легальную водку, с имитацией акцизных марок;
- 1–2 млн дал продукции, поставляемой с территории Казахстана и Белоруссии (*ранее 5 млн дал*);
- 15–20 млн дал производимого в сельских местностях самогона на продажу;
- 1–2 млн дал различных технических жидкостей (*ранее 5 млн дал*).

Суммарная оценка объема *нелегального потребления* крепкой алкогольной продукции (2019 г.) = не более **45 млн дал** (или около **25%** потребляемой

³⁰ Radaev V. Divergent Drinking Patterns and Factors Affecting Homemade Alcohol Consumption (The Case of Russia) // International Journal of Drug Policy. 2016. Vol. 34. P. 88–95.

³¹ 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.

³² URL: <http://cifrra.info/>

³³ Из расчёта объема потребления легальной крепкой алкогольной продукции на уровне 1 100 млн литров (интервью с В.И. Дробизом от 28.05.2019 г.).

крепкой алкогольной продукции). Расчет проводился на основе следующей методики³⁴.

Каждая из приведенных выше оценок размера нелегального рынка крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции свидетельствует о высокой степени конкуренции между легальными и нелегальными производителями. При этом оценки масштаба данной проблемы варьируются от 45 млн дал до 100 млн дал такой продукции. Различия в оценках в основном связаны с тем, что НИУ ВШЭ в своём исследовании рассматривали нерегистрируемое потребление крепкой алкогольной продукции и алкогольных суррогатов, тогда как В.И. Дробиз и И.Б. Косарев рассматривали потребление продукции, произведенной с нарушением законодательства РФ. Однако в каждом из приведенных методов существенную долю нелегального рынка занимает поддельная водка и ЛВИ. В целом средняя оценка размера нелегального рынка крепкой алкогольной и спиртосодержащей продукции на уровне **75 млн дал** (или не менее **40% потребляемой крепкой алкогольной продукции**), по нашему мнению, является наиболее подходящей для описания текущей ситуации в данном сегменте алкогольного рынка³⁵.

Оценка объема нелегального рынка пивоваренной продукции

Оценка НИУ ВШЭ. В 2018 г. было проведено исследование коллектива НИУ ВШЭ³⁶, посвященное масштабам нелегального рынка пивоваренной продукции. Основные формы незаконного оборота пивоваренной продукции, согласно исследованию НИУ ВШЭ, схожи с формами, изложенными на схеме «Источники и типы продукции на теневом рынке» (см. с. 33). По результатам исследования, на 2017 г. сводные количественные оценки неучтенного оборота пивоваренной продукции выглядели следующим образом:

- Неучтенная продукция (по уточненной формуле³⁷) составляет 7–8% от розничных продаж;
- Неучтенный импорт (из всех стран) составляет 0,1–0,2% от розничных продаж – *расчёт на основе данных Международного валютного фонда по формуле: «Доля неучтенного импорта = (Экспорт в РФ – Импорт в РФ)/Экспорт в РФ * 100%»;*
- Неучтенные продажи составляют 2% от розничных продаж – *расчёт на основе данных RLMS HSE о потреблении пивоваренной продукции;*
- Псевдопивные напитки (фальсифицированная продукция) составляют 1,1–1,3% от розничных продаж пива – *расчёт на основе собственной методики В.В. Радаева;*

³⁴ «Мы берем зоны с наибольшим контролем и смотрим на среднее потребление на человека. Мы производим сегментацию по районам в зависимости от традиционности употребления крепких напитков: на юге меньше, на севере больше. То есть у нас есть коэффициенты, где мы определяем, какая норма потребления в данном конкретном районе. Смотрим по всем регионам и понимаем, что вот эти коэффициенты в среднем по стране дали бы по стране ориентировочно 140–150 миллионов декалитров, а у нас легальное употребление на сегодняшний день 75» (интервью с И.Б. Косаревым от 18.06.2019 г.).

³⁵ Другие оценки экспертов (без указания методики оценки) были следующими: «до 40% крепкий», «до 50% крепкий», «8% водка», «говорят, что больше 35%».

³⁶ 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 (данное исследование предоставлено одним из экспертов).

³⁷ Классическая формула «Неучтенный оборот = Розничные продажи – Производство + Импорт – Экспорт» была дополнена коллективом НИУ ВШЭ следующими показателями: «Неучтенный оборот = Продажи – Отгрузка пива и пивных напитков – Отгрузка безалкогольного пива – Импорт – Импорт безалкогольного пива – Остатки оптовых организаций за прошлый год + Остатки оптовых организаций за текущий год – Остатки розничных организаций за прошлый год + Остатки розничных организаций за текущий год».

- Домашнее производство составляет около 0,3–0,5% от розничных продаж пива – расчет на основе данных RLMS HSE о доле потребителей домашнего пива.

Суммарная оценка объема *нелегального потребления* пивоваренной продукции составляет не более **10% от розничных продаж**. При этом в пивоваренной продукции полностью отсутствует проблема контрафакта. В целом, отмечается почти полное отсутствие неучтенной пивоваренной продукции до 2010 г., её бурный рост до 2015 г. и продолжающееся с 2016 г. по настоящее время падение объемов неучтенной пивоваренной продукции.

В ходе проведения экспертных интервью были оглашены также другие оценки объема нелегального рынка пивоваренной продукции:

По пиву около 6%.
(Владислав Спиринов, РАР)

Пиво процентов 15, хотя я не думаю, что пиво есть нелегальное.
(Дмитрий Шаблинский, Ассоциация производителей по защите их прав на потребительском рынке)

Табачная промышленность – похожая отрасль, и по табаку мы видим, в что в какие-то годы табачные компании, пока их не поймали за руку, в России сильно не доплачивали акцизы. И это не был нелегальный товар, просто табачные компании решили, что не будут платить весь акциз. После того, как это вскрылось, и был скандал, стало видно, что они начали больше платить в бюджет – ушла эта дельта между расчетными и реальными поступлениями акцизов. По аналогии мы не можем быть уверены, что пивные компании уплачивают акцизы полностью.

(Дарья Халтурина, социолог, демограф)

На пивном рынке распространенность фальсификата, как представляется, должна быть меньше, чем на спиртовом рынке, просто в силу меньшей ценовой сегментации и очень высокого конкурентного давления.

(Лариса Попович, Институт экономики здравоохранения)

Однако для данных оценок не были указаны методики расчета, что необходимо учитывать при использовании полученных от экспертов показателей. Подавляющее большинство экспертов (19 из 20) указали на более низкий уровень экономической выгоды при производстве нелегальной пивоваренной продукции, нежели чем крепкой алкогольной продукции. Также часть экспертов отметила, что производство нелегальной пивоваренной продукции менее привлекательно для недобросовестных производителей, поскольку его технология производства гораздо более сложная, чем у нелегального крепкого алкоголя (производство которого чаще всего осуществляется путём смешения спирта, воды и различных добавок). По нашему мнению, объем нелегального рынка пивоваренной продукции, с которого не был уплачен акциз, в размере **10% от розничных продаж** данной

продукции, рассчитанный коллективом НИУ ВШЭ, является достоверным и существенно не противоречит другим оценкам экспертов.

Международные оценки объема нелегального рынка алкогольной продукции

Согласно исследованию³⁸ организации IARD (Международный альянс за ответственное употребление алкоголя), в 2014 г. в России объем нелегального рынка алкогольной продукции составлял **38%** производимого алкоголя (в том числе 27%, связанные с уходом от налогообложения, уплаты акцизов и импортных пошлин, и 11%, связанные с другими правонарушениями).

Согласно другому исследованию³⁹, организации Euromonitor International, объем нелегального рынка алкогольной продукции составляет около **28,5%** всего потребления алкогольной продукции. При этом организация указывает и на структуру нелегального рынка алкогольной продукции, а именно: 32% – контрафактный алкоголь (незарегистрированные бренды); 9% – нелегальный алкоголь кустарного происхождения; 8% – контрабандный алкоголь; 16% – суррогатный алкоголь; 36% – нелегальный алкоголь, произведенный с нарушением налогового законодательства.

Помимо крупных исследований, по России проводились и региональные исследования, ставящие своей целью оценку объема нерегистрируемого потребления алкоголя населением. Так, в 2011 г. было проведено исследование международным коллективом ученых⁴⁰, результаты которого показали, что объем нелегального рынка алкогольной продукции составил **30%**.

Согласно международным национальным и региональным исследованиям, объем нелегального рынка алкогольной продукции составляет **от 30 до 40%** всего производимого алкоголя в России.

³⁸ Alcohol in the Shadow Economy: Unregulated, Untaxed, and Potentially Toxic, IARD, 2018 (исследование Euromonitor International).

³⁹ Size and Shape of the Global Illicit Alcohol Market, Euromonitor International, 2018.

⁴⁰ Solodun Y., Monakhova Y., Kuballa T., Samokhvalov A., Rehm J., & Lachenmeier D. (2011). Unrecorded alcohol consumption in Russia: toxic denaturants and disinfectants pose additional risks, *Interdisciplinary Toxicology*, 4(4), 198–205.

Причины развития нелегального рынка

Жадность государства; бедность населения; предприимчивость бизнеса.

(Леонид Попович, Союз виноградарей и виноделов России)

Экономическая выгода; безнаказанность, основанная на коррупции; несовершенство правового регулирования.

(Александр Коробутов, Министерство финансов РФ)

Одной из ключевых задач интервью с экспертами являлось выяснение того, как и под воздействием каких факторов менялся нелегальный рынок алкогольной продукции в последние 10 лет и почему в настоящее время он существует. При этом значение временного интервала, в течение которого мы предполагали рассматривать изменения, установлено в соответствии с началом усиленного регулирования алкогольной отрасли со стороны государства. Так, в декабре 2008 г. создана Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка, а в декабре 2009 г. принята «Концепция государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года».

Основными **причинами развития нелегального рынка алкогольной продукции**, выделяемыми экспертами, являются:

1. Высокая маржинальность производства нелегальной крепкой алкогольной продукции.

По мере увеличения минимальной цены на водку черный сегмент становится все тверже и плотнее.

(Сергей Лобанов, Министерство промышленности и торговли РФ)

2. Экономическая недоступность легальной алкогольной продукции (снижение покупательской способности населения, повышение МРЦ, увеличение акциза и доли акциза в цене готовой продукции) и, как следствие, наличие спроса на нелегальную алкогольную продукцию со стороны малообеспеченных слоёв населения.

Наличие спроса со стороны населения, в первую очередь, с низким уровнем доходов (как показывают некоторые исследования, чем ниже средний уровень дохода на душу населения, тем выше объем теневого сектора).

(Юрий Пономарев, РАНХиГС)

Основной объем нормальных людей – все с удовольствием пойдут и купят легальную. Потому что все понимают, что, покупая нелегальную, они рискуют. Риски гораздо выше от

нелегальной, чем от легальной. Поэтому установите всё в одной цене, доступной вот тем людям, у которых нет много денег, и нелегального рынка не будет. (Леонид Попович, Союз виноградарей и виноделов России)

Теневой рынок – явление экономическое, порождается, первое, низким уровнем и качеством жизни населения. Второе: очень высокой относительно уровня доходов населения стоимость алкоголя.

(Вадим Дробиз, ЦИФРРА)

3. Сохранение спроса на покупку алкоголя в ночное время при ужесточении контроля над продажами в легальных точках.

Когда существовала круглосуточная продажа алкоголя до 2008 года на ночные продажи падало всего 10% объема. И основные продажи заканчивались в 23:00. Государство сначала в 2007 году приняло этот федеральный закон, запрещающий ночную торговлю алкоголем, но было установлено время продажи алкоголя с 8:00 до 23:00, которое всех в принципе устроило: потребителя, государство, общество, бизнес. Всех в принципе устраивало, даже самых запаздывающих покупателей. Ночного хулиганства на какое-то время стало меньше, ночных бродящих в поисках алкоголя стало меньше, абсолютное большинство покупало продукцию в легальной рознице. А в 2012 году федеральный центр регионам дал возможность делать что угодно со своими алкогольными рынками, вплоть до введения региональных законов. Правда, механизм принятия этих сухих законов прописан не был. Это была преступная, я считаю, поправка к закону, просто преступная. И началась региональная законодательная вакханалия, региональный волюнтаризм по ограничениям продаж легальной продукции в легальной рознице: по месту продаж, времени продаж и т.д. Сокращение времени вечерних продаж до 20.00, 21.00, 22.00 породил целую кучу новых проблем, таких как законно работающие круглосуточные «наливайки» (днем работают как магазин, а после времени запрета и до утра как торговое место общепита. Администрации регионов начали активно пиариться на ограничениях в 2012 – 2016 гг.

(Вадим Дробиз, ЦИФРРА)

4. Ненадлежащий контроль за оборотом сырья для изготовления алкогольной и спиртосодержащей продукции и готовой продукции:
- Отсутствие контроля за оборотом медицинского спирта (не находится в ведении РАР);
 - Отсутствие полного контроля за спиртзаводами (часть спиртзаводов не находится в ведении Росспиртпрома);

- Неясный учет ЛВИ, разливного пива и вина в сфере общественного питания.

Неисполнение правоохранительными и налоговыми органами функции по борьбе с недобросовестными производителями алкогольной продукции, несовершенство законодательства, регулирующего производство и оборот алкогольной продукции.
(Вячеслав Мамонтов, Союз российских пивоваров)

Надо аккуратно менять законодательство, с одной стороны, упрощая условия легальных продаж для добросовестных участников рынка с учетом новых вводимых информационных сервисов, с другой стороны, усложнять возможности реализации нелегальной продукции.
(Александр Коробутов, Министерство финансов РФ)

5. Дополнительные регуляторные меры в отношении легальных производителей алкогольной продукции:
 - Повышение ставок акцизов на алкогольную продукцию;
 - Сложная система получения лицензии на осуществление производства, оборота и розничной продажи ЛВИ и винодельческой продукции;
 - Дополнительные региональные ограничения мест и времени продаж алкогольной продукции;
 - Введение ограничений на оборот продукции в ПЭТ-таре.
6. Недостаточность государственных программ, направленных на повышение грамотности населения при выборе алкогольной продукции и на формирование культуры цивилизованного потребления. Здесь, однако, стоит отметить некоторые шаги, направленные на формирование культуры, например, Винный гид России.

Сейчас (последние пару лет) проходят декады российских вин, составляется «Винный гид России», появилось много приложений для смартфонов по оценке и выбору алкогольной продукции. Есть еще гос. программа «Антиконтрафакт.Алко», её запустил и поддерживает РАР. Она определяет подлинность бутылки по скану марки.
(Владимир Ионкин, АКОРТ)

Одним из аспектов проблемы является неосведомленность населения о способах и возможностях проверки алкогольной продукции при выборе и покупке. В настоящее время существуют мобильные приложения для проверки подлинности акцизной марки. При этом большинство, 77% респондентов, не знают, как обезопасить себя от покупки контрафактной продукции.

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

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴¹



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

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴¹



В массовом восприятии покупатели нелегального алкоголя делают это преимущественно из экономии. Проблема напрямую связывается с бедностью. Второй по популярности вариант связан с ограничениями во времени продажи.

На ваш взгляд, что толкает людей покупать алкоголь у нелегального продавца, подпольно?

(открытый вопрос, до трех вариантов ответа, % от всех опрошенных)⁴¹



Экономическая мотивация действительно является базовой. При сопоставимой стоимости алкоголя в магазине и в нелегальных точках продаж потребитель скорее предпочтет покупку в магазине. Однако и она внутренне не однородна, а также имеет свои нюансы в зависимости от сегментов потребителей.

- Мотивация **«Просто пьем все, что доступно»** характерна для маргинализированного сегмента покупателей, для которых образ жизни

⁴¹ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа».

строится вокруг потребления алкоголя. При постоянной потребности и дефиците средств на алкоголь просто тратится большая часть доступных средств. Когда деньги есть – покупается алкоголь в магазине, когда деньги заканчиваются – покупается более дешевый вариант напитка. Этот цикл воспроизводится вне зависимости от цены алкоголя в магазине – рано или поздно средства на покупку легального напитка заканчиваются, а теневой рынок всегда дешевле.

Можно начать с коньяка. Закончить спиртом. Когда деньги есть – как бы охота что-нибудь получше, да?
(муж., прекарная занятость, 26 лет, средний город)

За спиртом. Если есть деньги - пойду в магазин. [Вопрос: Не жалко денег?] Не! Все равно они кончатся в этот же день! Так что мне особо – не, не жалко.
(муж., не работает, 26 лет, средний город)

- Мотивация **«рациональной экономии»**. Экономия, например, связана в том числе с представлениями о низком качестве водки, продающейся по минимальной розничной цене. Разницу в качестве покупатели не видят или игнорируют ее: «водка – она и есть водка». Цена в магазине воспринимается как несправедливая, связанная с акцизами и «жадностью» продавца. То есть покупка нелегального алкоголя рассматривается как рациональное потребление.

В магазине дорого. В киоске, там 110 рублей, иногда по 130 продают, а в магазине да вы что, даже и не подхожу к прилавку. В ранешние времена же можно было в магазине покупать. Если я получаю 7–8 тысяч, работаю, неужели я пойду за 300 рублей покупать водку. Это очень дорого.
(жен., временно не работает, 52 года, город-миллионник)

В магазине за 200 рублей тоже водка не многим лучше той, что купил с рук, так скажем. Так что, нормальной водки, мне кажется, иной раз и не найдешь. Даже в магазине не поймает. Лучше, как говорится, иногда с одного крана налита, что в магазине стоит 200–300 рублей бутылка, что эта по 100 рублей.
(муж., работает, 31 год, город-миллионник)

От цены зависит. В магазине дороговато водку покупать. А вот в неофициальных точках, всё равно в разы дешевле. Знаете, если честно, магазинная водка и вот эта за 100 рублей, они практически ничем не отличаются.
(жен., работает, 35 лет, город-миллионник)

*Да оно и качество лучше, и экономия. Тут зарплаты копеечные.
А это как бы выручает.
(муж., работает, 48 лет, малый город)*

*Много примеров у меня из жизни есть, когда люди покупают дороговую водку под названием «Белуга» и прочие, и потом на следующий день умирают от этой водки. И примерно то же самое, как умирают от «казашки», которая за 150 руб. или за 100 руб. Я не знаю, за что переплачивают. За акцизы, за сборы, за налоги, за жадность продавцов, которые продают эту водку. Я имею в виду в магазинах. За сетевые жадности и прочее, прочее. Просто водка натуральная, вся она из опилок.
(муж., работает, 55 лет, город-миллионник)*

*Конечно, я самогон тогда не пойду покупать, я пойду тогда себе пиво куплю. Раньше пошел в ларек, круглосуточно. Ларьки были на каждой остановке и были круглосуточные, и магазин был круглосуточный. Пошёл, купил пиво, все время продавалось в 2, в 3 ночи. А теперь, если ночью кто-то хочет что-то выпить, они бегут куда-то, где на квартире торгуют, или с утра где-то надо, с 8 утра.
(муж., не работает, 47 лет, малый город)*

О влиянии экономического фактора говорят и тенденции перехода части потребителей на нелегальный рынок алкогольной продукции. В целом можно выделить три типа «входа», обусловленные двумя стимулами – подорожанием и запретом на продажу в ночное время.

Люди, которые уже длительное время потребляют алкоголь на постоянной основе и имеют привязанность к ней. Рост цен в магазине стал чувствительным, но **в нелегальных точках они покупали его и раньше**. С повышением цены и запретом на ночную продажу стали пользоваться теневыми каналами чаще.

Впервые задумались об экономии на фоне подорожания. Обычно в этой ситуации кто-то из знакомых давал совет, приводил на точку продажи нелегальной алкогольной продукции и знакомил. Эти люди не относятся к маргинальным слоям, но разница в стоимости в 100 рублей для них чувствительна, особенно в ситуации покупки на компанию более чем одной бутылки.

Для многих точкой попадания в теневую зону стало **введение запрета на продажу в ночное время**. Это сформировало опыт, сняло часть страхов, познакомило с точками продажи алкогольной продукции. Люди попробовали, оценили и стали обращаться к каналу периодически.

*Ну, сейчас спирт столько же стоит, сколько раньше водка. Водка стоила 70 рублей, ну и спирт так же стоил. [Когда впервые начал покупать в гараже] Вот как раз, наверно, когда начала дорожать водка. Как раз в десятых годах.
(муж., не работает, 31 год, средний город)*

Плохо тебе стало ночью – выпить можно было. Вот это самое поганое. А теперь или за самогоном иди, или надо что-то оставлять. Временные рамки с 23:00 до 10:00, где хочешь, там и ищи.

(муж., не работает, 47 лет, малый город)

Тенденции развития рынка

Нелегальный рынок алкогольной продукции, согласно оценкам экспертов, за 10 лет претерпел ряд изменений. Оценки экспертов в вопросе динамики рынка в основном схожи. Они представлены в таблице. Помимо оценок экспертов, существуют и другие косвенные показатели, указывающие на динамику нелегального рынка алкогольной продукции в различные периоды времени (с ними можно ознакомиться в Приложении №6).

Сценарии теневого рынка и тенденции

Нелегальный алкоголь в легальных точках продаж	Нелегальный алкоголь в нелегальных точках продаж
Снижение доли нелегального алкоголя в лицензированных местах продаж. Практически все с уверенностью сказали об отсутствии в легальных розничных торговых точках нелегальной алкогольной продукции благодаря системе ЕГАИС и поштучному учету готовой продукции. При этом население, как видно из следующего раздела, продолжает массово проблематизировать теневой рынок, считая, что риск столкнуться с подделкой на полках магазинов высок, а случаи отравлений нередки. Это наносит репутационный ущерб и легальному производителю, и государству.	Относительно тенденций в этом сегменте эксперты расходятся во мнениях. Важно, что точной и объективной методики подсчета здесь нет и оценки опираются в основном на косвенные показатели и представления о логике этого рынка. Так, часть экспертов придерживается мнения, что нелегальный рынок уменьшается, другая часть экспертов считает, что нелегальный рынок стагнирует и видоизменяется. При этом экспертами отмечается ухудшение условий производства нелегальной алкогольной продукции. В первый раз оно резко снизилось в момент вытеснения неучтенной продукции с полок розничных магазинов, во второй раз – в момент введения МРЦ на спиртосодержащие жидкости (суррогатную продукцию). Также ввиду проведения несбалансированной акцизной политики с 2010 г. и приравнивания пивоваренной продукции к алкогольной продукции начал появляться нелегальный рынок пивоваренной продукции, состоящий в основном из неучтенной продукции (до этого он практически не существовал). Наконец, нелегальный рынок алкогольной продукции в целом был сильно подвержен изменению в объемах ввиду введения ЕГАИС и поправок в №171-ФЗ РФ⁴².

Не думаю, что он растет – максимум он стагнирует просто в силу того, что жизнь требует более трезвого образа жизни. Молодые начинают понимать простую истину: если не хочешь быть лузером – нужно менять жизненные установки и сохранять трезвую голову. (Лариса Попович, Институт экономики здравоохранения)

Суммарный объем легального и нелегального рынков крепкой алкогольной продукции практически остался прежним. Однако

⁴² До момента принятия поправок в №171-ФЗ РФ (более подробно с ними можно ознакомиться в Приложении №2) и введения ЕГАИС сначала на производствах, а потом в розничной и оптовой торговле фиксировались резкие всплески популярности ароматизаторов, красителей и дрожжей для изготовления алкогольной продукции кустарным способом.

демографический потребительский кризис в России с 2008 года (сегодня молодежи с 18 до 29 лет в России в 2 раза меньше, чем 10 лет назад) с 2018 года начал оказывать влияние на рынок крепкой продукции легальной и нелегальной – впереди снижение этого рынка до 2030 года. При этом резко упали качество и безопасность нелегальной алкогольной продукции, так как с 2016 года нелегальные водка, коньяк и другие напитки производятся не на ликероводочных и коньячных заводах, а исключительно в полукустарных условиях. Группы потребителей легальной и нелегальной крепкой продукции устойчивы примерно с 2014 года.

(Сергей Дробиз, ЦИФРРА)

Падение рынка пивоваренной продукции в последнее десятилетие сопровождается появлением проблемы ее незаконного оборота. По разным расчетам, уровень неучтенного оборота и серого импорта различается, но кривые динамики оказываются сходными. В 2010–2015 годы возникает сама проблема неучтенного оборота и серого импорта, которые в предшествующий период оставались на незначительном уровне. Масштабы и доля такого оборота в этот период увеличиваются. С 2013 г. проблема дополняется появлением и распространением псевдопивных напитков и других псевдонапитков брожения. В числе причин – произошедшее именно в этот период ускоренное повышение ставки акциза на пивоваренную продукцию, введение множества ограничительных мер на фоне двух экономических кризисов 2008–2009 и 2014–2016 годов. Дополнительные предпосылки были созданы в результате образования Таможенного союза, а впоследствии ЕАЭС. В 2016–2017 годы, неучтенный оборот в разных формах, наоборот, заметно снижается. В качестве причин можно назвать введение ЕГАИС в торговле и некоторое усиление контроля со стороны ФНС России и Росалкогольрегулирования.

(Мамонтов Вячеслав, Союз российских пивоваров)

С 2012 по 2015 год акциз на водку увеличился в 2 раза. Такой резкий рост акциза, не обеспеченный ужесточением законодательства, привел к взрывному увеличению нелегального оборота до более чем 50%. Впоследствии с 2015 по 2017 год, было принято более 20 законодательных изменений, позволивших оттеснить бутлегеров, поднять объем легального производства водки и значительно сократить случаи отравлений техническими спиртами, жидкостями и самогоном. Несмотря на принятые законы, 2018- 2019 года показывают, что как только государство перестает интенсивно заниматься дальнейшим совершенствованием законодательства, теневики возвращаются, подстраивая под новые реалии и производство и сбыт. Другой тенденцией является видоизменение рынка. Если в 2013-2015 годах производством нелегальной продукции занимались в основном крупные предприятия, а сбывалась она через вполне легальные

магазины, то сегодня организовано очень гибкое кустарное производство в гаражах и промзонах и сбыт через сельские магазины, где продавцы знают в лицо каждого покупателя, а единственная власть участковый, который в свою очередь небескорыстно знает всех нелегальных самогонщиков и продавцов подпольного алкоголя.

(Игорь Косарев, Союз производителей алкогольной продукции)

Нелегальный рынок как социальная проблема в глазах населения

Нелегальный рынок – не маргинальная проблема. Он массово проблематизируется населением, присутствует в медийной повестке, непосредственно наблюдаем для широких слоев. Во-первых, проблема «на слуху» в связи с риском лично столкнуться с подделкой, во-вторых, в связи с социальными эффектами – отравлениями и смертельными случаями, с одной стороны, ухудшением качества среды, криминализацией – с другой.

Личные риски столкнуться с подделкой половина опрошенных, употребляющих алкоголь, оценивает как высокие (см. ниже). При этом не видят риска только 9% опрошенных. Таким образом, проблема в восприятии массового покупателя является распространенной, а себя он не чувствует защищенным, даже покупая алкоголь в легальных точках продаж.

Поговорим о контрафактном или поддельном алкоголе. Как вы считаете, велик ли риск столкнуться с подделкой при покупке в магазине в вашем населенном пункте?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴³



Никто не может быть уверен в легальности купленной в магазине бутылки.

(Петр Шелищ, Союз потребителей России)

60% считают, что отравления от нелегального алкоголя происходят регулярно. Причем в глазах 29% опрошенных такие случаи учащаются.

⁴³ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа».

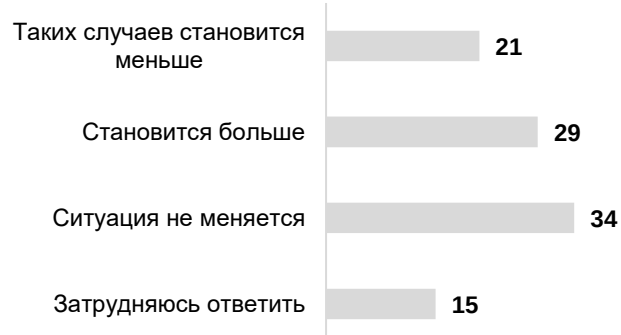
Периодически в СМИ появляется информация об отравлениях, вызванных нелегальным алкоголем. С каким утверждением вы больше согласны?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴⁴



Как вы считаете, таких случаев в последние годы становится меньше, больше или их частота не меняется?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴⁴



Недоверие легальным точкам и общее представление о распространенности подделок на полках магазинов становится одним из мотивов и оправданий для покупающих алкоголь у нелегализованного продавца. Логика аргументации здесь развивается от противного: если в магазине риск столкнуться с некачественной продукцией также существует, то нет смысла переплачивать. Это снижает в восприятии аудитории ощущение риска от покупки нелегального алкоголя, а также является одним из мотивов употребления алкоголя собственного производства. Важно, что опасения выше, когда мы говорим об алкоголе по минимальной розничной цене. Относительное доверие сохраняется более дорогим брендам водки. Таким образом, недоверие сильнее затрагивает наименее обеспеченные слои населения, которые перестают видеть разницу между покупкой «магазинной» водки и, как это, например, в Омске, нелегально ввезенной казахской («казашки»).

*Но у нас же в магазинах тоже бывает, что и от этих магазинных люди травятся. Если даже в магазинах берут лицензионную, качественную. Сейчас же доверия нет вообще.
(муж., работающий, 40 лет, город-миллионник)*

*Я беру натуральный продукт домашнего производства. Я знаю, что сделан он качественно. Очищенный. Там нету всех примесей, сивухи и прочих, прочих дел. При том, что водка, купив, много примеров у меня из жизни есть, когда люди покупают дорогущую водку под названием «Белуга» и прочие и потом на следующий день умирают от этой водки. И примерно то же самое, как умирают от «казашки», которая за 150 руб. или за 100 руб. Смысл какой? Я не знаю, за что переплачивают. За акцизы, за сборы, за налоги, за жадность продавцов, которые продают эту водку.
(муж., работающий, 55 лет, город-миллионник)*

Скажу так, в магазине за 200 рублей тоже водка не многим лучше той, что купил с рук, так скажем. Так что нормальной

⁴⁴ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа»

водки, мне кажется, иной раз и не найдешь. Даже в магазине не поймает. Лучше, как говорится, иногда с одного крана налита, что в магазине стоит 200–300 рублей бутылка, что эта по 100 рублей.

(муж., работающий, 31 год, город-миллионник)

Но все равно, на прилавках-то я, по крайней мере, знаю, что 98% левого стоит. Это я вообще так, по итогам всемирного опроса... Ну, все равно же берут.

(муж., занятость прекарная, 26 лет, средний город)

Если там нормальный дилер, барыга, он продает потому, что ему нужно продавать, и он может это сделать, добыть... и продает потому, что ему как бы жить хочется, ну, выживать. А есть те, кому пофиг, что они продают, они скинут и не будут смотреть, что там – спирт или моча. Если оно работает, если можно замаскировать, то они впихнут. Проблема в том, что и в обычном магазине могут впихнуть спокойно. Может, чуть менее спокойно, чем тут. Естественно, когда с рук берешь.*

(муж., не работает, 25 лет, средний город)

А бывает, от водки просто... бутылку выпил, а голова будет раскалываться так, как будто вы месяц пили. Может и так быть. Щас, говорю же, подделок – на 90% на прилавках стоит подделка.

(муж., прекарная занятость, 26 лет, средний город)

Если говорить о распространенности в глазах населения подпольной торговли алкогольной продукцией, то здесь ситуация значительно разнится по регионам. Наиболее благополучные регионы, мегаполисы – зоны, из которых теневой рынок частично вытесняется (остается, впрочем, ниша для продажи в ночное время). Острее проблема ощущается в малых городах и менее богатых регионах, где для покупателей важнее фактор экономии. В среднем распространенными точки нелегальной продажи считают 31% опрошенных.

Насколько, по вашему мнению, в вашем населенном пункте распространена подпольная продажа алкоголя, например, на квартирах, в гаражах, в магазинах без лицензии, таксистами?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴⁵



Следует сказать, что проблема существования теневого рынка в глазах населения является ответственностью государства, и основные причины видят в слабом

⁴⁵ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа».

контроле и коррумпированности. Таким образом, существование теневого рынка наносит, помимо прочего, репутационный ущерб органам власти.

Насколько вы согласны или не согласны со следующими утверждениями о причинах существования поддельного алкоголя?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)⁴⁶



■ Согласен ■ Не согласен ■ Ничего не знаю об этом, не интересуюсь этим вопросом ■ Затрудняюсь ответить

⁴⁶ По данным исследования СКОЛКОВО – ЦСП «Платформа».

ЗОНЫ ОСОБОГО РИСКА ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Одной из глобальных целей Всемирной организации здравоохранения является уменьшение бремени вредного употребления алкоголя для здравоохранения и, следовательно, спасение человеческих жизней, предотвращение травм и болезней и улучшение благополучия людей, сообществ и общества в целом. «Глобальная стратегия сокращения вредного употребления алкоголя», согласованная и принятая государствами-членами ВОЗ в 2010 году и Глобальный план действий по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними на 2013-2020 гг. отражают международный консенсус в отношении того, что сокращение вредного употребления алкоголя и связанных с ним медицинских и социальных последствий является одной из первоочередных задач в области общественного здравоохранения.

Наряду с этим история производства и потребления алкогольных напитков насчитывает от 4 до 6 тысяч лет. Человечество открыло и потребляет алкоголь в качестве эффективного легкодоступного средства, позволяющего снять плохое настроение, тревогу, уменьшить неглубокую депрессию. При этом людей не смущает, что алкоголь вызывает зависимость и обладает токсическими свойствами. Это объясняет низкую эффективность мер по борьбе с потреблением алкоголя, предпринимаемых в различных странах мира. Реальность такова, что «люди пили, пьют и будут пить». **Задача государства – сконцентрировать усилия на минимизации и профилактике негативных последствий вредного потребления или злоупотребления алкоголем.**

При определении того, что такое **злоупотребление** алкоголем, следует учитывать, что люди существенно различаются по невосприимчивости (толерантности) к алкоголю, поэтому разработка минимально допустимой (безвредной) дозы – напрасные усилия. В этом лучше опираться на понятие «проблемное пьянство»⁴⁷.

Ученые в свое время определили такое понятие как «проблемное пьянство». Оно означает, что регулярное или частое потребление алкоголя может привести к проблемам, зависящим от алкоголя: проблемы со здоровьем, финансовые, семейные, производственные.

Проблемное пьянство – это злоупотребление. Важно уметь определять злоупотребление на этапе, предшествующем возникновению проблем. Сделать это можно, отмечая изменения в поведении человека, а главное – в нарастании дозы потребляемого алкоголя, увеличении частоты опьянений, нарушений трудовой дисциплины и неурядиц дома в связи с алкоголем.

(Александр Немцов, Руководитель Отдела информатики и системных исследований Московского НИИ психиатрии МЗРФ)

В августе 2018 г. в издании «The Lancet» были опубликованы результаты глобального исследования, проводимого с 1990 по 2016 год и объединившего усилия ученых 195 стран мира⁴⁸. Целью данного исследования было определить масштабы и распространенность потребления алкоголя; ущерб, наносимый им здоровью людей; его влияние на смертность, продолжительность жизни, а также оценить риск для здоровья в зависимости от употребляемой дозы алкоголя.

⁴⁷ Оксфордское руководство по психиатрии (Том 2) Гельдер М., Гэт Д., Мейо Р., 1999, с. 100

⁴⁸ Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016; Lancet 2018; 392: 1015–35 [URL: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31310-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31310-2)]

Согласно результатам исследования риск смертности от любой болезни увеличивается с ростом уровня потребления алкоголя, при этом дозы потребления, сводящей к минимуму потери для здоровья, равны нулю. Иначе говоря, алкоголь в любом количестве для какой-то части популяции обладает токсическим воздействием на организм и какой-либо дозировки этилового спирта, не наносящей ущерба здоровью потребителя, не существует.

Наряду с этим, в кругу экспертов, представителей медицины, политиков, журналистов и в обществе в целом существует стойкое убеждение в том, что одна из главных причин отравлений алкоголем связана с употреблением низкокачественных и нелегально произведенных алкогольных напитков.

Согласно результатам исследования Нужного В.П. и Савчук С.А.⁴⁹, «представления о значительной роли незаконно произведенных фальсифицированных алкогольных напитков и напитков домашнего изготовления в генезе высокой алкогольной смертности не подтверждается». Ученые пришли к выводу, что токсические свойства примеси, образующиеся в процессе ферментации растительного сырья, в тех концентрациях, в которых они обнаружены в образцах некачественной легально или нелегально произведенной водки и самогона не сравнимы с токсическим действием этилового спирта. Авторы пишут, «усилия организационного и технологического характера, направленные на ограничение доступа населения к некачественной легально или нелегально произведенной водке с целью снижения острой алкогольной смертности, лишены смысла». Такие усилия, тем не менее, оправданы, во-первых, с экономической точки зрения, поскольку позволяют вывести из обращения неподакцизную алкогольную продукцию и, во-вторых, с социальной точки зрения, поскольку ограничивают доступ населения к дешевым алкогольным напиткам.

Идея о том, что демографические последствия потребления алкоголя населением «усугубляются повышенным риском, которым обладает некачественная и опасная для жизни нелегальная алкогольная продукция является в высокой степени неверной». Проводимые исследования не выявили в российском нелегальном алкоголе дополнительных токсичных примесей в сколь-либо заметных количествах. Самое опасное и токсичное вещество в них - этанол. Нелегальный алкоголь опасен для общества тем, что с него не уплачен акциз, что подрывает ценовую политику государства в отношении алкоголя. Некачественный алкоголь – это вообще миф. Такой проблемы не существует в сколь либо массовых объемах. Единичные случаи применения метанола по ошибке в качестве сырья для алкогольных или суррогатных алкогольных напитков имели место не только в России, но и в других странах. Они очень заметны и не носят массовый характер. Россияне, к сожалению, по-прежнему потребляют большую часть алкоголя виде крепких напитков. Именно это обуславливает российскую сверхсмертность.
(Дарья Халтурина, социолог, демограф)

⁴⁹ «Алкогольная смертность и токсичность алкогольных напитков», В.П. Нужный, С.А. Савчук, журнал «Партнеры и конкуренты. Лабротариум», 2005, №5-7

Учитывая результаты анализа структуры нелегального рынка алкогольной продукции и данные приведенных выше исследований, представляется важным сделать несколько основополагающих выводов:

- Любая алкогольная продукция в любых дозировках является токсическим агентом и вредит здоровью.
- Тяжесть последствий для здоровья потребителей алкогольной продукции тем выше, чем выше объем этилового спирта в ней.
- Различия в количестве примесей в легальной и нелегальной алкогольной продукции не является критичными и не оказывают существенного дополнительного ущерба здоровью.
- Смещение структуры нелегального рынка алкогольной продукции в сторону крепких спиртных напитков представляет особую опасность для здоровья потребителей.
- Значительная часть регуляторных решений должна быть направлена на минимизацию и профилактику негативных последствий злоупотребления алкоголем.

Далее, на основе анализа поведенческих стратегий потребителей нелегального алкоголя и его заменителей можно выделить основные группы и ситуации риска.

- Наименее финансово обеспеченные группы населения, которые потребляют алкоголь регулярно или от случая к случаю. При наличии доступного канала нелегальной продажи они не защищены никаким контролем качества, кроме «сарафанного радио» и добросовестности продавца. Ошибочно считать, что целевой группой являются только маргинализированные слои населения, злоупотребляющие алкоголем. В отдельные ниши нелегального рынка попадают вполне социально-адаптированные люди, доходы которых, однако, подталкивают к экономии.
- На нелегальном рынке представлен, по нашим данным, преимущественно крепкий алкоголь (здесь существенна разница в потребительских нишах: в нише экономии представлен почти исключительно крепкий алкоголь, в нише ночных покупок – любые виды с преобладанием крепкого алкоголя). Переходящие на нелегальную алкогольную продукцию к на постоянной основе или от случая к случаю, например, докупая алкоголь в ночное время, скорее переходят на крепкие напитки, что меняет структуру потребления.
- Наличие нелегальной ночной торговли создает ситуацию риска, связанную с тем, что потребители в ночное время, в основном, продолжают застолье и менее чувствительны к маркерам некачественного алкоголя – запахам, привкусу, которые в обычном состоянии способны определить.
- Наличие контрафакта на полках магазинов и регулярные сообщения об отравлениях стимулируют недоверие к дешевому сегменту легального крепкого алкоголя. Распространено убеждение, что и в магазине велик шанс столкнуться с подделкой, а качество подпольного алкоголя ничем не отличается. Доверием пользуются только более дорогие бренды, и то избирательно. Если человек не может себе позволить покупку таких напитков, он автоматически становится перед развилкой: покупать без гарантии, но дешево, или без гарантии и переплачивать.



СИСТЕМНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ НЕЛЕГАЛЬНОГО РЫНКА

Несмотря на осуществление контрольно-надзорной деятельности и принятие различных мер государственного регулирования, нелегальный рынок алкогольной продукции существует и порождает ряд серьёзных последствий как для здоровья населения, так и для экономики страны. В ходе интервью с экспертами был сформулирован следующий набор основных последствий существования нелегального рынка алкогольной продукции.

Для демографического состояния страны

Данный блок последствий включает в себя как легальный, так и нелегальный рынок алкогольной продукции. При этом демографические последствия усугубляются повышенным риском, которым обладает некачественная и опасная для жизни нелегальная алкогольная продукция.

- Повышение рисков смертности и заболеваемости среди населения (особенно в трудоспособном возрасте 31–50 лет);
- Вымывание трудоспособного населения;
- Снижение качества человеческого капитала (продолжительности жизни, интеллектуального развития);
- Проблема социального сиротства из-за алкоголизма родителей.

Демографические риски, понятно. Повышается риск смертности, заболеваемости. Социальные риски – вымывание трудового потенциала, снижение качества человеческого капитала. Снижение качества человеческого капитала, на сегодняшний день, в условиях жесточайшей конкурентоспособной.

(Светлана Светличная, Институт экономики здравоохранения)

Для экономического состояния страны

- Недополучение государственным и муниципальными бюджетами акцизов на алкогольную продукцию, таможенных пошлин (более подробно в Приложении №8);
- Проявление недобросовестной конкуренции по отношению к добросовестным участникам рынка (выражается как в прямых экономических потерях легальных производителей, так и репутационных потерях легальных производителей);
- Теневой рынок как источник, поддерживающий коррупцию.

Ну, соседи платят деньги, взяточку. 40 000 платят, менты отстают. (муж., 40 лет, не работает, город-миллионник)

Там все знают. Там даже знаете, опорный пункт милиции рядом, и все об этом знают. В окошечко прямо продают в одном месте,

*а в другом месте в дверях окошечко сделано. Позвонил – и они,
пожалуйста, тебе дают.
(жен., не работает, 52 года, город-миллионник)*

Для потребителя (как участника рынка)

- Повышение ценовой и физической доступности алкоголя для всех социальных слоёв, склонных к употреблению;
- Нарушение прав потребителей на приобретение качественной и безопасной алкогольной продукции;
- Наличие нелегального рынка способствует смещению потребления в сторону крепкой алкогольной продукции и в целом замедляет формирование культуры цивилизованного потребления алкоголя.

*Вред для культуры потребления в том, что потребление
нелегального алкоголя – это тоже вред. Потому что культура
потребления у нас пока на очень слабом уровне. И это, в какой-
то степени, способствует укреплению позиций нелегальной
продукции.*

(Наталия Исаева, ФАС)

Для благополучия всей страны

- Репутационные потери для государства;
- Осуществление игроками нелегального рынка финансирования криминальной деятельности (в том числе за счет производства нелегальной алкогольной продукции). Как следствие: увеличение среднего уровня преступности и сокращение уровня безопасности населения (более подробно со статистикой правонарушений можно ознакомиться в Приложении №9).



МЕРЫ ПО БОРЬБЕ С НЕЛЕГАЛЬНЫМ РЫНКОМ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

В «Концепции государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации на период до 2020 года» поставлена цель полной ликвидации нелегального рынка. Однако, согласно оценкам экспертов полностью ликвидировать нелегальный рынок алкогольной продукции – задача невыполнимая, имеется лишь возможность снизить его примерно до 8–10%. Примеры самых успешных стран по этому показателю – Франция (2%) и Люксембург (7%). При этом в качестве основных аргументов невозможности полной ликвидации нелегального рынка алкогольной продукции звучали следующие:

- 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 алкогольной продукции);
- отсутствие в мировом сообществе каких-либо точных методик измерения объемов нелегального рынка алкогольной продукции;
- во всех сферах существует своя непреодолимая специфика, искоренить которую наверняка практически невозможно (например, автолавки в сёлах);
- наличие спроса на дешевую алкогольную продукцию ввиду нестабильной экономической ситуации в стране;
- запретить самогонование в домашних условиях для домашнего потребления в демократической стране невозможно.

В целом эффективность государственной политики по борьбе с нелегальным рынком алкогольной продукции является спорной – мнения экспертного сообщества поляризованы (часть оценивает в 7-8 баллов, другая – в 2-3 балла), но доминирует скептическое отношение. В оценке существует несколько развилочек.

С одной стороны, экспертами признается позитивный сдвиг, связанный с сокращением потребления и изменением структуры, сдвигом с более крепких напитков к более легким. Этот эффект часть экспертов связывает с политикой государства, часть считает следствием общих тенденций изменения культуры потребления и образа жизни, характерных для развитых стран. С другой стороны, подчеркивается, что ужесточение акцизной нагрузки не связано со снижением потребления и формированием более здоровой культуры и в то же время ведет к увеличению теневого рынка.

Поскольку статистика показывает сокращение объема потребления алкогольной продукции в целом, можно сделать вывод об определенной эффективности государственных мер, направленных на сокращение уровня потребления алкоголя населением. Однако такой вывод можно сделать скорее в отношении качественных мер государственной политики, влияющих на потребительский спрос, однако меры, направленные на взаимодействие производителей и потребителей, влияют на сохраняющуюся долю теневых продаж в совокупном объеме рынка. К таким мерам можно отнести увеличение минимальных цен на алкогольную

продукцию (в первую очередь на крепкий алкоголь), увеличение акцизов.

(Юрий Пономарев, РАНХиГС)

Если брать в общем государственное регулирование, то многое уже сделано, и нельзя недооценивать те меры, которые были реализованы по наведению порядка: ЕГАИС, другие меры. А есть то, что Минздрав, в рамках реализации Концепции деалкоголизации озвучивает... При всем моем уважении к коллегам, они говорят какие-то замечательные цифры о том, как у нас там упало в 2 раза употребление алкоголя. Но, тем не менее, мы проводим анализ рынка по реализации алкогольной продукции на территории Российской Федерации. Эти цифры говорят несколько о другом. По нашим данным, такого значительного уменьшения нет ни в одном сегменте алкогольной продукции: ни в крепком алкоголе, ни в вине, ни в пиве, ни в других алкогольных напитках.

(Наталия Исаева, ФАС)

Единственная однозначно успешная мера, подчеркиваемая почти всеми экспертами, – внедрение системы ЕГАИС и её распространение на производство, оптовую и розничную торговлю алкогольной и спиртосодержащей продукцией. Она привела к вытеснению нелегального алкоголя из легальной розницы. При этом проблема нелегальных точек продаж не решена.

В новой алкогольной политике есть явные достижения, но есть и какие-то провалы. К достижениям, видимо, следует отнести введение ЕГАИС в производстве и торговле. Налоговая служба стала работать более эффективно, контроль становится более плотным и, конечно, это влияет на уменьшение нелегального рынка. Но до его полного вытеснения нам еще далеко.

(Вадим Радаев, ЛЭСИ НИУ ВШЭ)

Если говорить о борьбе с теневым рынком в легальной рознице, в легальных магазинах, то эффективность можно сказать, 9 баллов. Потому что в легальной рознице сегодня фактически нелегальной продукции нет. Если говорить об этой же эффективности с точки зрения нелегальных мест продажи, то там 1, максимум 2. Потому что, сколько бы ни ловили, все равно есть и будут дальше.

(Леонид Попович, Союз виноградарей и виноделов России)

Однозначно эффективные	Спорная эффективность
Введение ЕГАИС 8–10 баллов из 10 Создание и распространение ЕГАИС позволило сформировать легальный рынок алкогольной продукции в легальной рознице. При этом не до конца прозрачным местом учёта алкогольной продукции эксперты назвали сегмент общественного питания и учет медицинского спирта.	Борьба с нелегальными местами продаж алкогольной продукции 2-3 балла из 10 Регуляторные меры в виде увеличения акцизной нагрузки и введения МЦП, МЦОТ, МРЦ 4-5 баллов из 10

На основе экспертных позиций был сформирован общий набор ключевых мер, способных существенно уменьшить величину нелегального рынка алкогольной продукции и, как следствие, снизить масштаб последствий его существования.

Среди предлагаемых экспертами мер **в отношении всей отрасли:**

- либерализация регуляторных мер и «не ухудшение» условий ведения бизнеса на алкогольном рынке для добросовестных производителей ЛВИ, винодельческой и пивоваренной продукции (например, упрощенное получение лицензии на производство, оборот и хранение алкогольной продукции; предоставление бизнесу права на ошибку и сразу не отзывать лицензию; предотвращение «вымывания» лицензированных торговых точек);
- развитие и совершенствование системы контроля качества и безопасности алкогольной и спиртосодержащей продукции на рынке;
- разрешение проведения разъяснительных мер в отношении алкогольной продукции в СМИ (как выбрать качественный и безопасный алкоголь, как проверить качество, как не столкнуться с подделкой);
- усиление контрольно-надзорной деятельности, в том числе за оборотом сырья для изготовления нелегальной алкогольной продукции (пищевой спирт, медицинский спирт, виноматериалы);
- ужесточение наказаний за незаконный оборот алкогольной продукции;
- стимулирование производства и оборота безалкогольной продукции и продукции с низким содержанием доли этилового спирта.

Важно, чтобы **регулирование рынка алкогольной продукции было релевантно особенностям производства и оборота отдельных видов алкогольной продукции**, как легальной, так и нелегальной. При этом различные меры государственного регулирования в таком случае должны отвечать следующим критериям:

- направленность на упрощение регулирования;
- однозначность трактования всеми участниками рынка алкогольной продукции;
- направленность на поддержание риск-ориентированного подхода.