

ИССЛЕДОВАНИЕ
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ
НЕЛЕГАЛЬНОГО РЫНКА
ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Центр развития потребительского рынка
Экономического факультета МГУ



Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
Источники данных	4
ГЛОССАРИЙ	6
РЕЗЮМЕ. СОПОСТАВЛЕНИЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРЕДЫДУЩЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ ЦРПР ОТ 23.03.2023	9
1. ОЦЕНКА ИЗМЕНЕНИЙ, ПРОИЗОШЕДШИХ В ОТРАСЛИ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ЗА 2022–2024 ГГ. В РЕЗУЛЬТАТЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА СОСТОЯНИЕ И ДИНАМИКУ НЕЛЕГАЛЬНОГО РЫНКА	11
1.1. ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ АЛКОГОЛЬНОГО РЫНКА В РАЗРЕЗЕ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ	11
1.1.1. Производство основных видов алкогольной продукции	11
1.1.2. Розничные продажи основных видов алкогольной продукции	15
1.2. ФАКТОРЫ, СТИМУЛИРУЮЩИЕ ПРОИЗВОДСТВО И ОБОРОТ НЕЛЕГАЛЬНОЙ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ	28
1.3. ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПРОИЗВОДСТВА И ОБОРОТА НЕЛЕГАЛЬНОЙ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ	37
1.4. Оценка объемов нелегального производства и оборота пивоваренной продукции. Динамика нелегального производства и оборота пивоваренной продукции	40
1.5.1. Оценка объемов нелегального производства пивоваренной продукции. Структура и динамика нелегального производства пивоваренной продукции	41
1.5.2. Оценка объемов нелегального оборота пивоваренной продукции. Структура и динамика нелегального оборота пивоваренной продукции	54
1.5. Социальные и экономические последствия нелегального рынка пивоваренной продукции	61
2. ОПИСАНИЕ ДЕЙСТВУЮЩИХ ИНСТРУМЕНТОВ БОРЬБЫ С НЕЗАКОННЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ И ОБОРОТОМ ПИВОВАРЕННОЙ ПРОДУКЦИИ, ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ	62
2.1. СИСТЕМА ЦИФРОВОЙ МАРКИРОВКИ И ПРОСЛЕЖИВАЕМОСТИ ДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ	62
2.2. РЕЕСТР ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ	66

2.3. Привязка к местам осуществления деятельности (МОД) программно-аппаратных комплексов ЕГАИС	67
2.4. Запрет «наливаек»	68
3. Прогнозы обеления теневого рынка пивоваренной продукции	70

Введение

Центр развития потребительского рынка экономического факультета МГУ в рамках программы по изучению состояния и динамики алкогольного рынка Российской Федерации проводит исследование состояния теневого рынка пивоваренной продукции, его изменений и прогнозных показателей на примере ключевого драйвера теневого сегмента пивоваренной отрасли – канала разливного пива. В период с 2020 по 2021 год включительно усиление контроля за производством и оборотом АП сопровождалось ростом потребления алкоголя (измеряемого в пересчете на чистый спирт) на душу населения и негативных последствий злоупотребления алкогольной продукцией, рынок перестраивался в связи с уходом иностранных игроков и развитием российского производства, менялись параметры теневого производства и оборота АП, а также структура потребления в сторону увеличения доли слабоалкогольной продукции.

Объект исследования: канал разливной (кеговой) продукции – пива, пивных напитков – пивоваренной отрасли Российской Федерации (далее – канал разливного пива).

Цели работы: анализ состояния канала разливного пива посредством оценки эффективности и мониторинга работы контрольно-надзорных мер, принятых в период с 2021 по 2024 г. и направленных на усиление контроля за незаконным производством и оборотом алкогольной продукции (система цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров, реестр производителей, привязка к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС, риск-ориентированный контроль, запрет «наливаек»).

Исполнитель проекта: Центр развития потребительского рынка экономического факультета МГУ.

Источники данных

1. Данные о розничной продаже пивоваренной продукции в квартальном/годовом разрезе по регионам и видам продукции за 2017–2023 гг. Источник: ЕГАИС, ЕМИСС «Розничная продажа пива, пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи в натуральном выражении».
2. Данные о производстве пивоваренной продукции в квартальном/годовом разрезе по регионам и видам продукции за 2017–2023 гг. Источник: ЕГАИС, ЕМИСС «Производство пива, пивных напитков, сидра, пуаре и медовухи в натуральном выражении».
3. Данные о внешней торговле пивоваренной продукцией за 2017–2023 гг. Источник: до 2022 г. – ФТС, с 2022 г. – UN Comtrade, код ТН ВЭД 2203.

4. Остатки продукции в натурально-вещественном исчислении за 2017–2023 гг. Источник: Росстат, ЕМИСС «Остатки продукции в натурально-вещественном исчислении на конец отчетного месяца».
5. Производство основных видов продукции за 2017–2023 гг. Источник: Росстат, ЕМИСС «Производство основных видов продукции в натуральном выражении».
6. Социально-экономические и климатические характеристики регионов России. Источники: Минздрав, заболеваемость населения; Росстат: Сборник «Уровень жизни», «Средняя месячная температура воздуха по субъектам Российской Федерации», «Постоянная численность населения по субъектам Российской Федерации».
7. Данные о сборе акцизов Федерального казначейства РФ за 2019–2023 гг.
8. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» и «Кодекс».
9. Данные экспертных интервью, проведенных в ходе исследования с экспертами алкогольного рынка РФ (14 интервью с представителями органов законодательной и исполнительной власти, бизнеса, независимого экспертного сообщества).

10. **Дополнительные материалы**

В качестве дополнительных материалов использовались результаты исследований Центра развития потребительского рынка «Производство и оборот кеговой пивоваренной продукции в Российской Федерации» (апрель 2022 г.), «Текущее состояние теневого рынка алкогольной продукции» (январь 2022 г.), «Текущее состояние теневого рынка алкогольной продукции» (апрель 2023 г.), «Основные формы нелегального рынка пивоваренной продукции и инструменты борьбы с ним» (2020 г.), научные публикации Miller N. H., Weinberg M. C. Understanding the price effects of the MillerCoors joint venture //Econometrica. – 2017. – Т. 85. – №. 6. – С. 1763–1791, Toro-González D., McCluskey J. J., Mittelhammer R. C. Beer snobs do exist: Estimation of beer demand by type //Journal of agricultural and resource economics. – 2014. – С. 174–187 и др.

Методология

В рамках данного исследования проводится ретроспективный анализ состояния пивоваренной отрасли с 2022 г. по текущий период в части производства и оборота пивоваренной продукции, включая нелегальный сегмент рынка. Методологическую основу

данной работы составили экономические, статистические, эконометрические и социологические исследования. В частности, изучены основные изменения в нормативном правовом регулировании, контрольно-надзорной и правоохранительной деятельности, произошедшие с 2022 г. Оценка последствий производилась на основе анализа данных, полученных из официальных государственных информационных источников.

Количественная оценка объемов нелегального производства и оборота пивоваренной продукции осуществлялась с использованием открытых (публичных) официальных источников информации, а также с помощью статистических и эконометрических методов.

Глоссарий

Основные формы незаконного производства алкогольной продукции (данная терминология была определена в исследовании ЛЭСИ ВШЭ 2018 г.¹):

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

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

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

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

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

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

¹ ЛЭСИ ВШЭ, 2018, Масштабы нелегального рынка пивоваренной продукции и его влияние на индустрию и экономику Российской Федерации, стр. 48, URL: [<https://www.hse.ru/org/projects/349868623>].

Контрафактная продукция – продукция, выпущенная с неправомерным размещением на ней (подделкой) товарных фирменных знаков и нарушением исключительных прав собственников зарегистрированных товарных знаков на использование этих товарных знаков².

Контрафактными являются товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение (статьи 1515 и 1519 ГК РФ);

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

Магазин разливного пива/Бир-бутик – специализированный магазин с представленной в ассортименте пивоваренной продукцией, преимущественно или исключительно разливной. **Вследствие отсутствия нормативного определения авторы используют определение экспертов.**

Бойлерное (танковое) пиво – пивоваренная продукция, поставляемая в точки продажи в двух видах: а) разлитая на этапе производства в **бойлеры** (танки) – стальные емкости объемом от 100 до 1000 литров, б) транспортируемая в кегах или автоцистернах для перевозки пива в точку продажи, где она переливается в стационарные бойлеры для реализации в розлив на вынос. **Вследствие отсутствия нормативного определения авторы используют определение экспертов.**

Кег – полимерная или металлическая емкость, предназначенная для хранения и транспортировки пива и слабоалкогольных напитков и не предназначенная для реализации конечному потребителю.

Кеговая пивоваренная продукция – продукция, поставляемая в кегах в точку розничной продажи для дальнейшей реализации.

Минимальная розничная цена, МРЦ – устанавливаемая Министерством финансов России цена товара, ниже которой запрещается торговать розничным продавцам.

«Наливайки» – определение экспертов: магазины алкогольной продукции, которые маскируются под точки общественного питания. **Авторы используют определение экспертов.**

Продажа пивоваренной продукции в розлив на вынос – розничная продажа пивоваренной продукции, при которой продукция разливается в потребительскую тару непосредственно в торговой точке, укупоривается и выносится для потребления не в месте

² Часто встречается расширительное понятие контрафакта, распространяющееся на все формы незаконного оборота продукции. Мы используем понятие контрафактной продукции в более строгом значении.

покупки. **Вследствие отсутствия нормативного определения авторы используют определение экспертов.**

Пиво и пивоваренная продукция включает понятия:

1. Пиво – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, изготовленная из пивоваренного солода, специального пивоваренного солода, хмеля и (или) хмелепродуктов, подготовленной (исправленной) воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматизаторов и пищевых добавок.

2. Пивные напитки – напитки, изготавливаемые на основе пива – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, не более 7% объема готовой продукции, которая произведена из пива (не менее 40% объема готовой продукции) и (или) приготовленного из пивоваренного солода пивного сусла (не менее 40% массы сырья), воды с добавлением или без добавления зернопродуктов, сахаросодержащих продуктов, хмеля и (или) хмелепродуктов, плодового и иного растительного сырья, продуктов их переработки, ароматических и вкусовых добавок, без добавления этилового спирта.

3. Пивоваренная продукция (согласно определению ТР ЕАЭС 047/2018) – алкогольная продукция, произведенная из пивоваренного сырья и (или) пива без добавления или с добавлением плодового или иного растительного сырья, продуктов их переработки, ароматизаторов, без добавления этилового спирта.

Тарированная пивоваренная продукция – пивоваренная продукция, упакованная/разлитая в потребительскую тару (металлические банки, стеклянную или ПЭТ-тару) на этапе производства и поступившая в розничную продажу для реализации конечному потребителю. **Авторы используют определение экспертов.**

Резюме. Сопоставление с результатами предыдущего исследования ЦРПР от 23.03.2023

- Канал продажи разливного пива (КРП), который возник в результате массового производства и распространения пеногасителей («пегасов») и неуклонно рос с 2000–2002 по 2022 г., по оценкам Центра остается относительно стабильным с 3-го кв. 2022 г. (23,6% всего пивоваренного рынка) по 3-й квартал 2024 г. (25,6% рынка, небольшой рост в пределах погрешности). Из этой доли КРП 25,6%: 6,3% приходится на общепит, 17,6% – на магазины разливного пива, 1,7% – на точки «псевдообщепита».
- Канал продажи разливного пива **остается разделенным на два неравных сегмента, соотношение и объемы которых в 2024 году в сравнении с началом 2023 года остаются практически без изменений.**

Первый, меньший сегмент, занимающий 1,5–2% от общего объема продаж – продукция малых, крафтовых пивоварен и премиальных брендов крупных производителей, реализуемая в основном барами, кафе и ресторанами, а также магазинами крафтового пива. Он стабилен, **работает с соблюдением законодательных требований.**

В отношении значительной доли **второго сегмента проблема правоприменения по-прежнему остается актуальной.** Этот сегмент представлен в основном **специализированными пивными магазинами и магазинами-барами,** осуществляющими торговлю навынос преимущественно круглосуточно. Потребительская аудитория со средними и низкими доходами. По состоянию на 3-й кв. 2024 г. нелегальная составляющая занимает 18,9–19,7% всего пивоваренного рынка, 2023 г. – 18,4–21,9%, 2022 г. – 16,2–22,2%.

Из оценки в 18,9% (3-й кв. 2024 г.) на разливное пиво приходится 16,7% (в т. ч. 10,8% на магазины разливного пива, 2,2% на «псевдообщепит», 3,7% на общепит), на тарированную продукцию – 2,2%.

- Ключевыми стимулами роста и поддержания теневого сегмента пивоваренной отрасли в текущий период остаются: проблемы правоприменения в канале разливного пива, экономическая выгода для недобросовестных производителей и продавцов, ограниченные ресурсы контрольно-надзорных ведомств, **мораторий на контрольно-надзорную деятельность** (по состоянию на 2022 и 2023 гг.), а также востребованность пива у потребителя.
- По результатам, полученным с помощью балансового метода, за 2 года **доля нелегальных продаж легально произведенной продукции снизилась с 6,1% до**

5,5%, в то же время доля нелегального производства пива остается на том же уровне: 10,1–16,1% в 2021 г., 12,9–16,4% в 2023 г.

- Введенные в период 2021–2024 гг. контрольно-надзорные меры демонстрируют разную степень эффективности: действенность системы цифровой маркировки и прослеживаемости товара «тормозится» мораторием на КНД и разным уровнем активности региональных органов власти. Другие меры, такие как запрет «наливаек», привязка к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС, в ряде регионов уже сейчас показывают свою эффективность.
- 3 ключевые тенденции динамики теневого рынка пива за исследуемый период:
 - доля нелегального рынка относительно стабильна, значимого обеления не наблюдается;
 - объем нелегального рынка растет в абсолютном выражении на фоне роста общих объемов потребления и при стабильной доле неучтенной продукции;
 - нелегальный рынок «локализуется» – перетоки между регионами замедляются, то есть нелегальный рынок в регионах меньше распространяется на соседние территории, что может в будущем оказывать сдерживающий эффект на рост нелегального рынка как в абсолютном, так и в относительном выражении.
- Отсутствие значимого роста ключевого драйвера теневого сегмента пивоваренной отрасли – канала разливного пива – на фоне роста показателей легальных производства и оборота пива, а также с учетом вводимого комплекса мер по пресечению нелегального алкогольного рынка, позволяют сделать вывод об отсутствии роста нелегального производства и оборота пивоваренной продукции в изучаемый период с марта 2023-го по 3-й квартал 2024 года.

1. Оценка изменений, произошедших в отрасли пивоваренной продукции за 2022–2024 гг. в результате воздействия факторов, влияющих на состояние и динамику нелегального рынка

1.1. Общее описание алкогольного рынка в разрезе видов продукции

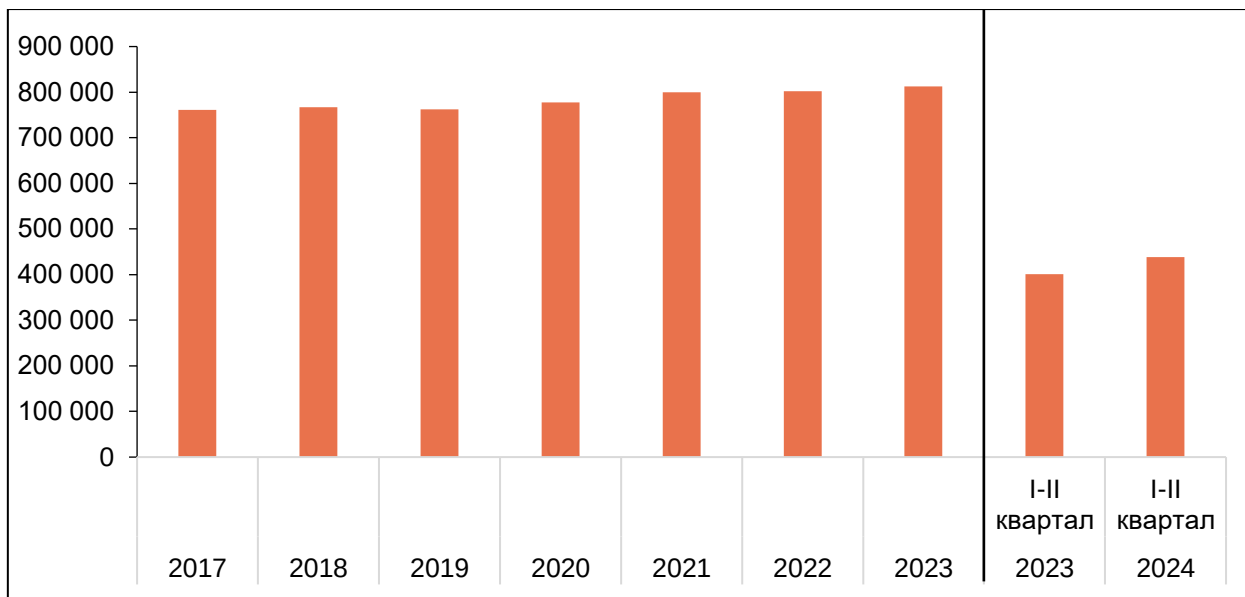
Российский рынок алкогольной продукции на протяжении последних нескольких лет демонстрирует значительную устойчивость и стабильность, оставаясь значимым источником акцизных и налоговых поступлений для государства, доходов для производителей и торговых компаний. Алкогольная продукция продолжает сохранять высокий уровень спроса среди населения. Отмечаемая с 2020 г. тенденция роста производства и продаж алкогольной продукции сохраняется. В этом разделе представлена динамика объёмов производства и розничных продаж алкогольной продукции в России в разрезе основных видов продукции.

1.1.1. Производство основных видов алкогольной продукции

Пивоваренная продукция

Согласно данным ЕГАИС, с 2017 г. объём производства пивоваренной продукции растёт, что обусловлено постепенным снижением импорта и ростом продаж (Рисунок 1, Таблица 1). Исключением стал 2019 г., когда производство немного снизилось – на 0,67% по сравнению с 2018 г., наиболее значительный рост производства – в 2021 г., он составил 2,83% по сравнению с 2020 г. В 2023 г. был зафиксирован рекордный за рассматриваемый период объём производства пивоваренной продукции, он составил 812,8 млн дал.

Рисунок 1. Объем производства пивоваренной продукции, тыс. дал, 2017–2024 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)



Для большей наглядности можно обратиться к числовым значениям.

Таблица 1. Объем производства пивоваренной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

Год	Период	Объём производства, млн дал	Изменение в %
2017	I-IV квартал	761,2	
2018	I-IV квартал	767,3	0,80
2019	I-IV квартал	762,1	-0,67
2020	I-IV квартал	777,9	2,08
2021	I-IV квартал	799,9	2,83
2022	I-IV квартал	802,5	0,33
2023	I-IV квартал	812,8	1,28

Поскольку за 2024 год доступны данные только за первое полугодие, корректным будет проводить сравнение именно с показателями за аналогичный период предыдущего года.

Таблица 2. Объем производства пивоваренной продукции, тыс. дал, 2023–2024 гг. по полугодиям. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

Год	Период	Объём производства, тыс. дал	Изменение в %
2023	I-II квартал	401 443,769	
2024	I-II квартал	438 958,758	9,3%

Можно заметить, что объём производства за первые 6 месяцев 2024 г. превышает объёмы производства в 2023 г. на 9,3%, рынок пивоваренной продукции в 2024 г. растёт рекордными темпами.

Винодельческая продукция

Динамика производства вина демонстрирует наличие разнонаправленной тенденции, характеризующейся как снижением, так и ростом объёмов выпуска продукции в различные годы (Рисунок 2). Так, в 2018, 2020, 2021 и 2023 годах наблюдалось сокращение производства на 4,9%, 5,7%, 3,6% и 8,3% соответственно. В 2019 г. зафиксирован рост объёмов на 7,87%, что позволило достичь максимального уровня производства за рассматриваемый период, равного 32,8 млн дал. Наибольший прирост производства, на 9,65%, был зафиксирован в 2022 г. В 2023 г. объёмы вновь сократились, однако за первые шесть месяцев 2024 г. отмечено существенное увеличение производства на 11,7% в сравнении с аналогичным периодом 2023 г.

Рисунок 2. Объем производства вина, тыс. дал, 2017–2024 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

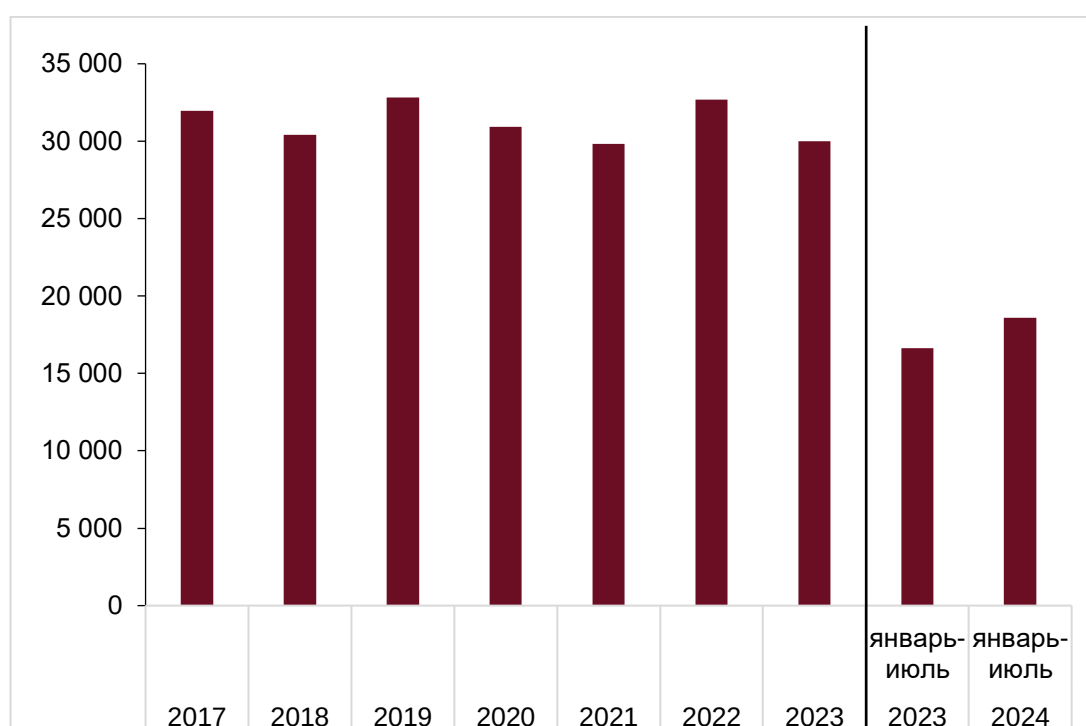


Таблица 3. Объем производства вина, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

	Период	Объём производства, тыс. дал	Изменение в %
2017	январь-декабрь	31 974	
2018	январь-декабрь	30 414	-4,88
2019	январь-декабрь	32 808	7,87
2020	январь-декабрь	30 930	-5,72
2021	январь-декабрь	29 814	-3,61
2022	январь-декабрь	32 692	9,65
2023	январь-декабрь	29 991	-8,26

Таблица 4. Объем производства вина, тыс. дал, 2023–2024 гг. за первые 7 месяцев. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

2023	январь-июль	16 634	
2024	январь-июль	18 581	11,71

Крепкая алкогольная продукция

Как и в пивоваренной отрасли, производство крепкой АП относительно стабильно растет с 2017 года (Рисунок 3, Таблица 5). Исключениями являются 2018 и 2020 гг., когда производство немного снизилось – на 0,44% и 2,63% соответственно. При сопоставлении динамики за первые 7 месяцев 2024 и 2023 гг. можно отметить рост объёмов производства на 9,7%.

Рисунок 3. Объем производства крепкой алкогольной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

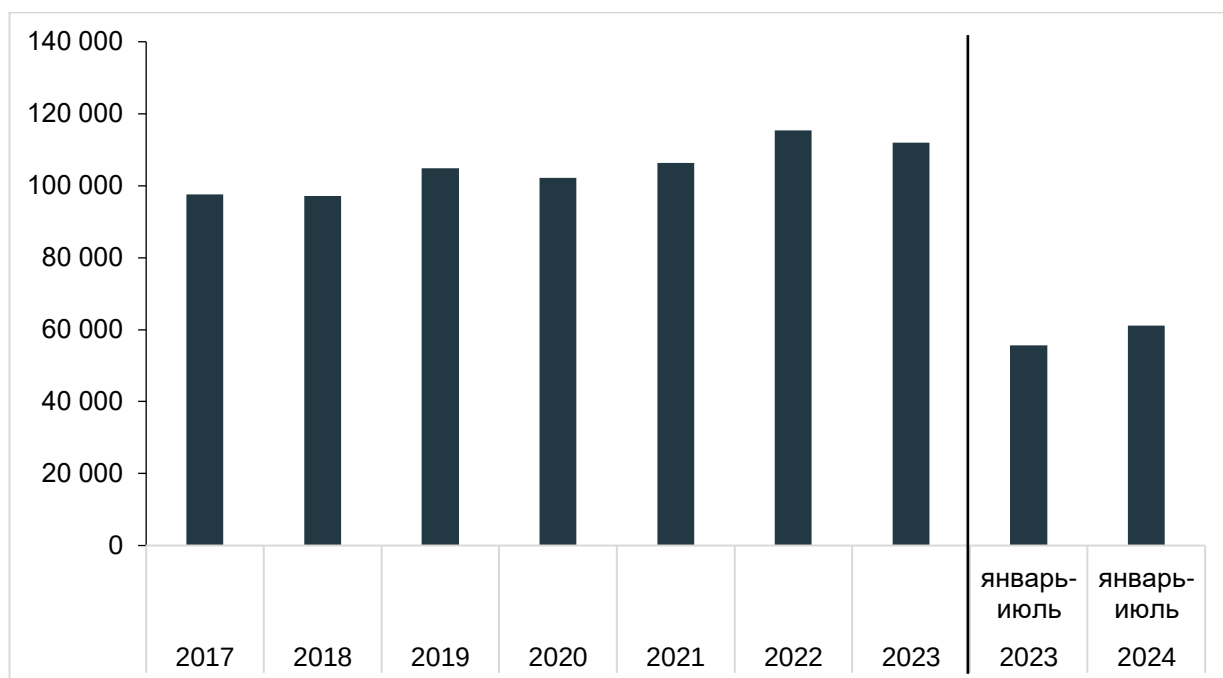


Таблица 5. Объем производства крепкой алкогольной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

Год	Период	Объем производства, тыс. дал	Изменение в %
2017	январь-декабрь	97 573	
2018	январь-декабрь	97 144	-0,44
2019	январь-декабрь	104 915	8,00
2020	январь-декабрь	102 154	-2,63
2021	январь-декабрь	106 398	4,15
2022	январь-декабрь	115 386	8,45
2023	январь-декабрь	111 913	-3,01

Таблица 6. Объем производства крепкой алкогольной продукции, тыс. дал, 2023–2024 гг. за первые 7 месяцев. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

2023	январь-июль	55 703	
2024	январь-июль	61 091	9,67

Таким образом, в период с 2017 по 2024 г. на алкогольном рынке РФ отмечается тенденция к росту производства крепкой и пивоваренной продукции. При этом наиболее интенсивный рост отмечается в производстве пива. Динамика производства винодельческой продукции разнонаправленна. Тем не менее в первом полугодии 2024 года в сравнении с 2023-м произошло увеличение производства всех трех рассматриваемых категорий алкогольной продукции, включая вино.

1.1.2. Розничные продажи основных видов алкогольной продукции

Пивоваренная продукция

Розничная продажа пивной продукции за рассматриваемый период характеризуется неоднородной динамикой, включающей как фазы роста, так и спада (Рисунок 4, Таблица 7). Тем не менее можно отследить тренд на рост розничных продаж, с 2017 г. они росли в среднем на 1,1%, а за первое полугодие 2024 г. розничные продажи выросли на 6,1%.

Рисунок 4. Объем розничных продаж пивоваренной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

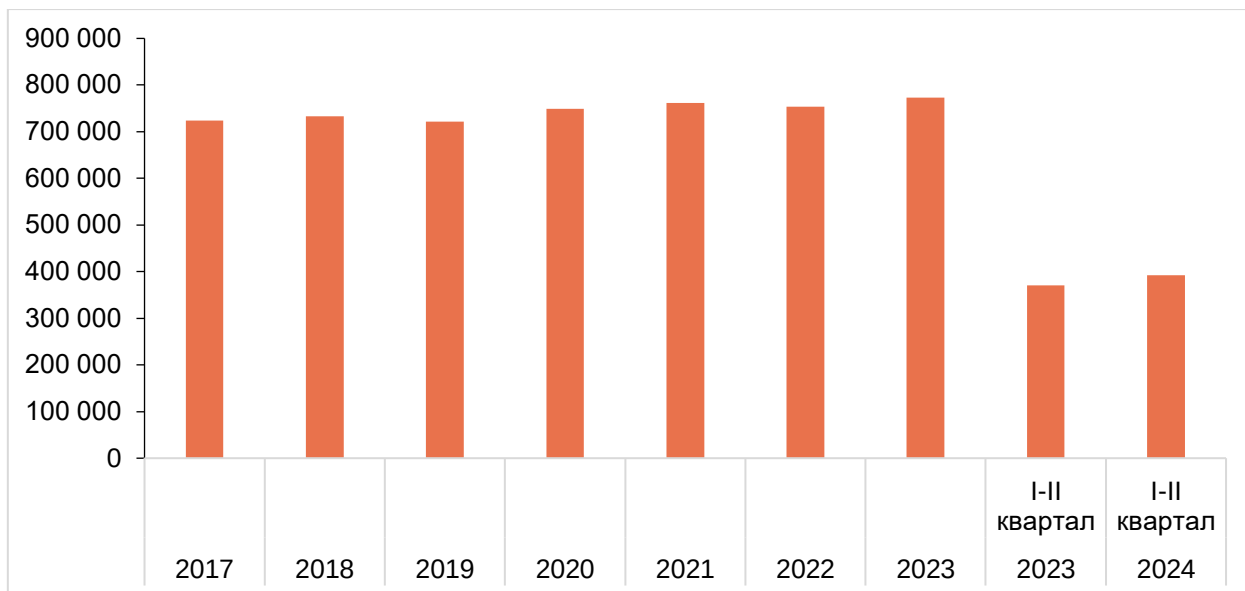


Таблица 7. Объем розничных продаж пивоваренной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

Год	Период	Объём розничных продаж, тыс. дал	Изменение в %
2017	I-IV квартал	723 777	
2018	I-IV квартал	732 650	1,23
2019	I-IV квартал	721 800	-1,48
2020	I-IV квартал	748 724	3,73
2021	I-IV квартал	761 518	1,71
2022	I-IV квартал	753 473	-1,06
2023	I-IV квартал	772 906	2,58

Таблица 8. Объем розничных продаж пивоваренной продукции, тыс. дал, 2017–2024 гг. за первое полугодие. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

2023	I-II квартал	370 033	
2024	I-II квартал	392 722	6,13

Винодельческая продукция

В отличие от производства, розничные продажи вина демонстрируют положительную тенденцию на протяжении всего рассматриваемого периода. Исключение составил 2021 г., в котором было зафиксировано небольшое снижение – 0,7%. Самый большой рост розничных продаж был зафиксирован в 2018 г., когда он составил 6,02%. В последующие годы наблюдалась более умеренная динамика: в 2019 г. продажи увеличились

на 1,9%, а в 2022 г. – на 0,8%. Примечательным является 2020 г., когда зафиксирован значительный рост в 5,46%. Пиковое значение продаж было достигнуто в 2023 г., объем продаж вырос на 5,8% за год и составил 56,5 млн дал. Первые 7 месяцев 2024 г. также демонстрируют положительную тенденцию, за этот период объёмы розничных продаж выросли на 1,4%.

Рисунок 5. Объем розничных продаж винодельческой продукции, тыс. дал, 2017–2024 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

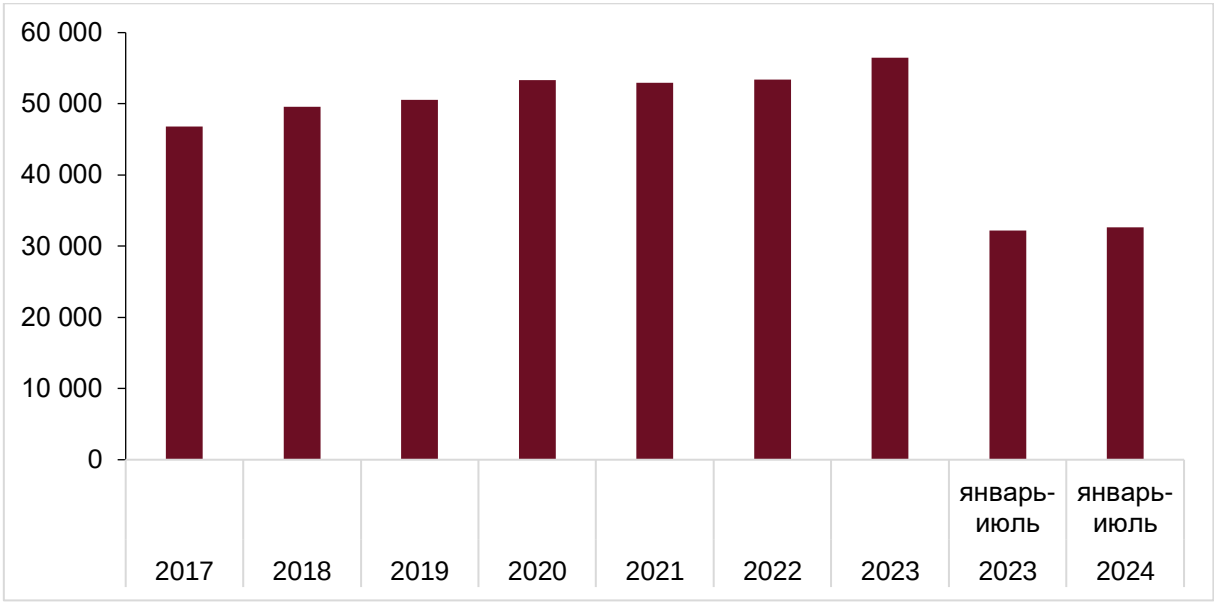


Таблица 9. Объем розничных продаж винодельческой продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

Год	Период	Объём розничных продаж, тыс. дал	Изменение в %
2017	январь-декабрь	46 791	
2018	январь-декабрь	49 606	6,02
2019	январь-декабрь	50 567	1,94
2020	январь-декабрь	53 327	5,46
2021	январь-декабрь	52 949	-0,71
2022	январь-декабрь	53 386	0,82
2023	январь-декабрь	56 460	5,76

Таблица 10. Объем розничных продаж вина, тыс. дал, 2017–2024 гг. за первые 7 месяцев. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

2023	январь-июль	32 177	
2024	январь-июль	32 639	1,43

Крепкая алкогольная продукция

Крепкая алкогольная продукция на протяжении всего рассматриваемого периода демонстрировала устойчивый рост (Рисунок 6, Таблица 11). Наиболее значительное увеличение объема продаж наблюдалось в 2018 и 2022 гг., когда розничные продажи выросли на 8,72% и 6,80% соответственно. В 2023 г. объем розничных продаж крепкой АП достиг своего исторического максимума, составив 116,3 млн декалитров. Более того, согласно данным ЕГАИС, в первом полугодии 2024 г. объем розничных продаж крепкой алкогольной продукции превысил показатели аналогичного периода 2023 г. на 4,14%.

Рисунок 6. Объем розничных продаж крепкой алкогольной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

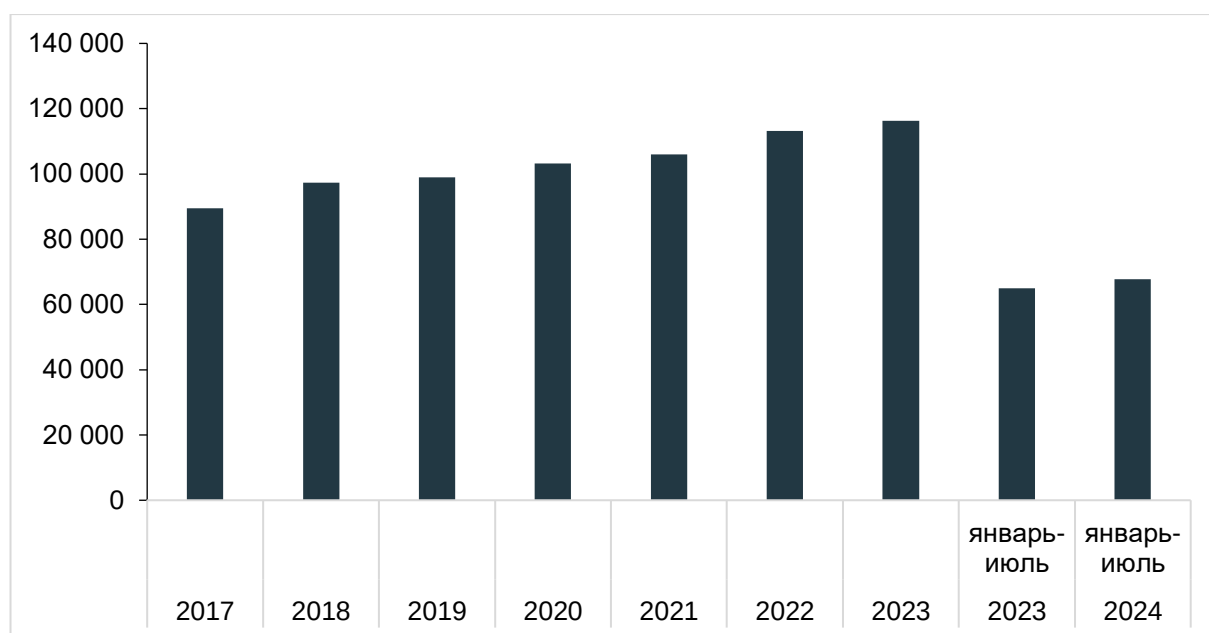


Таблица 11. Объем розничных продаж крепкой алкогольной продукции, тыс. дал, 2017–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

Год	Период	Объём розничных продаж, тыс. дал	Изменение в %
2017	январь-декабрь	89 529	
2018	январь-декабрь	97 339	8,72
2019	январь-декабрь	98 893	1,60
2020	январь-декабрь	103 272	4,43
2021	январь-декабрь	105 955	2,60
2022	январь-декабрь	113 159	6,80
2023	январь-декабрь	116 279	2,76

Таблица 12. Объем розничных продаж крепкой алкогольной продукции, тыс. дал, 2017–2024 гг. за первые 7 месяцев. Источник: построено авторами на основе данных ЕГАИС (ЕМИСС)

2023	январь-июль	64 993	
2024	январь-июль	67 682	4,14

В каждой из основных групп алкогольной продукции наблюдается рост продаж, что может быть обусловлено как ростом спроса со стороны населения, так и обелением рынка. По мнению ряда экспертов, рост производства и продаж во всех категориях алкогольной продукции в 2022 и 2023 гг. происходит в результате обеления алкогольного рынка:

«Обеляется рынок, как будто бы растут продажи. Однако показатель заболеваемости алкогольными психозами снизился с 24,2 в 2022 г. на 100 тыс. нас. до 23,8 в 2023 г.

Снижение потребления алкогольной продукции, согласно мнению экспертов, подтверждается косвенными показателями продолжающегося снижения уровня заболеваемости и смертности населения от причин, связанных со злоупотреблением алкоголя. Что на фоне роста легальных продаж эксперты объясняют процессами обеления алкогольного рынка России.

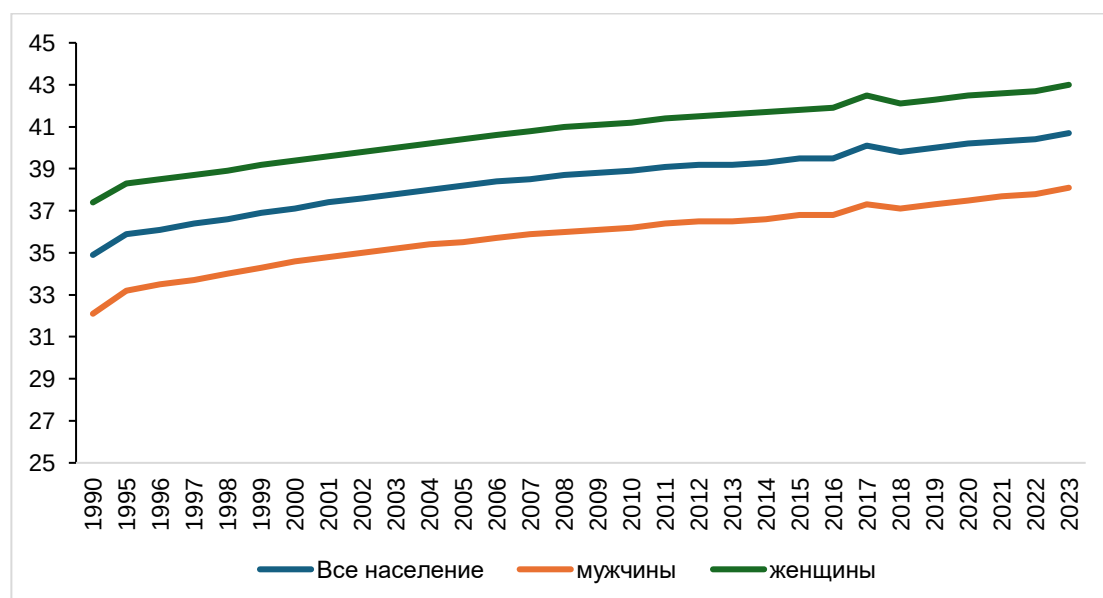
Общая заболеваемость алкоголизмом и алкогольными психозами снизилась с 795,7 на 100 тыс. нас. в 2022 г. до 776,5 в 2023 г., а число

умерших по причинам, связанным с потреблением алкоголя, снизилось с 43 091 чел. в 2022 г. до 42 152 чел. в 2023 г.

Смертность от непосредственно обусловленных алкоголем причин снизилась на 2% и составила в России в 2022 г. 29,4 на 100 тыс. нас., а в 2023 г. 28,8. Также за указанный период снизилась с 8 до 7,9 на 100 тыс. нас. смертность от алкогольных отравлений, составляющая примерно треть показателя непосредственно обусловленной алкоголем смертности. В свою очередь, этот показатель считается одним из надежных индикаторов потребления алкоголя в российской и зарубежной науке».

На основании сопоставления динамики производства и розничных продаж пивоваренной, винодельческой и крепкой алкогольной продукции можно отметить несколько тенденций. Во-первых, продолжается рост продаж алкогольной продукции, сопровождаемый воздействием стрессогенных факторов и изменением половозрастной структуры населения (по данным Росстата население «стареет», средний и медианный возраст стабильно растет, доля молодого населения, потребляющего алкоголь в малых количествах, снижается (Рисунок 7), а доля мужчин в населении немного растет). Эти факторы влияют не только на легальный сегмент и регистрируемые розничные продажи, но и стимулируют продажи в нелегальном сегменте, т.к. растет спрос на покупку алкогольной продукции в целом, независимо от её легальности. Во-вторых, прекращается рост доли слабоалкогольных напитков в структуре потребления, продолжавшийся с 2004 по 2020 гг., и возобновляется рост доли крепкого алкоголя – возврат к «северной» модели потребления АП (доля потребления крепкой АП в пересчете в чистый спирт более 45%, такая структура потребления наблюдается в 16 регионах). В-третьих, рост розничных продаж алкогольной продукции может быть обусловлен не только ростом потребления. Одна из возможных причин роста продаж – обеление рынка, при котором ранее не регистрируемая продукция переходит в легальное поле, потребитель нелегальной алкогольной продукции переключается на легальную.

Рисунок 7. Средний возраст населения, 1990–2023 гг. Источник: построено авторами на основе данных Росстата



По данным Росалкогольтабакконтроля розничные продажи алкогольной продукции повысились с 6,03 литра чистого спирта на душу населения в 2019 году до 6,56 литра в 2023г. (2020г. – 6,18 л, 2021г. – 6,34 л, 2022г. – 6,41 л.)

При этом расчёты ФГБУ «ЦНИИОИЗ» Минздрава России в соответствии с Методикой показали, что потребление алкоголя на душу населения снизилось с 9,4 л этанола в 2018г. до 8,63 л. В 2023г.

Таким образом, с учетом снижения потребления алкоголя на фоне роста розничных продаж, т. е. сближением показателей регистрируемого потребления и оцененного общего потребления, а также учитывая реализуемый комплекс мер по борьбе с нелегальным рынком алкоголя, эксперты от ФОИВ делают вывод о тенденции постепенной легализации (обеления) алкогольного рынка России.

Структура рынка пивоваренной продукции

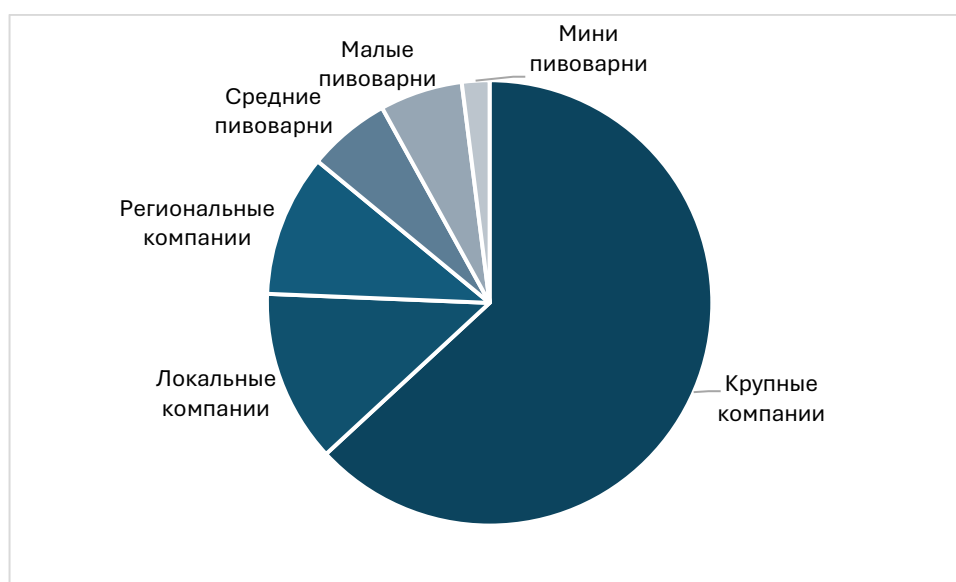
Производство пивоваренной продукции условно можно разделить на массовый сегмент, характеризующийся более низкой ценой, занимающий около 85% рынка, и «премиальный» сегмент, характеризующийся более высокой ценой и занимающий около 15% всего пивоваренного рынка.

Массовый сегмент пива представлен тремя наиболее крупными компаниями, двумя национальными («Балтика», «Объединенные Пивоварни – Холдинг») и одной транснациональной (AB InBev Efes), крупными локальными и региональными компаниями, выпускающими продукцию под собственным брендом (такие компании, как «Московская пивоваренная компания», «Завод Трехсосенский», «Томское пиво» и

«Очаково»), а также средними пивоварнями, в основном выпускающими «дженерик-бренды» (например, «Чешское», «Немецкое», «Жигулевское») и производящими значительные объемы «дисконтного» пива – продукции, реализуемой по минимальной цене в магазинах разливного пива.

На долю «первой тройки» производителей пива приходится около 63% всего пивоваренного рынка и порядка 70% сегмента, крупные локальные и региональные компании занимают около 23% (12,5% – локальные компании, 10% – региональные) всего пивоваренного рынка и 24% сегмента, а средние пивоварни – около 6% всего рынка и 6% сегмента.

Рисунок 8. Структура пивоваренного рынка. Построено авторами на основе данных Profibeer, Nielsen, собственных расчетов.



Массовый сегмент можно охарактеризовать как олигополию, рынок представлен несколькими крупными производителями, потребитель, как правило, не демонстрирует высокую лояльность какому-либо отдельно взятому бренду, ключевой фактор покупки – цена (см., например, Miller, Weinberg, 2017³ Toro-González, McCluskey, Mittelhammer, 2014⁴). Поэтому между производителями в этом сегменте можно наблюдать достаточно высокую ценовую конкуренцию и достаточно низкие для рынка показатели рентабельности, в пределах 3–14%.

Премиальный сегмент представлен:

- отдельными брендами крупных и средних пивоварен;

³ Miller N. H., Weinberg M. C. Understanding the price effects of the MillerCoors joint venture //Econometrica. – 2017. – Т. 85. – №. 6. – С. 1763–1791.

⁴ Toro-González D., McCluskey J. J., Mittelhammer R. C. Beer snobs do exist: Estimation of beer demand by type //Journal of agricultural and resource economics. – 2014. – С. 174–187.

- контрактными и ресторанными пивоварнями, на долю которых приходится по 0,1% всего пивоваренного рынка, в России около 200–400 таких предприятий;
- мини-пивоварнями, продукция которых представлена в магазинах разливного пива и крафтовых барах, этот формат занимает около 2% всего рынка пивоваренной продукции;
- малыми пивоварнями, которые составляют 6% рынка.

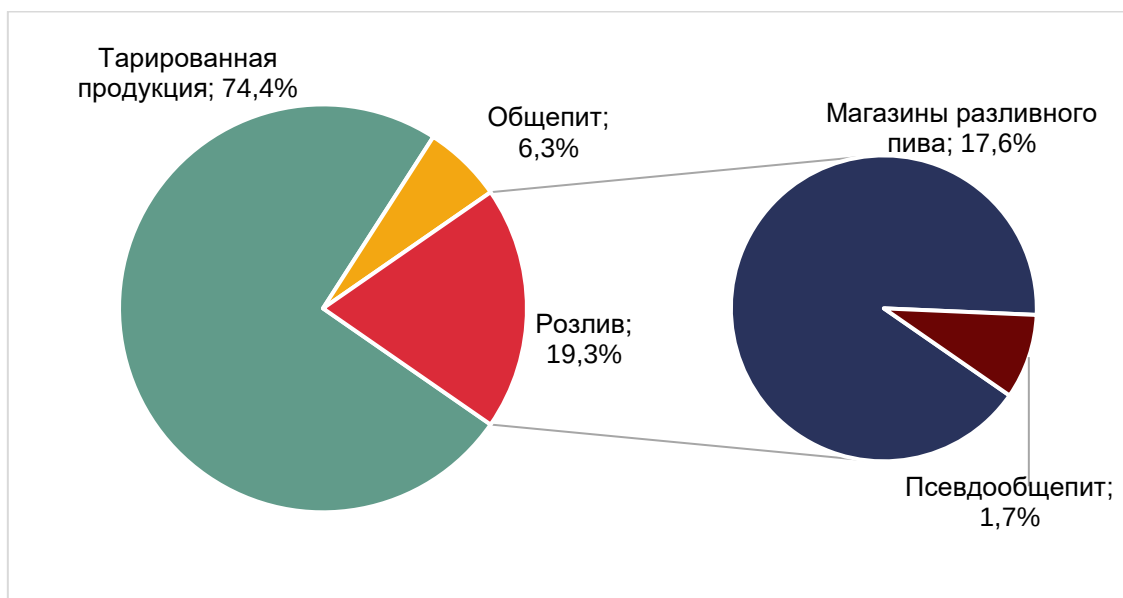
Что касается соотношения отечественного и импортного производства, по данным NielsenIQ, начиная с мая 2023 года доля импортной продукции в структуре продаж пива в России увеличилась с 5,5% до 6,8%, в натуральном выражении рост составил 28%. В то же время, по данным ЦРПТ, оператора системы маркировки «Честный знак», объемы регистрируемого импорта пива в Россию в 2024 году возросли на 18%.

Структура пивоваренного рынка по каналам продаж

Для анализа данных по долям, которые занимают разные каналы продаж, были собраны данные о точках реализации разливной пивоваренной продукции (торговые точки с категориями «магазин пива», «магазин разливного пива», «пивной бар») по всем (1118) городам России в 85 субъектах федерации на основе данных информационных геосистем (далее – ИГС), Яндекс.Карт, Google maps, 2ГИС, а также данных Росстата о количестве объектов розничной торговли по регионам. Стоит отметить, что данный анализ отражает количество точек сбыта разливного пива, не учитывая объемы реализации продукции. Для оценки распределения каналов продаж вводится предпосылка, что каждая точка имеет схожие обороты.

На стороне продаж рынок пивоваренной продукции можно разделить на два больших сегмента. Первый – продажа тарированной продукции, осуществляемая ритейлом и алкомаркетами. На этот канал продаж по состоянию на август 2024 г. по оценкам Центра приходится 74,4%. Второй канал – канал разливного пива, он представлен точками общепита (бары, кафе, рестораны), на них приходится порядка 6,3% продаж пивоваренной продукции, а также магазинами разливного пива/бир-бутиками (специализированными пивными магазинами) и «наливайками», на которые приходится 19,3% продаж, из которых 1,7% приходится на «псевдообщепит», магазины, которые регистрируются как точки общепита для обхода законодательства, в первую очередь по времени продажи.

Рисунок 9. Структура продаж пивоваренной продукции. Построено авторами на основе ГИС.



Пиво массового сегмента реализуется в основном в виде тарифованной продукции, но также представлено и в канале разливной продукции. Пиво премиального сегмента реализуется в основном через специализированные крафтовые пивные магазины, в барах, а также через магазины разливного пива.

Распределение каналов продаж по регионам

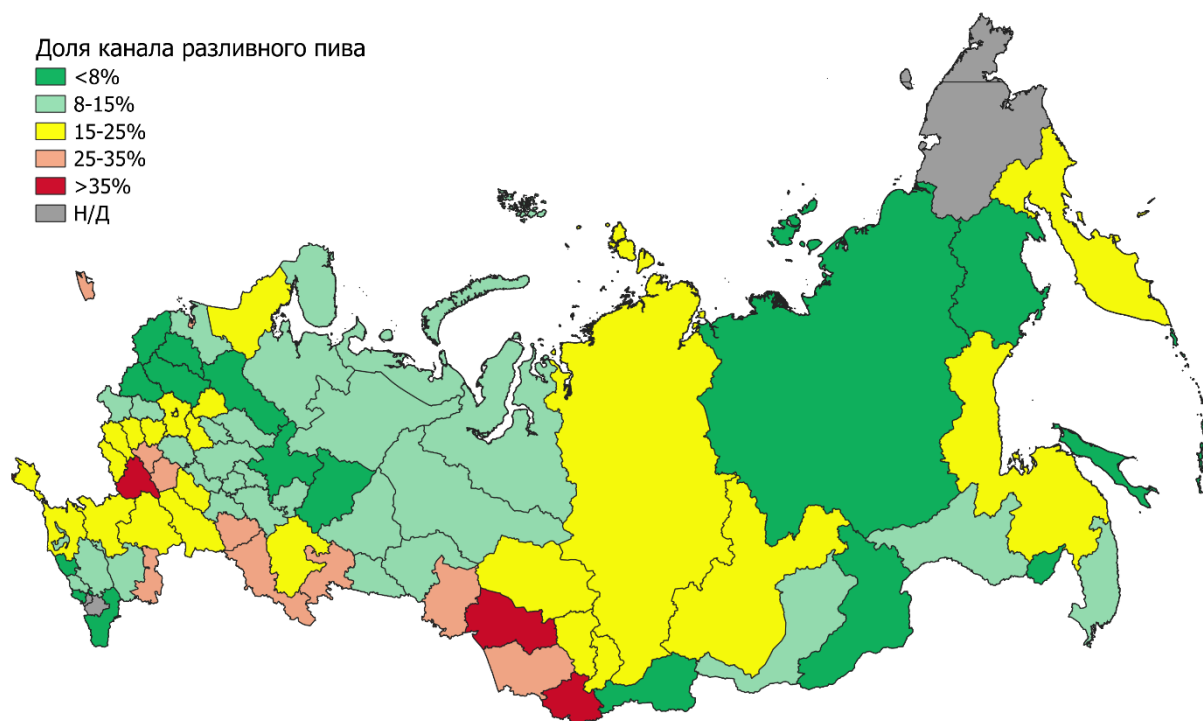
Тарифованная продукция реализуется преимущественно на Дальнем Востоке, а также части Центральной России и юга (Рисунок 10). В Сибирском, Уральском и Северо-Западном федеральных округах доля тарифованной продукции немного ниже – 75–85%. Наконец, часть регионов юга ЦФО и ПФО, а также южная часть Сибири имеют наиболее низкие доли тарифованной продукции – 65–75%. Так, тарифованное пиво наименее популярно в Республике Алтай – доля канала составляет менее 35%.

Рисунок 10. Распределение канала тарифованной продукции по регионам. Построено авторами на основе ГИС



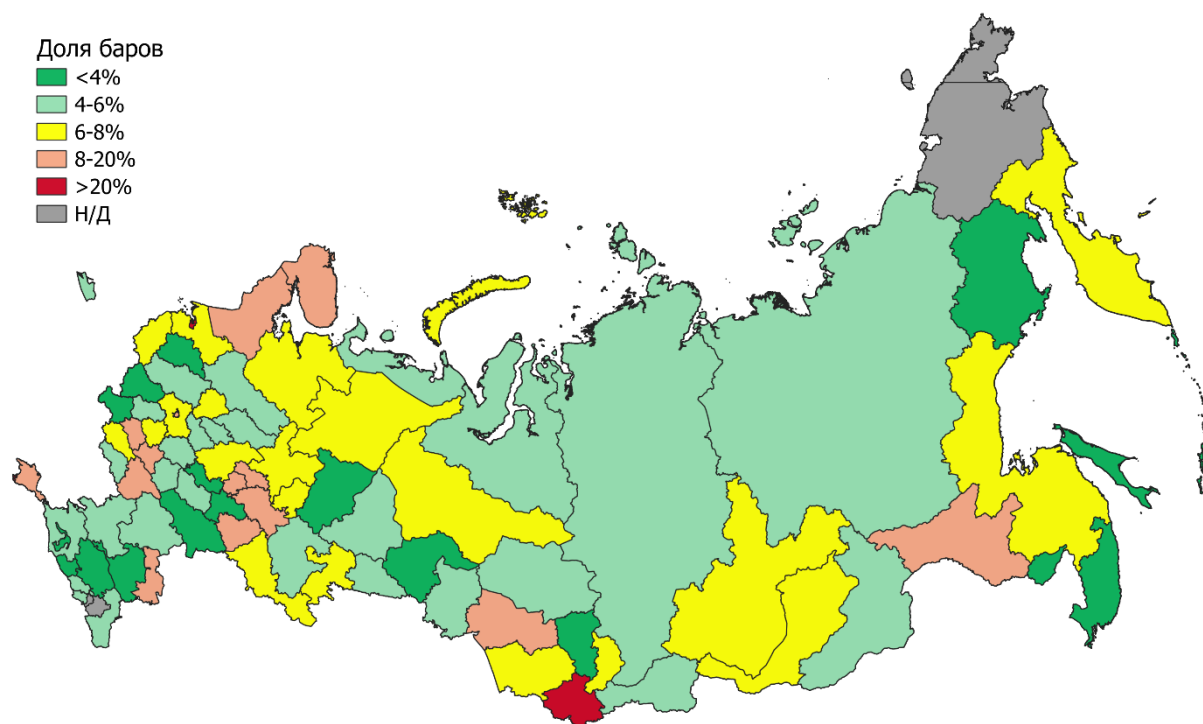
Что касается канала разливного пива (Рисунок 11), его доля устойчива последние несколько лет. Наибольшую популярность он приобрел в южной части Сибири, откуда пошло распространение этого канала. В остальной части СФО, а также в южной части ЦФО и Поволжья и части регионов юга и Дальнего Востока канал разливного пива популярен немного меньше, но всё равно занимает достаточно высокую долю, до 25%.

Рисунок 11. Распределение канала разливного пива по регионам. Построено авторами на основе ГИС



Пивные бары наиболее широко распространены в южной части Сибири, южных регионах ЦФО, а также в СЗФО (Рисунок 12). В западной части страны, а также в Дальневосточном федеральном округе, доля баров составляет 6–8%. В то же время на большей части территории России, включая Сибирский федеральный округ, северные и западные районы Дальнего Востока, а также Южный и Центральный федеральные округа, доля баров остается небольшой, находясь в пределах 4–6%, а в части регионов – менее 4%.

Рисунок 12. Распределение баров по регионам. Построено авторами на основе ГИС



Следует отметить, что доля канала разливного пива по регионам имеет положительную пространственную корреляцию⁵, то есть наблюдается «расползание» канала в соседние регионы. Более того, среди всех каналов продажи пивоваренной продукции именно канал разливного пива имеет наибольшее значение пространственной корреляции, то есть «расползание» канала в соседние регионы свойственно в большей степени именно КРП. Что касается конкретных регионов, наибольшее «расползание»⁶ канала разливного пива наблюдается в регионах, где канал появился, в Алтайском крае, Новосибирской области, Республике Алтай, Воронежской области.

⁵ Значение Индекса Морана, обозначающего степень пространственной корреляции, равно 0,22, что свидетельствует об умеренной положительной корреляции доли КРП между регионами.

⁶ Наибольшее расползание КРП определяется через наибольшее значение локального Индекса Морана.

1.2. Факторы, стимулирующие производство и оборот нелегальной пивоваренной продукции

В данном разделе рассматриваются факторы, стимулирующие развитие нелегального рынка или сдерживающие развитие легального. Ключевым фактором, стимулирующим появление на рынке нелегальной пивоваренной продукции, по сути, являются экономические стимулы участников рынка. Исполнение обязательных законодательных требований накладывает на добросовестный бизнес финансовую нагрузку, обусловленную использованием АСИиУ, кассовых аппаратов, уплатой всех налогов и акцизов, соответствием места производства и продажи всем требованиям и ограничениям. Вследствие чего нелегальное производство и оборот являются высокомаржинальными, невзирая на применение к недобросовестным игрокам рынка штрафов и иных мер пресечения.

По сути, выбор между легальным и нелегальным рынком можно представить в виде уравнения. Выбор будет сделан в пользу соблюдения законодательства, если:

$$\text{Легальная прибыль} > \text{Нелегальная прибыль} - \text{Штрафы} * \text{Вероятность поимки}$$

Выбирая между легальным и нелегальным рынком, производители и торговля оценивают потенциальную прибыль от реализации продукции легально и нелегально. Если вероятность обнаружения нелегальной продукции или размер штрафа низкие или налоги и акцизы в стоимости продукции занимают существенную её часть, то выбор склоняется в пользу нелегального рынка. С другой стороны, если деятельность контрольно-надзорных органов высокоэффективна, штрафы составляют существенную часть от оборота компаний, а доля налогов и акцизов невысокая, то нелегальное производство и продажа невыгодны. Исходя из этого, можно выделить ряд факторов, стимулирующих производство и оборот нелегальной продукции:

- Регуляторные факторы;
- Экономические факторы;
- Особенности контрольно-надзорной деятельности;
- Социально-экономические факторы.

Регуляторные факторы

Направленность государственной политики Российской Федерации на сокращение потребления алкоголя, закреплённая Концепцией госполитики по снижению масштабов злоупотребления алкоголем и профилактике алкоголизма на период до 2020 г., отразившись

в ряде «антиалкогольных» законодательных решений, принятых с 2009 по 2020 г., сохраняется в текущем периоде.

2009–2020 гг.: повышение цен и акцизов на АП, ограничения территориальной и временной доступности АП, запрет продажи алкоголя в нестационарных торговых объектах, запрет дистанционной продажи АП и др.

2017 г.: введение МРЦ на спиртосодержащую продукцию, запрет продажи АП в полимерной потребительской таре объемом более 150 мл.

2018 г.: запрет производства и продажи слабоалкогольных напитков с тонизирующими веществами.

2020 г.: запрет розничной продажи АП в барах, ресторанах, общепите с площадью объектов менее 20 кв. м.

2022 г.: введение полномочий субъектов РФ по ограничению продажи АП, в том числе полный запрет на розничную продажу АП при оказании услуг общественного питания в объектах общепита, расположенных в МКЖД и на прилегающих территориях.

2024 г.: расширение полномочий субъектов РФ устанавливать дополнительные ограничения розничной продажи АП при оказании услуг общественного питания и т. д.

До недавнего времени контроль производства пивоваренной продукции осуществлялся только с помощью ЕГАИС. При производстве пивоваренной продукции, в отличие от крепкой АП, учёт строился путём вычисления разницы между поступлениями и остатками продукции без сканирования специальных марок. Отсутствие поштучного учёта позволяет использовать один и тот же кег несколько раз. Также обязательное требование устанавливать автоматические средства измерения и учета объема готовой продукции (АСИиУ) распространяется на производителей пивоваренной продукции, производственная мощность которых превышает 100 тыс. дал. Это требование стимулирует производителей со средними производственными мощностями занижать в отчетности выпускаемые объемы.

С апреля 2023 г. введена обязательная регистрация и описание товара на сайте «Честного знака», а также маркировка тарированного и кегового пива на производстве и при импорте. Эффект от данной меры двунаправленный. С одной стороны, мера направлена на сокращение теневого сегмента рынка, приводит к снижению стоимости проверки каждой единицы продукции. Однако маркировка повышает издержки производителей, так как требует закупки особенного оборудования и может снижать скорость выпуска продукции.

«Очень, очень серьезная нагрузка на них, и в первую очередь в финансовом плане. Им приходилось вкладывать большие средства, чтобы приобрести, обновить всё оборудование, всё вот это, обучить персонал»

При недостаточном контроле нелегальной продукции дополнительные издержки могут превышать потенциальные штрафы, что будет стимулировать производителей оставаться в нелегальном сегменте или даже переходить в него.

В тех регионах, где налажен регулярный контроль за оборотом пива, отмечается сокращение точек, реализующих нелегальное пиво, и рост легальных продаж:

«У нас один ИП из одного кега продавал 18 тысяч 530 литров пива. Из одного 30-литрового кега. А сейчас это увидеть гораздо проще, чем раньше. Сейчас это фиксируется, соответственно, мы можем задать вопрос конкретному предпринимателю, потому что это все практически автоматически высвечивается, и мы это отслеживаем»

Экономические факторы

Ключевым фактором, стимулирующим наличие на рынке нелегальной пивоваренной продукции, по-прежнему остаются экономические стимулы участников рынка. Из-за увеличения количества обязательных требований, предъявляемых добросовестным производителям и продавцам пивоваренной продукции, легальное производство становится дороже. Регуляторные ограничения увеличивают как постоянные, так и переменные издержки бизнеса, что приводит к росту привлекательности нелегального производства и оборота.

«Все производители, которые ведут бизнес вчёрную, даже с учётом всех коррупционных составляющих, они получают мегасверхприбыль. Вы просто себе не представляете! Я когда погрузился в размер, в цифры – просто!.. На каком-то микрозаводе, где-нибудь в Ставропольском крае, в Краснодарском крае или в Ростовской

области... Ну вы себе просто не представляете. Это миллиарды. Это миллиарды!»

Согласно оценке Центра, доля акциза в цене литра пива, проданного легально, составляет до 26%, из-за чего реализация неучтенной продукции является выгодной для недобросовестных производителей (Рисунок 13). При незаконном производстве рентабельность производителей, при сопоставимых с легальным сегментом наценках, может возрасти почти в полтора раза (без учета экономии на оборудовании) – с 8,4% до 11,7%. По сравнению с результатами исследования 2023 г. маржинальность нелегального производства практически не изменилась, есть небольшое снижение, в 2022 г. она была на 0,4 п. п. выше и равнялась 12,1%

.Рисунок 13. Структура розничной цены пива. Построено авторами на основе данных Росстата, экспертных интервью



Кроме того, реализация нелегально произведенной продукции может быть выгодной и для точек продаж, т. к. несет меньшие постоянные издержки и дает возможность реализации с более высокой маржой и в запрещенное законом время суток. Продажа такой продукции позволяет избежать уплаты НДС сэкономить на оборудовании необходимом для

учёта продукции и кассовых аппаратах (для полностью нелегальных точек продажи). Маржинальность от такой реализации растёт в 2,5 раза – с 15,7% до 39,3%. По сравнению с результатами исследования 2023 г. маржинальность нелегальной продажи немного снизилась, в 2022 г. она была на 2,4 п. п. выше и равнялась 41,7%.

Штрафы, получаемые за оборот нелегальной продукции, несоразмерны тем выгодам, которые получают производители и точки продажи, не проводя продукцию через системы учёта и кассовые аппараты, поскольку данные нарушения классифицируются как административные. Недобросовестные участники рынка начинают их воспринимать как издержки, что не способствует повышению стимулов к легальному производству. Так, объёмы продаж нелегальной продукции могут достигать нескольких миллионов рублей, в то время как штраф, согласно статье 14.17 КоАП РФ, достигает 500 тыс. руб., а статье 14.16 ч.2 КоАП РФ – не более 300 тыс. руб., но анализ судебных дел показывает, что штрафы в среднем не превышают 70-100 тыс. руб. для юрлиц и около 10 тыс. руб. для ИП. При обороте в несколько сотен миллионов рублей такие штрафы воспринимаются как небольшие издержки, а не как серьезные убытки.

Особенности контрольно-надзорной деятельности

По мнению экспертов, к факторам, прямо либо косвенно оказывающим стимулирующее воздействие на рост нелегального рынка пивоваренной продукции, можно отнести:

- законодательно неурегулированную возможность привлечения к административной ответственности подконтрольных лиц, не передающих сведения об обороте (розничной продаже) пива и пивных напитков в «ГИС МТ». Контроль за соблюдением данных обязательных требований в сфере розничной продажи алкогольной продукции возложен на региональные органы власти, а возможность привлечения к административной ответственности предоставлена федеральным контрольно-надзорным органам, в частности органам Роспотребнадзора;

*«Недобросовестные участники не изобретают схемы по обходу
новых регуляторных мер, а просто их не исполняют вследствие
сложности их наказания»*

- отсутствие упорядоченного и единого реестра участников розничного оборота пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи как по субъектам (подконтрольным лицам), так и по местам осуществления деятельности, в том числе находящимся в многоквартирных жилых домах и осуществляющих услуги общественного питания при розничной продаже алкогольной продукции;
- объективные ограничения при осуществлении контрольно-надзорной деятельности профильными органами. Как отмечалось в исследовании 2023 г.⁷, на региональном уровне профильные департаменты РАТК наделены полномочиями и располагают оперативной информацией лишь в границах своего региона, что позволяет недобросовестным производителям реализовывать продукцию за пределами региона базирования и полномочий регионального контролирующего органа;
- ограниченное количество сотрудников в регионах, а также технических и финансовых ресурсов;
- отсутствие целевых показателей для местных контрольно-надзорных органов. На уровне всего ведомства установлен показатель обеления в 2 п. п. на 2024 г. и в 3 п. п. на 2025-й, но при отсутствии конкретных показателей на региональном уровне их достижение усложняется. К вышеуказанному добавляются ограничения на деятельность департаментов РАТК, у них отсутствует возможность проводить полноценные проверки дистрибьютеров и производителей, а также высокая бюрократизация процесса получения разрешения на проведение проверки розничной торговли и в целом процедур проверки бизнеса, что лишает контролирующий орган одного из главных преимуществ – «эффекта внезапности»;
- крайне низкая степень информирования исполнителей о вводимых контрольно-надзорных изменениях;

«Когда мы пошли в августе к нашим клиентам спрашивать и говорить, что, друзья, мы остановим отгрузки на этот адрес, если у него не присвоен уникальный УТМ ЕГАИС код, то, соответственно, они только тогда начали реагировать и пошли эти коды заводить. И никто,

⁷ Центр развития потребительского рынка ЭФ МГУ, Исследование производства и оборота кеговой пивоваренной продукции в Российской Федерации, 2023 г., URL: https://www.econ.msu.ru/departments/CMD/News.20230511142947_8553/.

кроме нас, на рынке об этой проблеме клиентам дополнительно не сказал. И большое количество клиентов просто оказались не готовы»

- продление моратория на контрольно-надзорную деятельность (изначально планировался запрет на проверки лишь на период до конца 2022 г., но впоследствии постановлением от 14 декабря 2023 г. № 2140 мораторий был продлён вплоть до конца 2024 г.).

По мнению экспертов, наибольшая нагрузка по контрольно-надзорной деятельности ложится на региональные власти, что ставит под сомнение эффективность такого распределения функций по ряду причин. Во-первых, как уже было указано выше, региональные департаменты РАТК ограничены в имеющихся у них данных и в кадровых ресурсах. Во-вторых, эксперты отмечают высокую корреляцию эффективности проводимой в регионах политики с личной заинтересованностью отдельных руководителей, на которую могут влиять в том числе связи с производителями, сетями или торговыми точками, что чревато ослаблением контроля за их деятельностью.

Социально-экономические факторы

К ключевым социально-экономическим факторам, способствующим поддержанию теневого алкогольного рынка, относятся:

- наличие спроса на дешевую нелегальную продукцию со стороны населения. Темпы роста уровня цен обгоняют темпы роста доходов менее обеспеченного населения, это косвенно отражается в росте доли расходов населения на покупку продуктов питания;
- индифферентное отношение к отсутствию информации, подтверждающей законность происхождения алкогольной продукции. Одна из главных причин такого отношения заключается в том, что употребление некачественной (нелегальной) пивоваренной продукции не несет значимых угроз жизни и здоровью потребителя, в отличие от нелегальной крепкой алкогольной продукции, употребление которой может приводить к тяжелым отравлениям или смерти. Такое отношение населения подтверждается социологическими опросами. Согласно ВЦИОМ⁸, доля россиян, считающих, что в первую очередь необходимо маркировать алкогольную продукцию, невелика и в 2023 г. составила лишь 13%, в первом полугодии текущего года она стала еще меньше. Более половины россиян (60%) убеждены, что им не удастся отличить оригинальную

⁸ ВЦИОМ, Маркировка против контрафакта, URL: [<https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/markirovka-protiv-kontrafakta>].

продукцию от контрафактной. При этом 46% россиян уверены, что при желании можно легко найти место, где продаётся нелегальная алкогольная продукция. Также покупатели демонстрируют безразличие к отсутствию информации о сроках годности, составе и производителе пивоваренной продукции;

- низкий уровень доходов населения. Несмотря на тенденцию последних 10 лет к росту среднедушевых доходов, легальная пивоваренная продукция может оставаться недоступной части потребителей из-за высокой цены, в связи с чем наименее обеспеченные слои населения, по данным исследования Центра за 2023 г., демонстрируют спрос на более дешевую и менее качественную нелегальную продукцию⁹. Потребление подобной продукции связано с рисками и угрозой здоровью и даже жизни потребителей, как в случае массового отравления сидром, содержащим метанол, в 2023 г.¹⁰, когда погибло 47 человек и пострадало более 100. Тем не менее из экономии потребители с низкими доходами зачастую осознанно выбирают дешевую, некачественную и небезопасную алкогольную продукцию, даже если осведомлены о ее незаконном происхождении.

Оценка барьеров входа на рынок разливного пива

На основе данных о местоположении магазинов разливного пива оцениваются барьеры входа с помощью модели порядкового логита (Bresnahan, Reiss, 1991)¹¹, оценивается, насколько вход магазинов разливного пива усложнен в зависимости от условий в городе и регионе. Единица анализа – город. В качестве контрольных переменных используются численность населения города, а также характеристики региона, признак районного центра, факторы, ограничивающие развитие деятельности организации в сфере услуг¹², а именно чрезмерно высокий уровень налогов, коррупция органов власти, недобросовестная конкуренция, а также доля нелегального рынка, оцененная в разделе 1.4. Оценка проводилась на регионах европейской части России (кроме регионов юга), Центрального, Северо-западного Федеральных округов для избежания эндогенности из-за самоотбора¹³.

⁹ Центр развития потребительского рынка ЭФ МГУ, Исследование производства и оборота кеговой пивоваренной продукции в Российской Федерации, 2023 г., URL: https://www.econ.msu.ru/departments/CMD/News.20230511142947_8553/.

¹⁰ Известия, Число погибших после употребления смертельного сидра достигло 47 человек, URL: <https://78.ru/news/2023-09-20/chislo-pogibshih-posle-upotrebleniya-smertelnogo-sidra-dostiglo-47-chelovek>.

¹¹ Bresnahan T. F., Reiss P. C. Entry and competition in concentrated markets //Journal of political economy. – 1991. – Т. 99. – №. 5. – С. 977-1009.

¹² Показатель рассчитывается Росстатом, характеризует распределение обследованных предпринимателей по факторам, ограничивающим деятельность в сфере услуг (в процентах).

¹³ Эндогенность из-за самоотбора – получение смещенной оценки из-за особенностей выборки, а не наличия связи. Включение регионов из других федеральных округов приводит к эндогенности, т.к. возникает

Результаты согласовываются с ожиданиями (Таблица 13). Во-первых, доля нелегального рынка положительно связана со входом на рынок, более высокие показатели нелегального потребления в регионе снижают барьеры входа, точкам разливного пива легче входить на рынок. Во-вторых, факторы коррупции, налогов, недобросовестной конкуренции имеют значимое влияние на барьеры входа, вход легче в регионах, где выше коррупция, выше налоговая нагрузка (из-за высоких стимулов к уклонению и получению высокой маржи) или ниже недобросовестная конкуренция (где рынок «не поделен»).

Таблица 13. Результаты оценки барьеров входа на рынок разливного пива. Источник: построено авторами на основе данных ИГС, Росстата

	Количество магазинов разливного пива
Логарифм численности населения	1.257*** (0.126)
Индекс высокого уровня налогообложения	0.030** (0.012)
Индекс коррупции	0.158*** (0.061)
Индекс недобросовестной конкуренции	-0.038** (0.018)
Доля нелегального рынка	3.996*** (0.781)
Наблюдений	575

Примечание, уровни значимости: * – 10%, ** – 5%, *** – 1%; положительные знаки при коэффициентах означают более низкие барьеры входа, отрицательные – более высокие. Значимость позволяет говорить о наличии связи между переменными, а более низкие её уровни – о более явной связи.

самоотбор зависимой переменной, количества точек разливного пива, и контрольных переменных, индексов коррупции, недобросовестной конкуренции, высоких налогов. Оценка на этих регионах не представляется возможной из-за недостаточного количества данных.

1.3. Основные формы производства и оборота нелегальной пивоваренной продукции

На текущий момент производимую в стране пивоваренную продукцию можно условно разделить на легальную и нелегальную. Производство и оборот легальной продукции осуществляются с соблюдением законодательных требований. Нелегальная пивоваренная продукция (то есть неучтенная, с которой не уплачен акциз), как правило, производится и продается, минуя системы измерения и учета, с различными нарушениями требований и ограничений к продаже алкогольной продукции.

Нелегальное производство и продажи пивоваренной продукции остаются достаточно привлекательными, поскольку ограничения, описанные в разделе 1.2, не позволяют контрольно-надзорным органам проследить всю цепочку от производства до реализации пивоваренной продукции.

Основные нарушения законодательства при производстве и обороте пивоваренной продукции можно проклассифицировать следующим образом:

- Нарушения при производстве пивоваренной продукции;
- Нарушения при транспортировке пивоваренной продукции;
- Нарушения при хранении;
- Нарушения при продаже пивоваренной продукции.

Нарушения при производстве

Наиболее распространёнными нарушениями при производстве пивоваренной продукции являются несоблюдение правил учёта продукции в ЕГАИС, такие как:

- указание в учетной документации неверных данных, частичная регистрация – часть произведенной продукции регистрируется в системе ЕГАИС, а другая часть поступает в оборот, будучи неучтенной;
- «лазейки» в учете показаний счётчиков и датчиков: отключение счетчиков, переключение счётчиков в режим промывки, позволяющее не учитывать продукцию, которая проходит через АСИиУ¹⁴;
- практика производства пивоваренной продукции в «третью смену», когда по документам предприятие закрыто;

¹⁴ Консультант, Приказ Росалкогольрегулирования от 17.12.2020 № 397 «Об утверждении форм, порядка заполнения, форматов и сроков представления в электронном виде заявок о фиксации информации в единой государственной автоматизированной информационной системе учета объема производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», URL: [\[https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372973/028c08e09cdcf4ef85e97aa57e12f413ce26558e/\]](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372973/028c08e09cdcf4ef85e97aa57e12f413ce26558e/).

- практика ухода от налогообложения – «псевдоэкспорт», производители декларируют произведённое пиво как экспортную продукцию, соответственно, из стоимости вычитается НДС и акциз, а на самом деле эта продукция реализуется на территории Российской Федерации, что позволяет продавать пиво по цене, значительно ниже рыночной.

Нарушения при транспортировке

При транспортировке пивоваренной продукции наиболее распространёнными нарушениями являются:

- многократное использование зарегистрированных кегов;
- «серый импорт»: при ввозе на территорию России пивоваренной продукции импортёры указывают в таможенной декларации недостоверную информацию (физические объёмы продукции и/или таможенную стоимость товаров), что помогает избежать уплаты таможенных платежей и НДС;
- незаконная транспортировка товаров из стран ЕЭАС. Из-за отсутствия гармонизации акцизных ставок пивоваренная продукция в ряде стран ЕАЭС значительно дешевле, чем в России, что создаёт стимулы к незаконному ввозу пивоваренной продукции на территорию РФ. Эта проблема особенно актуальна для граничащих со странами ЕАЭС регионов, на территории которых во многих торговых точках реализуется дешевая незаконная алкогольная продукция.

Нарушения при продаже

К наиболее распространённым нарушениям при продаже пивоваренной продукции относятся:

- отсутствие этикетки на продаваемой продукции;
- отсутствие или неполное указание предусмотренной Законом о защите прав потребителей информации на этикетке;
- отсутствие кассовых чеков при совершении покупки;
- отсутствие кассового аппарата;
- нарушение санитарных требований и норм;
- продажа алкогольной продукции несовершеннолетним;
- нарушения при укупорке пива по месту продажи (пробки могут быть предоставлены покупателю для самостоятельной укупорки, крышка может быть завинчена не герметично и т.п.);
- нарушения, касающиеся ограничений по времени продажи.

Некоторые заведения «маскируются» под предприятия общественного питания, что позволяет им действовать в обход правил, регламентирующих время продажи алкогольной продукции. Реализация продукции в точках «псевдообщепита» происходит с использованием лазейки в законодательстве, тарированная продукция откупоривается на месте продажи, из-за чего такая реализация считается реализацией при оказании услуг общественного питания.

Таким образом, невзирая на многочисленные и регулярные нарушения при производстве, транспортировке и реализации неучтенного разливного пива, оно продолжает пользоваться стабильным спросом у покупателей. Для подавляющего большинства любителей пива несоблюдение законодательных требований производителями и продавцами не является критичным, существующие социально-экономические условия стимулируют нарушения при осуществлении этапов оборота пивоваренной продукции.

1.4. Оценка объемов нелегального производства и оборота пивоваренной продукции. Динамика нелегального производства и оборота пивоваренной продукции

По оценкам экспертов, с 15 января 2024 г. (начало обязательной маркировки всех видов пивной продукции) по март 2024 г. в канале разливного пива наблюдался рост спроса на легальную продукцию со стороны сетевых пивных магазинов. В марте произошло резкое падение спроса.

По типу реакции на введенные меры эксперты разделили производителей теневого пива на три группы.

Первую группу составили те производители, которые приняли решение обелиться полностью, *«потому что они поняли, что требования все равно наступят и лучше уже сейчас начать подавать “белые” литры и, соответственно, отвечать всем требованиям регулятора»*.

Вторая группа была представлена «серыми» производителями, которые *«сильно нарастили внутри себя объемы производства и продаж “белого” пива, но тем не менее сохранили какую-то невысокую, однако значимую долю производства “черного” пива»*.

И третью группу составили «черные производители», которые не смогут легальным оборотом обеспечить свои ожидания по получаемому доходу с этого направления. Понимая неизбежность закрытия нелегального бизнеса в перспективе, эти игроки нарастили производство как раз-таки «черного» пива, стремясь в текущий момент «надышаться перед смертью».

В целом, согласно экспертным оценкам, у крупнейших производителей объемы производства остались прежними.

У крупных локальных производителей доля производства увеличилась на десятые доли процента, не произведя тектонических сдвигов.

Малые же производители показали рост производства более чем в 2 раза: с 3,1% от общего объема произведенной в 2022 г. пивной продукции до 7,5% в 2023 г. Знаменитый «Трехсосенский завод», который в прошлом году производил 1,2% от объема рынка, в 2024 г. увеличил производство до 2,3%. По мнению экспертов, данный рост говорит о «выведении из тени» части производимых объемов, произошедшего, помимо введения цифровой маркировки, активизацией контрольно-надзорной деятельности ФНС в отдельных регионах.

Объемы нелегального рынка определить с высокой точностью сложно из-за отсутствия данных. Различные исследовательские центры, ФОИВ, профильные организации применяют разные методы для его измерения. В этом исследовании его объемы определяются посредством нескольких различных методов, в совокупности позволяющих осуществить комплексную оценку нелегального производства и оборота ПП.

Предыдущие результаты

■ Ряд исследовательских коллективов в период с 2017 г. по-разному оценивал объемы и последствия существования теневого сегмента пивоваренной отрасли РФ. Коллектив ЛЭСИ НИУ ВШЭ в 2017 г.¹⁵ оценил нелегальный рынок пива в 10%, структура оценки складывалась из неучтенной продукции (7–8%), неучтенного импорта (0,1–0,2%), неучтенных продаж (2%) и псевдопивных напитков (1,1–1,3%). В 2018 г. Росалкогольрегулирование (сейчас – Росалкогольтабакконтроль) оценил нелегальный рынок пивоваренной продукции в 6%, в 2019 г. Центр развития потребительского рынка оценил долю нелегального рынка в 6–15%, в 2020 г. Минпромторг оценил долю нелегального рынка в 5–12%¹⁶. В 2021 г. ННЦК оценил долю нелегального рынка в 16,6%¹⁷, Минфин в 2022 г. представил оценку в 10%¹⁸, а в 2023 г. Центр развития потребительского рынка оценил долю нелегального рынка в 16,2–22,2%¹⁹.

1.5.1. Оценка объемов нелегального производства пивоваренной продукции. Структура и динамика нелегального производства пивоваренной продукции

Для оценки нелегального рынка в данном исследовании используются следующие методики:

- Балансовый метод.
- Оценка максимальной емкости рынка сырьевым методом.

¹⁵ ЛЭСИ ВШЭ, Основные формы незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и меры противодействия, URL: [<https://www.hse.ru/data/2018/02/13/1162851271/%D0%9B%D0%AD%D0%A1%D0%98-17%D0%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BB.pdf>].

¹⁶ Прайм, Чиновники оценили объем нелегального рынка пива в России, URL: [<https://1prime.ru/20200909/832008113.html>].

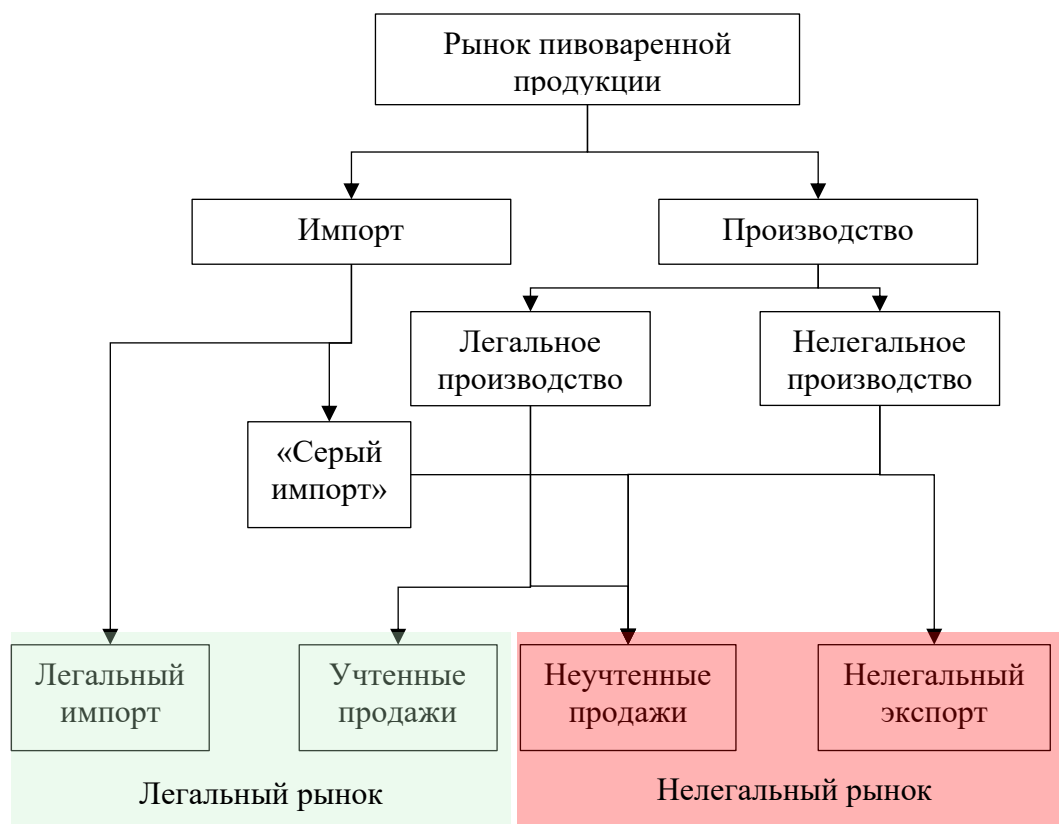
¹⁷ ННЦК, В ННЦК предупредили об опасном росте доли контрафактного пива, URL: [<https://nnck.gov.ru/news/v-nntsk-predupredili-ob-opasnom-roste-doli-kontrafaktnogo-piva/>].

¹⁸ РБК, Минфин оценил долю нелегального пива в России, URL: [<https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6422aad49a7947489daa7b4d>].

¹⁹ Центр развития потребительского рынка ЭФ МГУ, Исследование производства и оборота кеговой пивоваренной продукции в Российской Федерации, 2023 г., URL: [https://www.econ.msu.ru/departments/CMD/News.20230511142947_8553/].

- Метод, основанный на региональной кластеризации.
- Оценка на основе экспертных интервью.

Пивоваренный рынок состоит из различных сегментов, часть из которых легальная, а часть – нелегальная. Каждый из указанных выше методов оценивает разные сегменты нелегального рынка. Эти сегменты можно изобразить в виде схемы:



Оценка балансовым методом

Наиболее популярным методом оценки нелегального рынка является балансовый метод. Его суть заключается в сопоставлении объемов производства и продаж, скорректированных на внешнеторговое сальдо²⁰ и запасы. Суть метода заключается в вычислении той части произведенной продукции, которая не учитывается при продаже. Эту легально произведенную продукцию продают, минуя учет, для сокрытия реальных оборотов, с целью уклонения от уплаты налогов, реализации продукции с нарушением требований по месту (нарушение требований к минимальной площади, расположению магазина, онлайн-торговля) и/или времени продажи (ночные продажи). Как следствие,

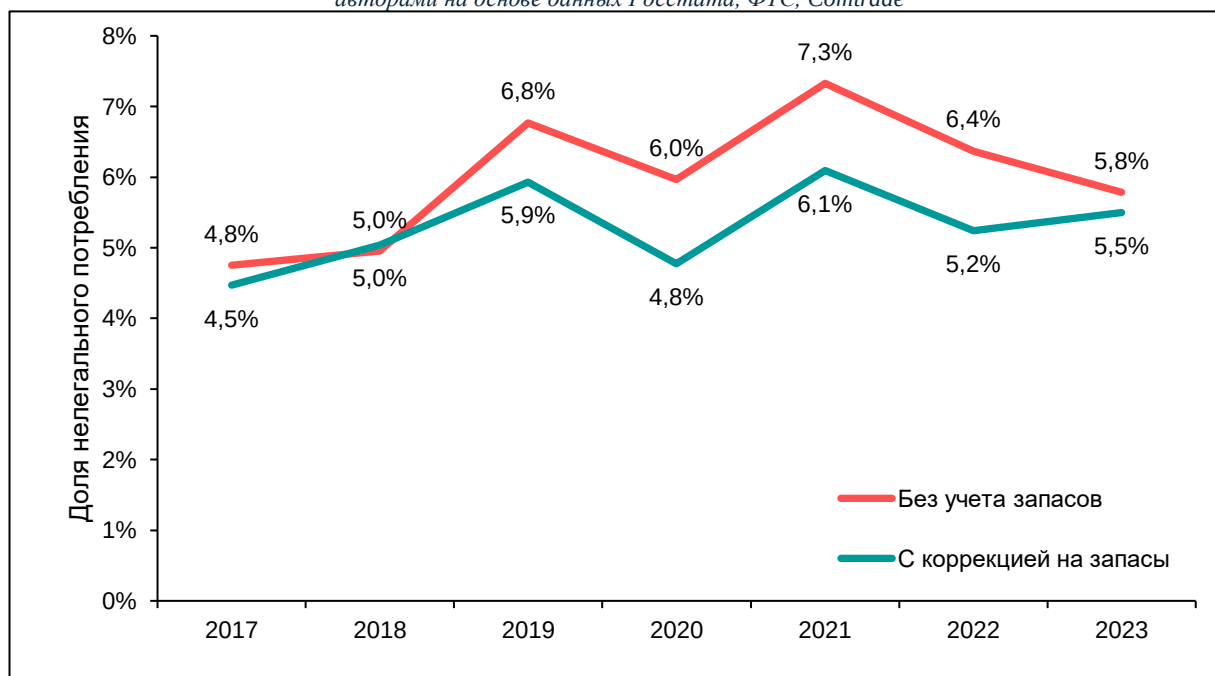
²⁰ Разница между экспортом и импортом.

скорректированное производство²¹ и фактические продажи расходятся в значениях. Для расчета применяется следующая формула:

$$\text{Нелегальные продажи} = \text{Производство} + \text{Импорт} - \text{Экспорт} + \text{Запасы прошлого года} - \text{Запасы текущего года} - \text{Продажи}$$

Ограничением данного метода является то, что он учитывает лишь часть нелегального рынка, а именно неучтенные продажи легально произведенной продукции, в то время как неучтенные продажи продукции, которая была произведена или ввезена на территорию России нелегально, не оцениваются ввиду отсутствия данных. Также стоит отметить, что данная оценка является заниженной из-за того, что в статистику по экспорту могут попадать случаи отмечаемого экспертами «псевдоэкспорта», когда пивоваренная продукция регистрируется как идущая на экспорт, вследствие чего акциз с нее не уплачивается. После чего происходит ее незаконная реализация на территории России.

Рисунок 14. Оценка доли нелегальных продаж пивоваренной продукции с помощью балансового метода. Построено авторами на основе данных Росстата, ФТС, Comtrade



Доля **неучтенных продаж** легально произведенной продукции в 2023 г., рассчитанная на основе балансового метода (см. Рисунок 14), достигает **5,5%**. В период с 2017 по 2019 г. наблюдался устойчивый рост доли неучтенных продаж легально произведенной продукции – с 4,5% до 5,9%. Однако в 2020 г. произошло снижение данного показателя до 4,8%, после чего в 2021 г. нелегальные продажи достигли своего максимума

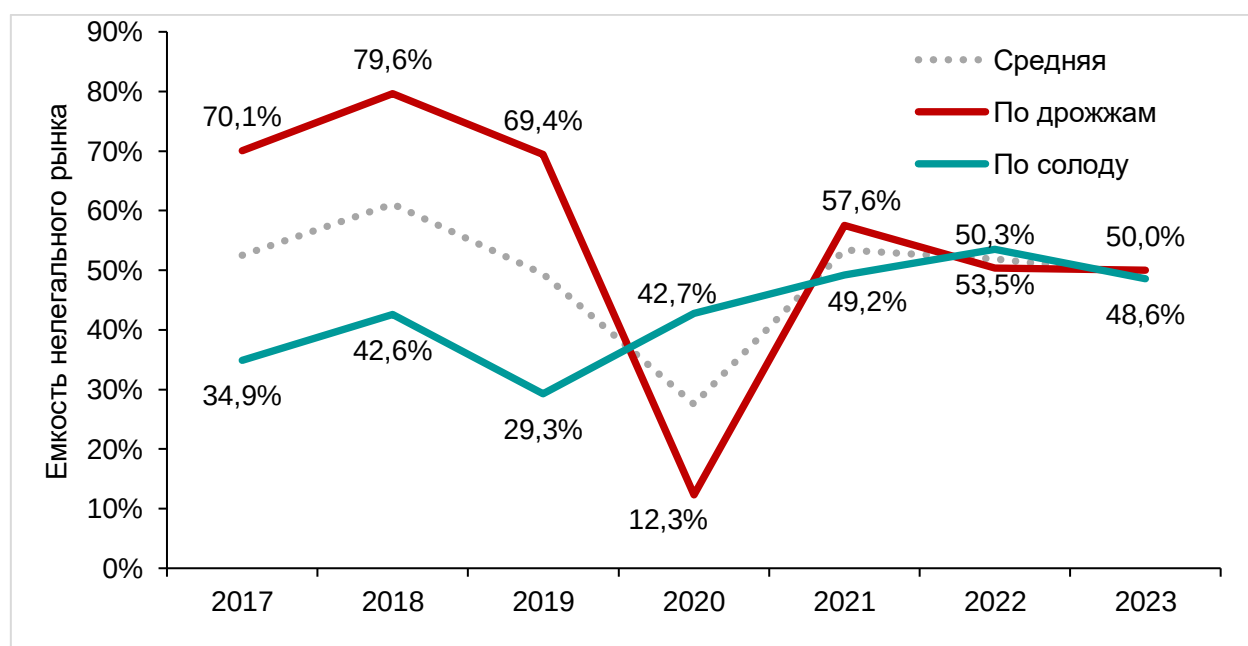
²¹ Производство + импорт – экспорт + запасы прошлого года – запасы текущего года.

за рассматриваемый период, составив 6,1%. Динамика изменений не демонстрирует стабильный тренд, за периодами роста следуют спады. Так, в 2022 г. зафиксировано снижение до 5,2%, но уже в 2023 г. произошёл рост до 5,5%. Таким образом, в 2022–2023 гг. начался тренд на снижение доли нелегальных продаж учтенной при производстве продукции согласно балансовому методу. По сравнению с результатами предыдущего исследования следует отметить снижение нелегальных продаж легально произведенной продукции приблизительно на 1 п. п. за 2 года.

Косвенные показатели положительной динамики теневого рынка пива (на основе сырьевого метода)

Сырьевой метод заключается в расчете максимального объема пивоваренной продукции на основе данных о производстве и внешней торговле сырьем. Для анализа использовались товары, информация о которых общедоступна, такие как культурные дрожжи (включая пивные дрожжи), хмель и солод. Следует отметить несколько особенностей этого метода. Он позволяет оценить только потенциал нелегального производства, но не потребления, и может завышать оценку, поскольку некоторые ингредиенты используются не только в пивоварении (например, культурные дрожжи или солод).

Рисунок 15. Оценка доли нелегального производства пива с помощью натурального метода. Построено авторами на основе данных Росстата и ФТС



Согласно сырьевому методу (см. Рисунок 15), к 2023 г. наблюдается схождение графиков, что может свидетельствовать о стабилизации нелегального сегмента рынка, что может положительно влиять на легальный сегмент, т.к. теневой рынок стал более

предсказуемым. Исследование продаж сырья, применяемого для производства пивоваренной продукции, позволяет сделать следующие выводы:

1. Уровень оборота солода в России является достаточным для поддержания нелегального сегмента рынка пивоваренной продукции. С 2019 г. наблюдается устойчивый рост объемов продаж солода, что может сигнализировать о росте спроса недобросовестных производителей и увеличении нелегального производства пива.

2. Динамика продаж дрожжей демонстрирует снижение в период с 2018 по 2020 г. Этот спад мог быть обусловлен как экономическими факторами, так и изменениями в структуре спроса. Тем не менее в 2021 г. был зафиксирован рост, после чего объемы реализации стабилизировались и остаются неизменными. Это может свидетельствовать о нормализации спроса на дрожжи, то есть производственных мощностей в нелегальном секторе пивоваренного рынка.

3. Динамика продаж солода и хмеля демонстрирует схожие тенденции и имеет высокую корреляцию с объемами учтенного производства пива (см. Рисунок 16 и Рисунок 18). Наблюдающиеся расхождения между объемами производства пива и продажами сырья до 2021 года могут быть обусловлены не только нелегальным рынком, но и особенностями сбора данных, при котором не вся легальная продукция отражается корректно, производственными факторами, такими как различающиеся нормы использования сырья в процессе пивоварения, а также нелегальным рынком сырья для пивоварения.

Рисунок 16. Производство пива и продажи солода. Построено авторами на основе данных Росстата и ФТС

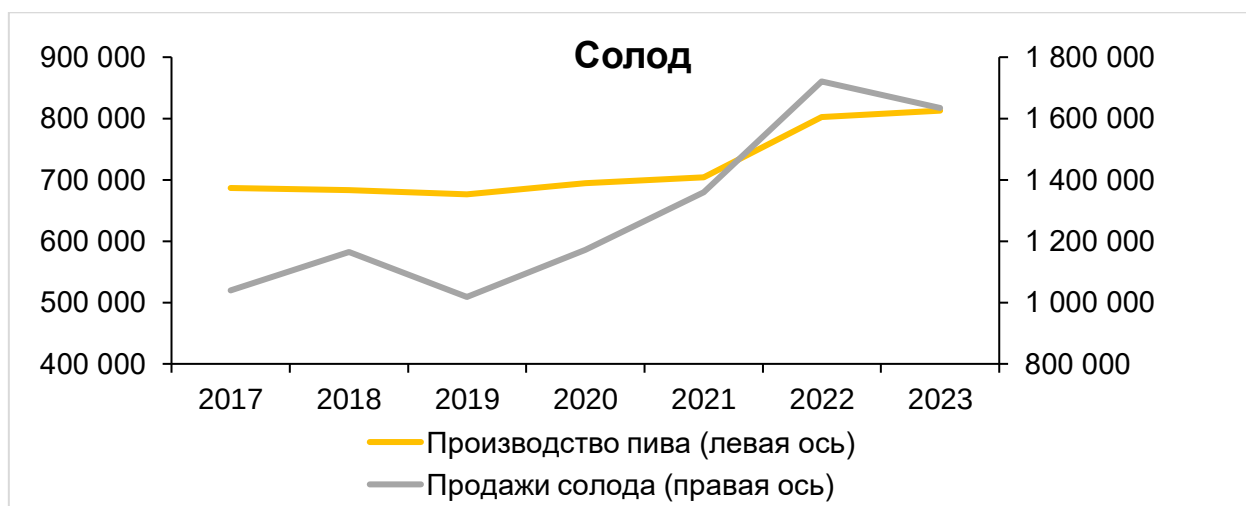
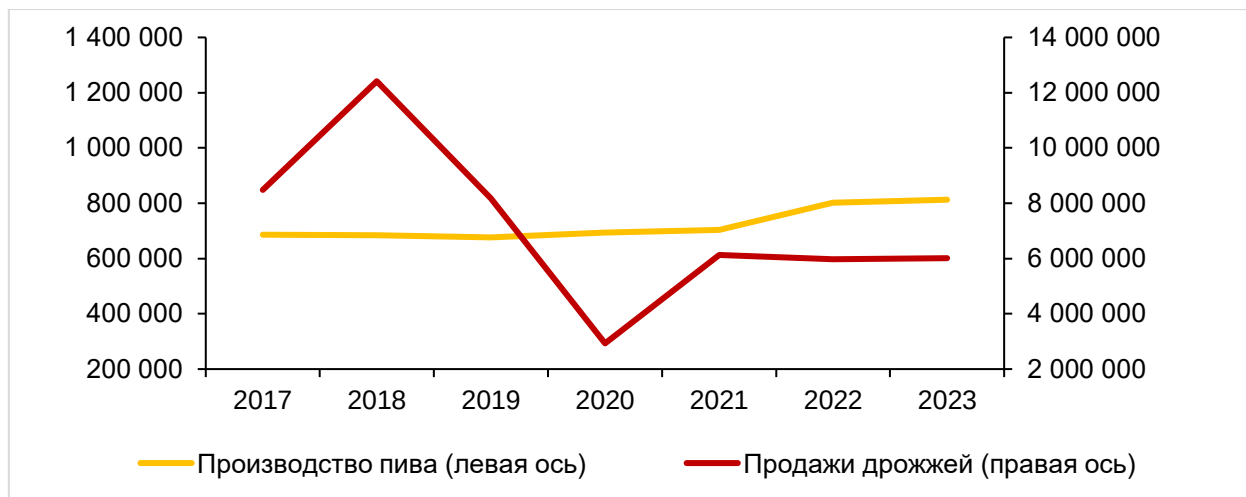
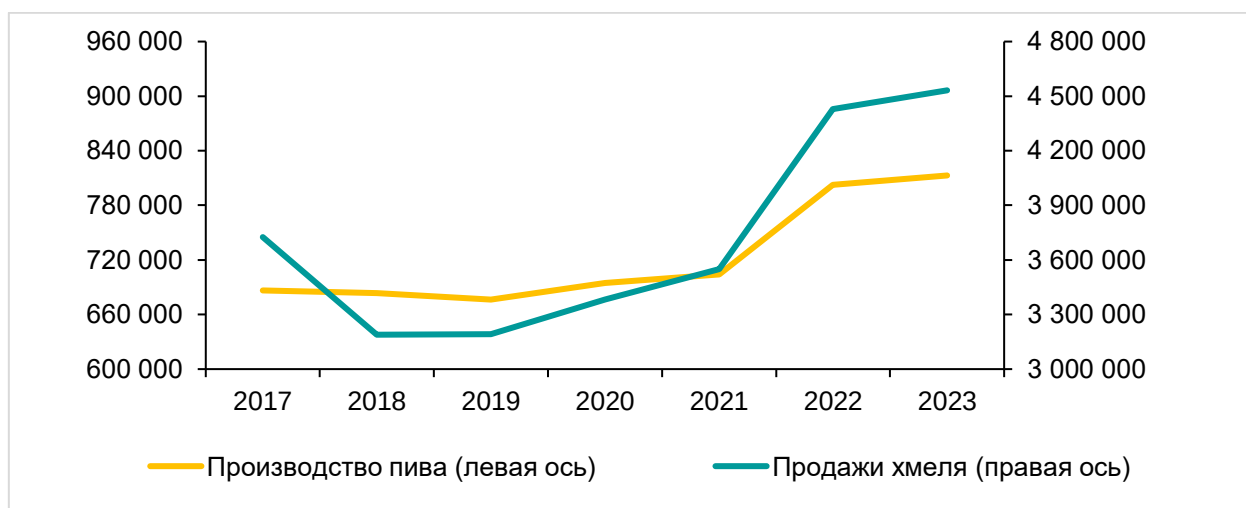


Рисунок 17. Производство пива и продажи культурных дрожжей. Построено авторами на основе данных Росстата и ФТС



Примечание: из-за смены учета Росстатом динамика продажи культурных дрожжей учитывает дрожжи культурные в 2017–2019 гг. и пивные дрожжи в 2020–2023 гг.

Рисунок 18. Производство пива и продажи хмеля. Построено авторами на основе данных Росстата и ФТС



Таким образом, согласно сырьевому методу, нелегальный рынок остается стабильным. Существующее на рынке сырье позволяет произвести приблизительно на 50% больше пивоваренной продукции, чем учтено в официальной статистике. По сравнению с результатами предыдущего исследования емкость немного снизилась, на 5,5 п. п., что может косвенно свидетельствовать о снижении нелегального рынка.

Оценка методом, основанным на региональной кластеризации

В исследовании Центра 2023 г. использовалась методика, основанная на региональной кластеризации. Суть методики заключается в группировке регионов по моделям потребления, набору потребительских привычек, который характеризует среднегодовое потребление пивоваренной продукции. Примеры таких привычек:

потребление на выходных, с едой, в жаркие дни, в больших компаниях и т. д. У каждого потребителя своя модель потребления, которая формируется под влиянием социальных (например, занятость), демографических (возраст) и региональных (погода) особенностей субъекта, в котором проживает потребитель. Так как в каждом регионе потребителей много, индивидуальные потребительские модели усредняются в общую для региона модель потребления, которую можно описать на основе средних показателей. Так как модели потребления не отражаются в данных, а социальные, демографические и региональные характеристики отражаются, регионы группируются по ненаблюдаемым моделям потребления на основе наблюдаемых региональных характеристик.

Метод, лежащий в основе оценки доли нелегального рынка пивоваренной продукции в данном исследовании, является дальнейшей модификацией метода, разработанного Центром и впервые примененного в исследовании рынка нелегального пива в 2023 г. Группировка регионов осуществляется с помощью кластеризации методом k-medoids²² на основании характеристик, которые во всех регионах России оказывают влияние на общее потребление пива и пивоваренной продукции населением, но не влияют на долю нелегального потребления. Авторы выбрали в качестве описания потребления пивоваренной продукции 6 разных моделей²³ потребления, присутствующих в разных регионах.

Характеристики, влияющие на общее потребление пива и пивоваренной продукции: доля городского населения, доля населения от 20 до 60 лет (основное ядро потребителей), темпы прироста постоянного населения, уровень экологии в регионе, число больниц на душу населения, занятость, средняя температура в июле и в январе, индекс качества жизни, уровень заболеваний, связанных со злоупотреблением алкогольной продукцией. Данные показатели имеют разные размерности, поэтому были нормированы с помощью метода min-max²⁴. Были исключены выбросы, которые снижали качество полученных оценок: 6 регионов со слишком низкими продажами (<10 л на душу населения: Чеченская Республика, Дагестан, Ингушетия, Северная Осетия – Алания, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия).

²² Метод показывает лучшие результаты кластеризации и более стабильные кластеры, чем метод k-средних, используемый в исследовании 2023 г.

²³ Поиск оптимального числа кластеров выявил, что устойчиво (группировка регионов не меняется при разных начальных точках в кластеризации) регионы разбиваются на 6 кластеров. Меньшее число групп нестабильно (при разных начальных точках регионы попадают в разные группы), а большее приводит к появлению кластеров с 1 регионом.

²⁴ Подробнее о методе: Partitioning Around Medoids (Program PAM), Leonard Kaufman, Peter J. Rousseeuw, <https://doi.org/10.1002/9780470316801.ch2>.

В итоге было выбрано 6 кластеров. На рисунке ниже (Рисунок 19) отображена группировка регионов по моделям потребления. Цвета на рисунке обозначают кластер, в который попал соответствующий регион.

Рисунок 19. Результаты кластеризации регионов России. Цветами отмечены разные кластеры. Построено авторами



Таким образом, в результате кластеризации получается 9 групп регионов, в каждом из которых потребление пивоваренной продукции описывается одинаковой моделью потребления и, соответственно, уровень потребления пивоваренной продукции одинаковый.

Таблица 14. Описание кластеров. Построено авторами

№	Характеристика
1	Наименее благополучные регионы, Дальний Восток и Сибирь – низкий уровень жизни, низкая урбанизация
2	«Сырьевые» регионы, отдаленные регионы Севера и Дальнего Востока – низкие температуры, средний уровень доходов, средняя урбанизация, высокое потребление крепкой алкогольной продукции
3	Регионы «средней России»: Поволжье, Центр, Северо-Запад – уровень доходов ниже среднего, средняя урбанизация
4	Регионы юга – высокие температуры, низкая урбанизация
5	Регионы «средней России»: Поволжье, Центр, Сибирь – среднее благополучие, средняя урбанизация
6	Наиболее доходные регионы России и соседние с ними регионы – высокая урбанизация, высокий уровень жизни, низкое потребление крепкой алкогольной продукции

Аналогично оригинальному методу в каждой группе регионов выбирается «базовый» регион с наибольшими легальными продажами пивоваренной продукции на душу населения. В данных Росстата встречаются погрешности, аномалии, ошибки измерения. Одновременно с этим некоторые регионы обладают особенностями, выходящими за модели потребления, например, большие объемы потребления за раз, местные региональные ограничения, наличие крупного местного производителя. В связи с чем авторами/методикой допускается сдвиг базового региона с максимальным регистрируемым потреблением в кластере на регион со вторым или третьим максимальным потреблением в кластере (особенно при больших размерах кластера). Данный сдвиг позволяет учесть особенности регионов, не объясняемые моделями потребления, аномалии в данных и ошибки измерения. При этом модель потребления оценивается меньшим уровнем потребления, следовательно, доля нелегального рынка в каждом из регионов будет меньше. Следует обратить внимание, что с учетом сдвига базового региона показатели уровня общего потребления в регионах кластера в целом уменьшаются и могут быть ниже реальных. Помимо уточнения показателей данный сдвиг позволяет сделать интервальную оценку, получить верхнюю и нижнюю границу объемов нелегального рынка пивоваренной продукции.

После выбора базового региона нелегальное потребление для каждого субъекта РФ рассчитывается как отклонение продаж на душу населения от уровня «базового региона». Результаты представлены на карте ниже (Рисунок 20). Зеленым цветом выделены регионы с самыми низкими показателями, красным – с самыми высокими.

Рисунок 20. Доли нелегального потребления пивоваренной продукции по регионам России. Построено авторами на основе метода региональной кластеризации



По результатам оценок можно выделить регионы с наибольшей долей теневого рынка пивоваренной продукции. В первую очередь к ним относятся регионы с низкими среднедушевыми доходами, Республика Тыва, Ставропольский край, Забайкальский край, Республика Бурятия. Кроме низких доходов нелегальный рынок может быть стимулирован отдалённым расположением от крупных производителей и трудностями в логистике. Нелегальная доля высокая и в Москве, что может быть обусловлено высоким спросом на пивоваренную продукцию и разнообразием небольших производителей, крафтовых баров и магазинов разливного пива. Кроме того, высокая доля теневого рынка сохраняется (как и по результатам прошлого исследования) в регионах, где присутствует большое число местных производителей, а также точек продажи пивоваренной продукции, в особенности магазинов разливного пива – это Ростовская область, Саратовская область, Тамбовская область, Воронежская область.

Таким образом, по итогам оценки можно выделить два типа потребительского поведения, выступающих драйверами нелегального рынка. Первый тип потребления прослеживается в регионах с низкими среднедушевыми доходами и заключается в осознанном выборе дешевой, как правило, нелегальной пивоваренной продукции в целях экономии. Второй тип потребления прослеживается в регионах с более высокими среднедушевыми доходами и большим числом местных производителей и продавцов, предлагающих, наряду с распространенными марками, широкий

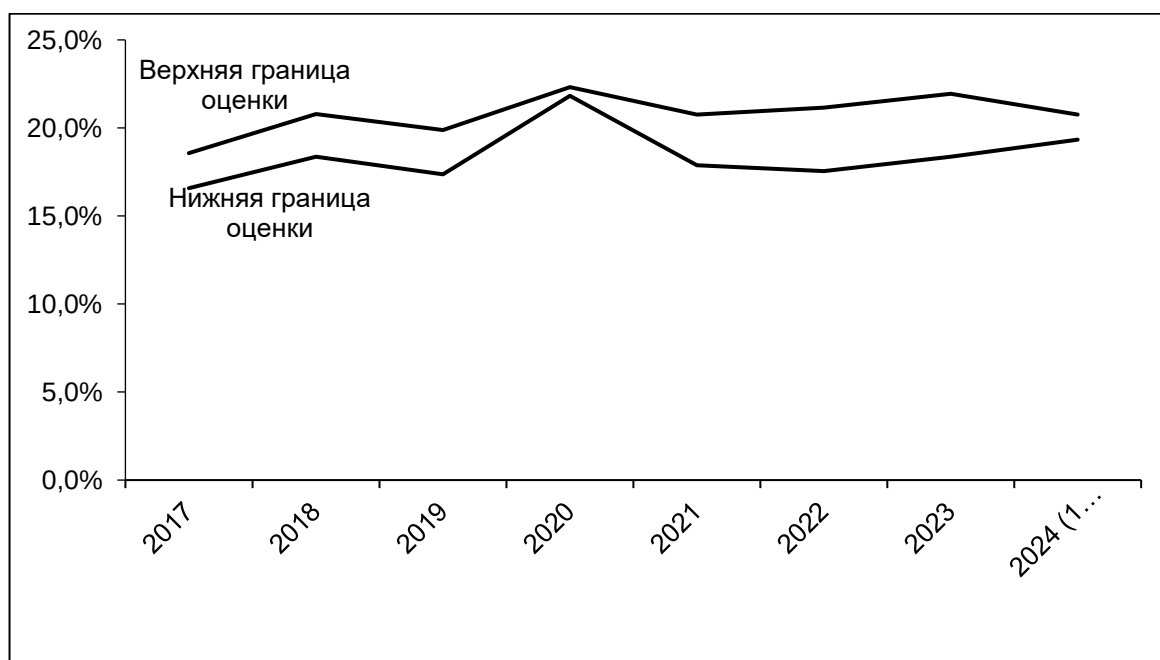
ассортимент продукции потребителю, который находится в поиске нового вкуса и, главное, качества.

В целом по результатам оценки методом сопоставления регионов доля нелегального рынка пивоваренной отрасли (превышение оцененного потребления над легальными продажами) в среднем по России **оценивается в 18,4–21,9%**²⁵, или 181–216 млн дал, а по итогам первого полугодия 2024 г. – 19,3–20,8%. Исходя из балансового метода, на легально произведенную, но нелегально проданную продукцию приходится 5,5% пивоваренного рынка, т. е. нелегальное производство составляет 12,9–16,4% рынка, или 127–162 млн дал. **Доля нелегального производства пива остается на том же уровне**, по результатам предыдущего исследования она была оценена в 10,1–16,1% за 2021 г.

Отдельно следует отметить, что между регионами есть значимая положительная пространственная корреляция теневого рынка²⁶, то есть нелегальному производству и обороту свойственно «расползание» – регионы с высокой долей нелегального рынка увеличивают долю нелегального оборота в соседних регионах. В последние годы пространственная корреляция стала ниже (см. подробнее в следующем разделе), но перетоки нелегального рынка между регионами сохраняются.

Динамика нелегального рынка

Рисунок 21. Динамика доли нелегального потребления пивоваренной продукции. Построено авторами на основе метода региональной кластеризации



²⁵ Границы получены передвижением базы с наибольшего в кластере уровня продаж на душу населения на 2-3 наибольших показателя. Данный сдвиг позволяет учесть особенности регионов, не объясняемые моделями потребления, аномалии в данных и ошибки измерения.

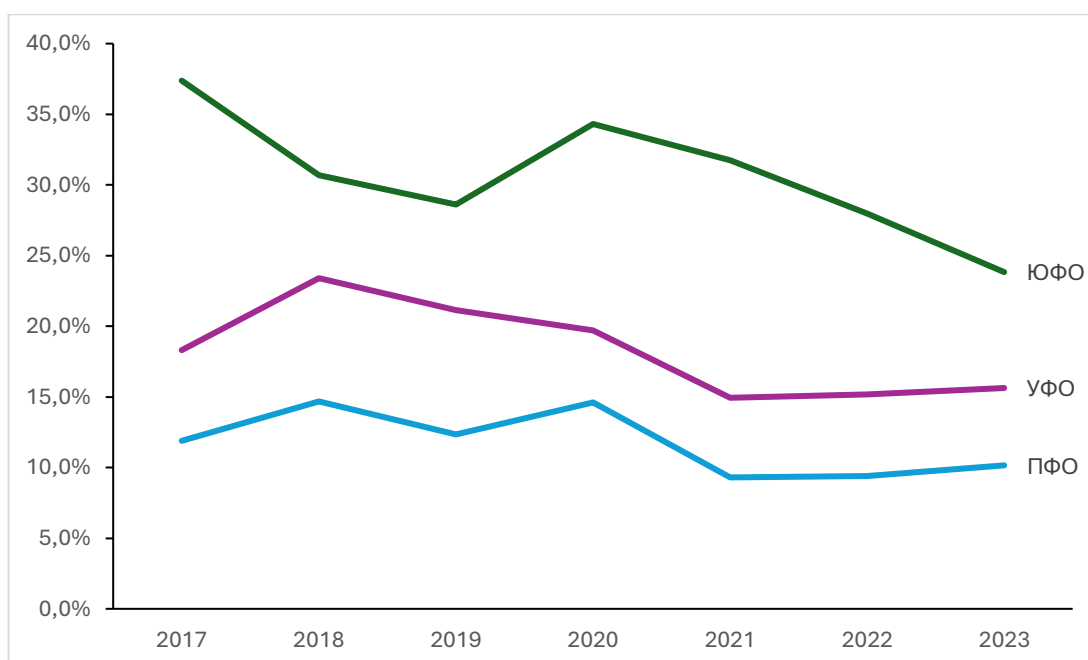
²⁶ Значение Индекса Морана, обозначающего степень пространственной корреляции равно 0,19, что свидетельствует об умеренной положительной корреляции доли нелегального рынка между регионами.

До 2020 г. доля нелегального рынка алкогольной продукции оставалась относительно стабильной. Однако с началом пандемии COVID-19 наблюдался рост спроса на алкогольные напитки, включая нелегальные, что привело к увеличению доли теневого рынка. Следует отметить, что в 2020 г. выросло нелегальное производство, в то время как нелегальные продажи легально произведенной пивоваренной продукции (оцененной балансовым методом) снизились. То есть можно сделать вывод, что нелегальный рынок стал менее «серым» - легально произведенная продукция продается преимущественно в легальной рознице, а недобросовестные продавцы реализуют в основном нелегальную продукцию.

После коррекции доли нелегального рынка в 2021 г. объем нелегального рынка остается стабильным. Это может быть обусловлено двунаправленным эффектом. С одной стороны, большое число мер, направленных на борьбу с нелегальным рынком и усилением контроля за продукцией, стимулирует обеление рынка и снижение доли нелегального рынка. С другой стороны, из-за экономических шоков 2022 г., моратория на проверки и общего роста спроса на алкогольную продукцию темпы легализации замедлились. Тем не менее подтверждение вывода о размере каждого из эффектов требует дополнительного исследования на более подробных данных.

В разрезе федеральных округов наблюдается разнонаправленная динамика. Тенденция к обелению рынка в последние годы есть в Южном федеральном округе, а в Приволжском и Уральском федеральных округах сдерживается рост нелегального рынка (Рисунок 22).

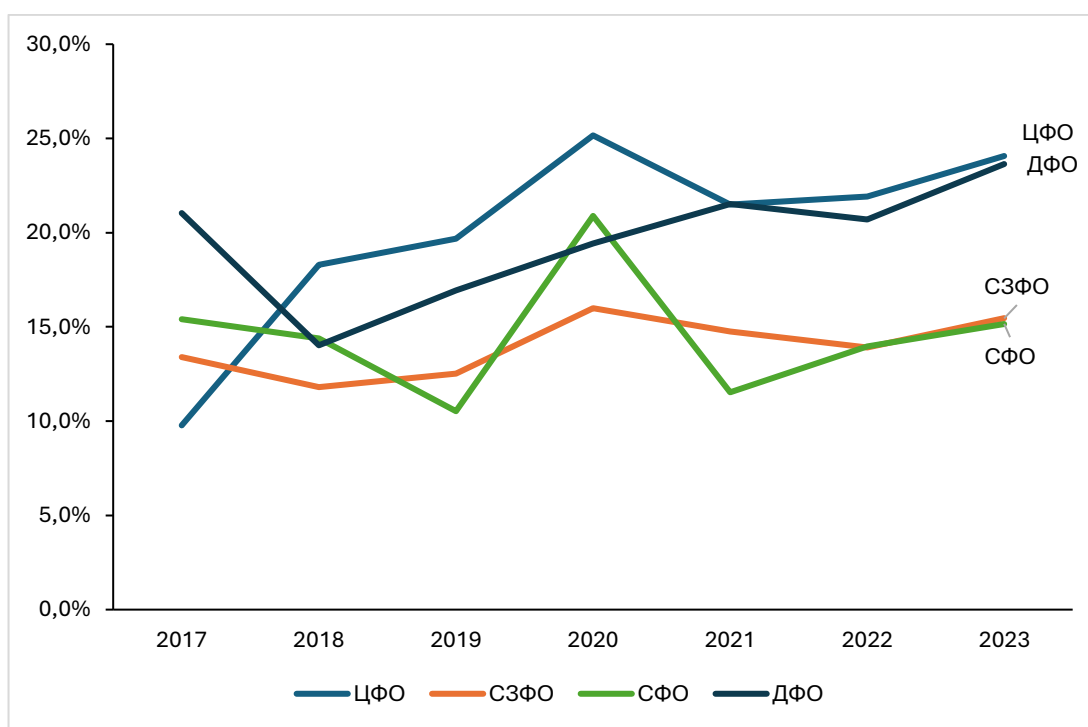
Рисунок 22. Динамика доли нелегального потребления пивоваренной продукции по федеральным округам. Построено авторами на основе метода региональной кластеризации



Такая динамика может объясняться эффектом «высокой базы», так, в ЮФО доля нелегального рынка самая высокая, нелегальный рынок «насыщен», факторы его роста исчерпаны. В Приволжском и Уральском федеральных округах, где доля нелегального рынка относительно низкая, обеление также не настолько существенно.

Тенденция к росту нелегального рынка наблюдается в четырех федеральных округах (Рисунок 23), больше всего в наиболее «индивидуалистических»²⁷ Центральном и Дальневосточном федеральных округах. Также небольшой рост есть в Северо-Западном и Сибирском федеральных округах.

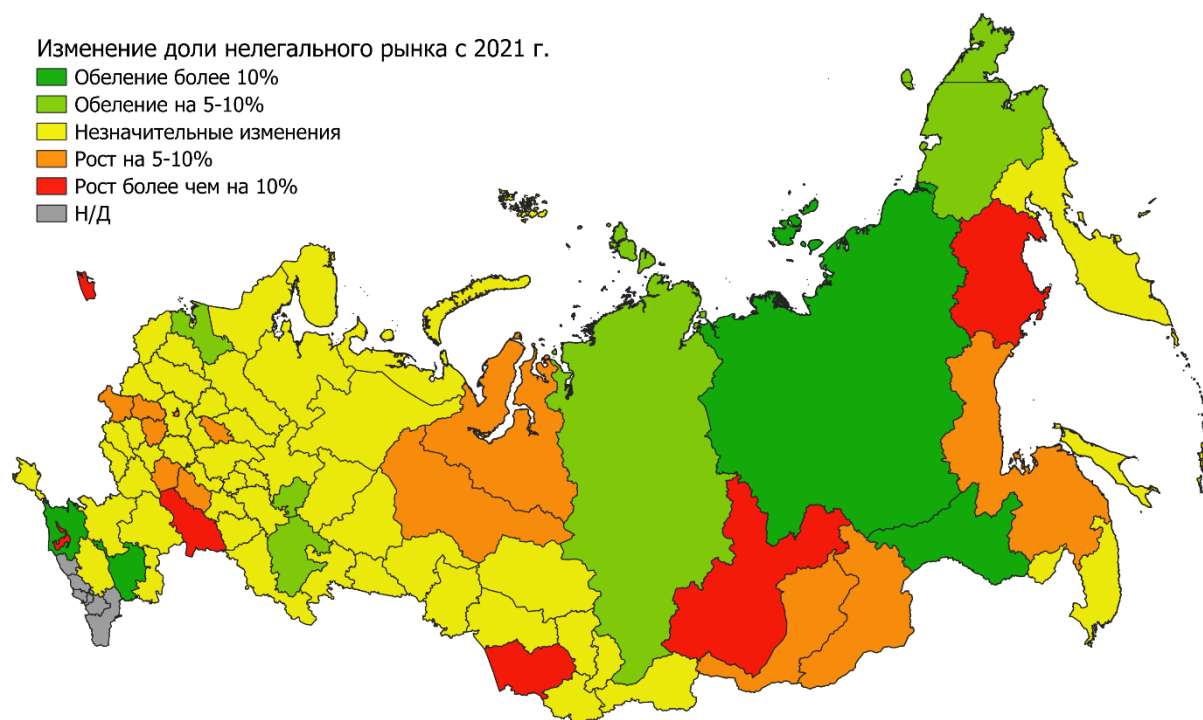
Рисунок 23. Динамика доли нелегального потребления пивоваренной продукции по федеральным округам. Построено авторами на основе метода региональной кластеризации



На региональном уровне значимые изменения доли нелегального рынка произошли в небольшом числе субъектов (Рисунок 24). Часть регионов Юга России и Поволжья демонстрируют снижение (эффект «высокой» базы, описанный выше), а регионы европейской части и Урала России – небольшой рост. Наибольший рост – в южной части Сибири (где также высокая доля канала разливного пива) и в части регионов Дальнего Востока.

²⁷ Культурные коды экономики: почему в России существуют две разные страны, URL: [https://www.forbes.ru/forbeslife/443291-kul-turnye-kody-ekonomiki-pocemu-v-rossii-susestvuut-dve-raznye-strany].

Рисунок 24. Динамика доли нелегального потребления пивоваренной продукции по субъектам РФ. Построено авторами на основе метода региональной кластеризации



Регионы с наибольшим ростом нелегального рынка – Республика Калмыкия, Республика Тыва, Ненецкий АО, Республика Алтай, Республика Башкортостан. Регионы с наибольшим обелением нелегального рынка – Кемеровская область, Магаданская область, Хабаровский край, Калининградская область, Забайкальский край. Следует отметить, что оценка на уровне регионов имеет большую погрешность, поэтому интерпретировать результаты оценки следует в терминах направления изменения нелегального рынка, а не конкретных его значений

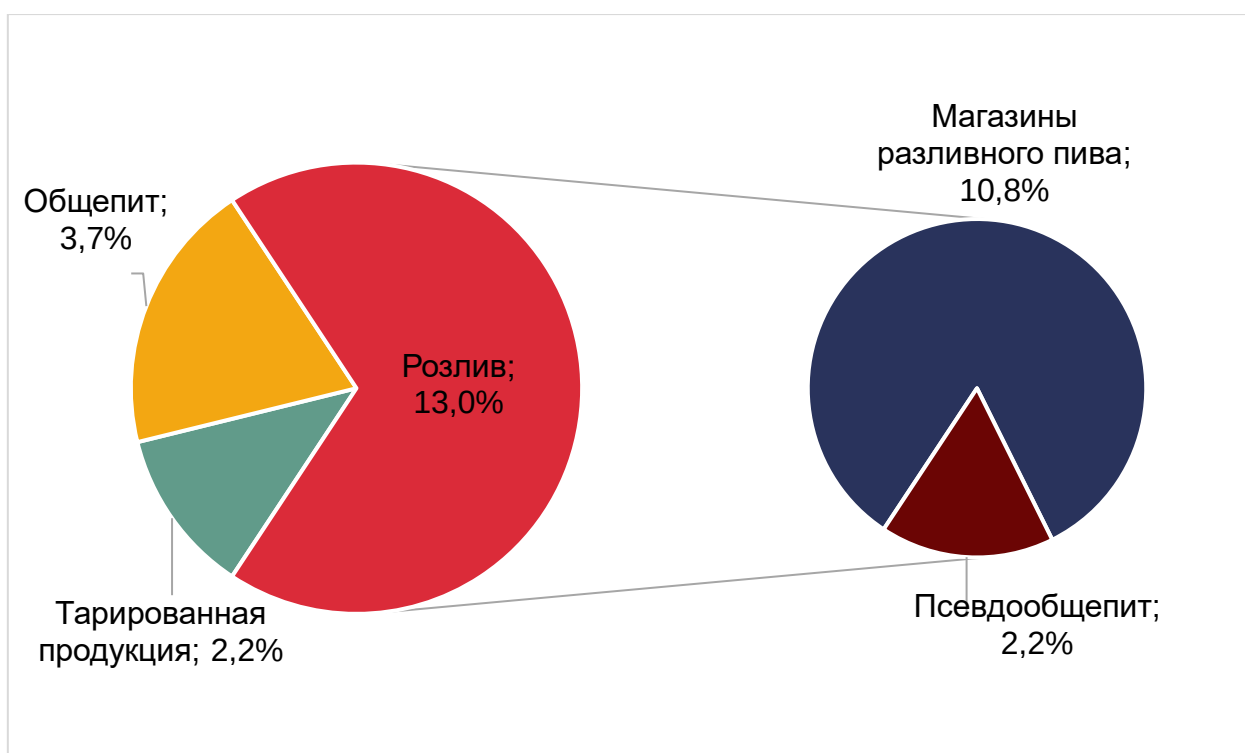
1.5.2. Оценка объемов нелегального оборота пивоваренной продукции. Структура и динамика нелегального оборота пивоваренной продукции

В данном разделе оцениваются объемы нелегального рынка по формам реализации пивоваренной продукции, описанным в разделе 0: традиционная розничная торговля, где в основном продается тарированная продукция, предприятия общественного питания (бары, кафе, рестораны), точки продаж разливного пива (специализированные магазины пива, «псевдообщепит», «наливайки»).

Доля нелегального рынка за 2023 г. составляет 18,4–21,9%, из которых на тарированную продукцию, по данным ИГС, приходится 2,3–2,8%, на канал разливного пива – 16,1–19,2% (10,8–12,9% – магазины разливного пива, 2% – точки «псевдообщепита», 3,3–4,3% – предприятия общественного питания).

За 3-й кв. 2024 г. доля нелегального рынка составляет 18,9–19,7%, из которых на канал разливного пива приходится 16,7–17,4% (10,8–11,3% – магазины разливного пива, 2,2% – точки «псевдообщепита», 3,7–3,9% – предприятия общественного питания). Таким образом, **58,6% нелегальной пивоваренной продукции продается через канал разливного пива, 9,1% – через точки «псевдообщепита», 19,7% – через канал общепита, а 12,6% приходится на нелегальную тарированную продукцию.**

Рисунок 25. Каналы продаж нелегальной продукции. Построено авторами на основе ГИС исходя из оценки нелегального рынка в 18,9% оборота.



Показатели за 2023 г. и 3-й кв. 2024 г. соотносятся с результатами прошлого исследования, по данным 2021 г. на тарированную продукцию приходилось около 10% нелегальных продаж, а на канал разливного пива – около 70%. Эти изменения могут сигнализировать о небольшом перетоке нелегальной продукции из канала разливного пива (в первую очередь магазинов разливного пива и «псевдообщепита») в канал тарированной продукции, но данный вывод требует дополнительного изучения. Эксперты подтверждают уменьшение доли разливного пива и рост продаж тарированного как в традиционной рознице, так и в «бир-бутиках», отчасти объясняя это развеиванием потребительских мифов о «более свежем разливном» пиве.

По экспертным оценкам, подтверждаемым данными Nielsen, потребление пива последние 3 года растет. Отчасти эксперты объясняют это перетоком потребителей из сегмента потребителей вина, вызванного ростом цен как на импортную, так и отечественную винодельческую продукцию, отчасти переключением части потребителей алкоголя на менее крепкие напитки.

В обороте прослеживается тенденция к слиянию и поглощению: более крупные торговые сети специализированных пивных магазинов поглощают мелкие и вытесняют единичные торговые точки. Магазины по продаже пива становятся более цивилизованными и привлекательными с точки зрения сервиса и предложения, ассортимента сопутствующих товаров.

Сразу после введения маркировки «Честный знак» в начале текущего года эксперты отмечали тенденцию к схлопыванию бизнеса, панику среди отдельных участников оборота, приостановку работы части торговых предприятий и даже закрытие части торговых точек, так как «работу "в белую" часть бизнеса посчитала нерентабельной».

По типу реагирования эксперты выделили среди малых и средних производителей три группы:

«Те, которые приняли решение для себя обелиться полностью, потому что поняли, что требования все равно наступят и лучше уже сейчас начать продавать белые литры и, соответственно, отвечать всем требованиям регулятора. Вторая группа – серые – те, которые сильно нарастили внутри себя объемы производства и продажи белого пива, но тем не менее, сохранили какую-то невысокую долю продаж черного пива. По всей видимости, исходя из логики уменьшения риска для себя. И третья группа – черные производители – те, которые поняли для себя, что они не смогут на белых литрах обеспечить свои ожидания по получаемому доходу с этого направления. Они поняли, что бизнес им все равно придется закрывать. И, соответственно, эти игроки, они нарастили производство как раз-таки черного пива, понимая, что есть опция надыхаться перед смертью и потом либо покинуть страну, продав бизнес, либо в принципе уйдя куда-то в сторону»

«В начале года, где-то до марта, те игроки, которые активно зарабатывали на продаже неучтенного пива, серьезно напряглись. Все переживали и не понимали степени риска для себя в части внедрения и маркировки. И поэтому достаточно большое количество, как производителей теневых, так и клиентов, сильно поменяли свое поведение. И до марта включительно к нам очень много клиентов стало приходить, которые с нами раньше, в принципе, не взаимодействовали и не работали, потому что мы со своими ценами на «белое» пиво примерно 25-30 руб не дотягивали до цены, по которой получали «черное» пиво клиенты, соответственно, они делали свою увеличенную гигантскую наценку на полке, что далеко не всегда видно в итоге получалось, но при этом непосредственно сетевой клиент или даже отдельно-стоящая точка, получали высокую маржу именно по этому ассортименту. Что поменялось в марте? В марте появилась вводная от регулятора о том, что вводится «мораторий на проверки соблюдения честного знака». В общем, каникулы до декабря всем объявили. И мы увидели резкое падение»

По экспертным оценкам в мае в ряде сибирских регионов прирост продаж в кеговом пиве увеличился примерно на 50% у одной из крупных компаний. Однако в целом по рынку продажи разливного пива не выросли. Локальные производители увеличили объем производства на десятые доли процента, что может говорить в пользу того, что их производство легально. Гораздо интереснее сложилась ситуация у малых производителей разливного пива, которые в прошлом 2023 году занимали в общем объеме производства 3,1%. В 2024 году их доля выросла до 7,5%, показав рост больше, чем в 2 раза. «Трехсосенский» пивоваренный завод, который в прошлом году произвел 1,2% от общего объема, в 2024 году достиг 2,3% (около 7 000 дал за 1 месяц), так же продемонстрировав рост легального производства в 2 раза. Учитывая, что в целом рынок легально производимого пива не вырос, а малые производители и «Трехсосенский» завод продемонстрировали рост объемов в 2 раза, эксперты сделали вывод о том, что часть своих объемов, ранее не учитываемых, вывели в «белое» русло.

«Была большая паника по линии дистрибуторских звеньев разных производителей, так как серые продажи преобладали, обелять точки экономически невыгодно, и надо было дозакупать оборудование для прослеживания»

Однако в текущий период эксперты видят возврат теневых форматов как серого, так и черного оборота пива. Не в полном ценовом диапазоне, так как инфляция и рост себестоимости приводят к повышению цен, но практически в тех же объемах.

«Есть такое наблюдение у “черных” производителей и продавцов, что называется “последний отчаянный рывок”: “Как нахлобучат, я закрываюсь и ухожу с рынка”. То есть человек, у которого есть разливной магазин, он предполагает не работать в “белом” поле. Ему это слишком затратно и слишком сложно. Он не собирается разбираться ни с ЕГАИСом, ни с онлайн-кассами, ни с маркировками. Он планирует закрыть этот бизнес и вложиться во что-то другое»

Как отмечают эксперты, курортные зоны, регионы излюбленных туристических маршрутов, Черноморское побережье представляют собой территорию сезонной деятельности как магазинов разливного пива, так и HoReCa. Предпринимателям для осуществления легальной деятельности, помимо уплаты аренды, как правило, осуществляемой в виде 100% предоплаты, необходимо приобрести онлайн-кассу, ЕГАИС-ключ, код УТМ и выполнить все законодательные требования и ограничения по месту и времени продажи алкогольной продукции. В отсутствии плановых проверок подавляющее большинство точек продаж разливного пива работает нелегально, реализуя безакцизное пиво круглосуточно.

Если рассматривать корреляции каналов продаж и региональных показателей и доли нелегального рынка, можно выделить несколько тенденций. Во-первых, есть слабая положительная корреляция между долей нелегального рынка и каналом разливного пива (0,16), а также аналогичная отрицательная корреляция (-0,16) между долей нелегального рынка и каналом тарированной продукции. Это значит, что в регионах с большей долей канала разливного пива и меньшей долей тарированной продукции в среднем нелегальный

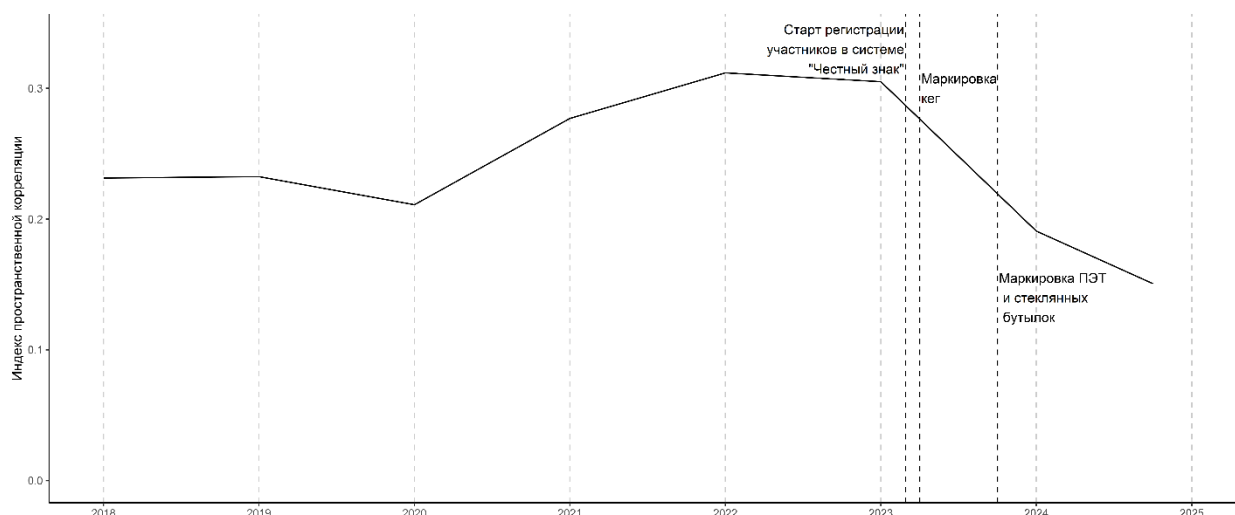
рынок выше. Во-вторых, корреляция между медианными доходами в регионе и долей нелегального рынка слабая, -0,13. При этом, если разделять регионы в две группы по доходу, можно отследить «Две России». Менее обеспеченные регионы имеют умеренную корреляцию с нелегальным рынком, -0,36, то есть доходы являются важным фактором, низкие доходы населения стимулируют нелегальный рынок, хотя это не является ключевым драйвером нелегальных продаж. Как и по результатам исследования 2023 г. доля нелегального рынка самая высокая в регионах с низкими доходами (Республика Тыва, Республика Бурятия, Якутия, Республика Алтай). В таких регионах разница между ценой легальной продукции и нелегальной более значимая. Наиболее обеспеченные регионы имеют более слабую корреляцию (от -0,19 до 0 в зависимости от группировки), то есть доходы слабо определяют нелегальный рынок, в этих регионах на первый план выходят факторы удобства, вкуса и премия за риск, такие как спрос на особенные сорта крафтового пива, ночные продажи, онлайн-продажа. В наиболее обеспеченных регионах нелегальная пивоваренная продукция продается по цене схожей или даже большей, например, пиво в канале онлайн-продаж, согласно исследованию Центра 2024 г.²⁸, продается в 2,3–2,8 раза дороже, чем в среднем в канале традиционной розничной торговли. Наконец, продолжается отмеченное в предыдущем исследовании «расползание» доли нелегального рынка, которое приходится на канал разливного пива. Причем значение индекса пространственной корреляции самое высокое среди всех показателей нелегального рынка по каналам продаж и общей доли нелегального рынка²⁹. Это значит, что именно для канала разливного пива наиболее свойственным остается на том же уровне³⁰ «расползание» от региона к региону нелегальной продукции. Тем не менее возможен и обратный эффект, который приходится на КРП, регионы с низкой долей нелегального рынка могут снижать этот показатель в соседних регионах, то есть меры по борьбе с нелегальным рынком в целом и по борьбе с нелегальным рынком разливной продукции в одном регионе могут распространяться и на соседние. Рассматривая динамику коэффициента пространственной корреляции, можно выделить тенденцию к росту в 2020–2022 гг. В 2023 г. началась обязательная маркировка части пивоваренной продукции, в марте 2023 г. – регистрация участников производства, а в апреле 2024 г. – обязательная маркировка кегов. Эти меры накладываются на устойчивое снижение индекса пространственной корреляции, т. е. «расползание» нелегального рынка между регионами замедлилось.

²⁸ Центр развития потребительского рынка ЭФ МГУ, Оценка влияния снятия запрета на дистанционную торговлю алкоголем на российский потребительский рынок и его участников, URL: [\[https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=106787&p=attachment\]](https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=106787&p=attachment)

²⁹ Индекс Морана доли нелегального рынка равен 0,19, нелегального рынка тарированной продукции – 0,21, а нелегального рынка канала разливного пива – 0,27.

³⁰ По сравнению с результатами предыдущего исследования.

Рисунок 26. Динамика Индекса Морана пространственной корреляции доли нелегального рынка пивоваренной продукции. Построено авторами на основе метода региональной кластеризации



Таким образом, в динамике нелегального рынка можно выделить три тенденции. Первая – доля нелегального рынка относительно стабильна, значимого обеления не наблюдается. Вторая – на фоне роста общих объемов потребления и стабильной доле неучтенной продукции растёт объем нелегального рынка в абсолютном выражении. Третья – «локализация» нелегального рынка, замедление перетоков между регионами, нелегальный рынок в регионах меньше распространяется на другие регионы, что может в будущем оказывать сдерживающий эффект на рост нелегального рынка как в абсолютном, так и в относительном выражении.

1.5. Социальные и экономические последствия нелегального рынка пивоваренной продукции

В разделе рассматриваются ключевые последствия существования нелегального рынка пивоваренной продукции и, в частности, канала разливного пива для государства, бизнеса и населения.

Последствия для государства

Существование нелегального сегмента пивоваренной продукции в первую очередь несет косвенные экономические убытки для федерального бюджета. За 2023 г., согласно оценке доли неучтенного производства пивоваренной продукции в 12,9–16,4%, **федеральный и региональные бюджеты недополучили порядка 30,5-40,6 млрд руб. акцизов**, а за 3-й кв. 2024 г. – 27,1-29 млрд руб. При неизменном объеме нелегального рынка и повышении акциза до 30 руб. за литр бюджет недополучит в 2025 г. 36,5-48,5 млрд руб. Кроме того, федеральный бюджет недополучает с такой продукции и другие налоговые платежи, такие как НДС, а региональные бюджеты – НДФЛ, налог на прибыль. Точную оценку недополученных налоговых поступлений назвать нельзя из-за отсутствия данных.

Последствия для бизнеса

В первую очередь добросовестные участники рынка страдают из-за неравной конкуренции с нелегальными производителями. Как указано в разделе 1.2, нелегальная продукция дешевле легальной как минимум на размер акциза, 27 руб., также нелегальные производители могут снижать цену за счет неуплаты НДС. Из-за этого часть торговых точек стимулирована закупать нелегальную продукцию по сниженной цене. В условиях неравной ценовой конкуренции легальные производители, в особенности в регионах с высокой долей нелегальной продукции, вынуждены либо снижать цену и получать низкую маржу, либо отказываться от реализации продукции в части точек.

Существование нелегального рынка пивоваренной продукции также создает риски дополнительного регулирования именно добросовестных участников, которое приводит к росту издержек и дальнейшему снижению маржинальности.

2. Описание действующих инструментов борьбы с незаконным производством и оборотом пивоваренной продукции, экспертная оценка их эффективности

В разделе приводится оценка на основе открытых источников и экспертных интервью эффективности мер по противодействию нелегальному рынку пивоваренной продукции. Среди мер можно выделить 4 меры: систему цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров, реестр производителей, привязку к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС, запрет «наливаек» в МКЖД.

2.1. Система цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров

Согласно мнению отдельных экспертов от региональных ФОИВ, после отмены моратория на контрольно-надзорные проверки маркировка станет эффективной мерой по противодействию нелегальному рынку.

«Мы видим, что есть серьезное очищение, есть разделение, есть большое количество точек, которые на кран ставят нормально и продают. И учеты есть, и наводят порядок»

В целом с момента введения маркировки отмечается прирост объемов производства из месяца в месяц. Часть экспертов объясняет это обелением рынка пива, косвенным признаком которого стала продажа средних и малых пивоваренных заводов на юге России, в Ставропольском крае, на Кавказе, ранее работавших без соблюдения требований законодательства.

«Те игроки, которые столкнулись с давлением от регулятора (ФНС) и после определенных торгов все-таки уплатили штраф, они, как правило, свои объемы обеляют. Это приводит к серьезному росту отгрузочной цены в розницу до 25 рублей сразу в моменте. Это

катастрофический для объема продаж рост цены. Безусловно, это сразу чувствуется и должно где-то влиять на производительные мощности заводов. Исходя из этой логики, если открыть «Авито» и поискать «куплю пивоваренный завод», можно сильно удивиться, сколько их там сейчас продается по стране. И можно даже по именам понять, где они раньше находились и кто планировал, ну или уже продавал, или планировал использовать, эту мощность загрузить уже невозможно на старой марже»

Таким образом, мнения экспертов разделились. Часть из них делает выводы о том, что маркировка:

- Может служить основанием для проведения незапланированных контрольных действий РАТК и ОБЭП (в случае отмены моратория на КНД), проверок со стороны общественных организаций и активных, неравнодушных граждан;
- Благодаря интеграции с ЕГАИС позволит определить и сверить, сколько было произведено пива конкретным производителем и сколько из произведенной продукции продано конкретным продавцом. На текущий момент только в одном регионе РФ эксперты отметили такую возможность.

По мнению экспертов, единственный сегмент, который остается неохваченным маркировкой «Честный знак» – это абсолютно незаконные «черные» производство и оборот пива. Тем не менее эксперты единодушно отмечают, что доля абсолютно «черного» пива на рынке крайне мала из-за особенностей сложного и дорогостоящего процесса производства пива.

Другая часть экспертов отмечают, что во введении маркировки есть ряд сложностей, снижающих эффективность противодействия нелегальному рынку. Ключевая сложность введения маркировки, по мнению экспертов, локализована не на этапе производства, а на этапе продажи – работе розничных торговых точек, продающих пиво:

- О проверке их за 1 месяц уведомляют через личный кабинет на ЕСИА.
- Сложность регулирования/правоприменения в отношении торговых точек по продаже пива, учета в ЕГАИС при отсутствии лицензирования, в установлении объема проданной продукции и т. д.
- Сложность осуществления контроля со стороны:

- ФНС: значительная часть торговых точек не была оснащена ККТ, пиво может продаваться через терминал, без оформления кассового чека;
- РАТК: ЕГАИС – это система учета производства, а не реализации;
- Роспотребнадзора: проблема правоприменения из-за неопределенности в определении функционирования, наличие факта отравления или угрозы жизни потребителю;
- МВД: недостаточность основания для возбуждения уголовного дела.

«Мы купили бутылку пива, через приложение “Честного знака” сняли и отсканировали QR-код, отправили информацию о торговой точке, как там всё должно быть, что высветилась информация, что не зарегистрировано, что данная продукция является контрафактом, что это пиво продаётся в торговой точке по адресу такому-то. И ничего не произошло. Ничего! Вот вообще ничего не произошло, понимаете. Не работает это!»

«Честный знак» видит рост производства пива с момента введения маркировки, но рост продаж отследить значительно сложнее. У контролера нет возможности проверить продажу пива через ККТ, так как торговая точка может не указывать информацию о ней в кассовом чеке, указав в терминале общую сумму покупки. Также эффективность маркировки снижают:

- Человеческий фактор
- Технические погрешности в работе оборудования
- Отсутствие совмещения систем ЕГАИС и ГИСМТ.

«Сейчас мы настаиваем, чтобы “Честный знак” не просто так получал деньги с этой марки, а чтобы он разработал программу о совмещении этих систем. Мы смогли сделать так, что марка видна в системе ЕГАИС, марка видна в системе ГИСМТ, это прослеживается. Но чтобы объединить эти две системы, те деньги, которые получают они с этих знаков, чтобы они их потратили на эти новые программы, которые это всё объединили, и создали одну единую систему для того,

*чтобы вся информация, которая идет в “Честный знак”,
автоматически передавалась в ЕГАИС и предпринимателям не было
необходимости дублировать это».*

Эксперты отмечают как преимущества, так и недостатков системы маркировки «Честный знак».

Кроме того, точки продажи либо торгуют безакцизным пивом, либо на один код УТМ «вешают» несколько точек продаж, зачастую подделывают QR-коды, учитывают лишь часть продукции, через часть кранов идет легальное пиво, через часть – нелегальное.

*«Ну, мы ввели “Честный знак”. Он работает? Нет, он не
работает. Ну, вот он не работает. Почему он не работает? Потому
что нету наказания. Ну, мы в рынке видим едем по аудиту в точке,
заходим, и мы видим – это “чёрное” пиво. Мы его видим без QR-кодов, и
фасовка есть. Где наказание?»*

*«В принципе система есть, просто нужен вот модуль второй,
потому что строгость закона всегда нивелируется необязательностью
его исполнения. Дело только за судебной-исполнительной системой»*

*«Хорошие меры, дают эффекты, будут давать. Все равно путь у
нас один: все оцифровать и все посчитать. Другого пути нет. И
государство дальше будет совершенствовать механизмы вот такого
учета и контроля. Они, конечно, дают результат, и они помогают
бороться и с контрафактным алкоголем, и с незаконными продажами,
но этих мер недостаточно. Мы готовим дополнительные*

Таким образом, система цифровой маркировки показывает эффективность в обелении нелегального рынка и улучшении контроля за оборотом пивоваренной продукции. Тем не менее, по мнению экспертов, её результативность ограничена проблемами правоприменения, недостаточной интеграцией с ЕГАИС, мораторием на КНД.

2.2. Реестр производителей

С 1 сентября 2023 г. начал действовать реестр производителей пивоваренной продукции. При его обосновании авторы указывали, что он не приведет к дополнительному росту расходов производителей, так как госпошлина составит всего 10 тыс. руб.³¹. С другой стороны, производители указывали, что из-за долгого срока внесения в реестр повышается риск банкротства и закрытия предприятий³². Кроме того, представители отрасли указывали, что реестр производителей дублирует маркировку, из-за чего дополнительного обеления не будет. Дублирование возникает из-за того, что производители, которые зарегистрировались в реестре, более вероятно будут регистрировать свою продукцию в системе прослеживаемости и наоборот, те производители, которые не зарегистрировались в реестре, менее вероятно будут маркировать свою продукцию.

Тем не менее, так как реестр является своего рода облегченным видом лицензирования, у производителей создаются стимулы к легальному производству: если ранее при обнаружении нелегального производства предполагался штраф, то с введением реестра производителей наказание – исключение из реестра и запрет на деятельность. Нелегальная деятельность становится сопряженной с большими издержками, что стимулирует часть производителей к обелению.

Эффективность реестра зависит от вероятности выявления нарушения. По мнению экспертов, высокая вероятность обнаружения нелегального производства увеличивает риски для нелегальной деятельности и способствует обелению рынка. Тем не менее, эксперты отмечают, что у правоохранительных органов, в отличие от РАТК, осуществление проверок сопряжено с рядом сложностей (доказанный факт наличия угрозы жизни или здоровью граждан, заявления от пострадавших и т.д.), что снижает эффективность данной меры. Кроме того, в отношении производителей, чьи производственные мощности не

³¹ Сенат Информ, В СФ рассказали, подорожает ли пиво после введения реестра его производителей, URL: [https://senatinform.ru/news/v_sf_rasskazali_podorozhaet_li_pivo_posle_vvedeniya_reestra_ego_proizvoditel_ey/].

³² Прайм, Пивовары призвали правительство не вводить реестр производителей пива, URL: [<https://1prime.ru/20230127/839605450.html>].

превышают 100 тыс. дал, оснований для проверок меньше. Ответственность сообщать в РАТК о превышении порога лежит на производителях, поэтому у недобросовестных участников рынка создаются стимулы к занижению своих производственных мощностей при регистрации в реестре и обновлении данных.

Таким образом, введение реестра производителей пивоваренной продукции, в сочетании с системой маркировки, создаёт дополнительные стимулы к легальной деятельности. Однако эффективность обеления рынка от реестра может снижаться при низком уровне контроля и из-за возможностей обхода части требований.

2.3. Привязка к местам осуществления деятельности (МОД) программно-аппаратных комплексов ЕГАИС

С 1 сентября 2024 г. вступили в силу новые требования, утверждённые Постановлением Правительства от 31.12.2020 № 2466, согласно которым индивидуальные предприниматели (ИП), осуществляющие продажу алкоголя, обязаны зарегистрировать все торговые точки, расположив программно-аппаратные средства организации – универсальный транспортный модуль (УТМ) – по каждому месту осуществления продажи алкогольной продукции. Новые правила затрагивают, в частности, продуктовые и пивные магазины, а также заведения общепита, обеспечивая учет и получение сведений по количеству и сорту проданного пива в каждой торговой точке.

Эксперты относят данную меру к значимым с точки зрения обеспечения прослеживаемости розничных продаж в торговых точках, реализующих разливное пиво.

«Значительная часть продаж неучтенного разливного пива осуществлялась и осуществляется через эти точки. И в этой сфере много индивидуальных предпринимателей. И до 1 сентября 2024 года ИП предоставляли свои сведения только отчасти или не предоставляли вообще. То есть у такого вот индивидуального предпринимателя хоть тысяча точек по России, он говорит: “Я продал вот столько-то”. А сколько в каждой точке он продал, ни система, ни “Честный знак”, ни ЕГАИС этого не видят. А теперь по каждой точке розничной продажи он должен вести учет и вносить сведения – сколько и какого пива он продал в каждой точке».

Данная мера, по мнению экспертов, уже дает свои результаты, показывает эффективность.

Таким образом, привязка программно-аппаратных комплексов ЕГАИС к МОД уже показала свою эффективность по обелению нелегального рынка, но её потенциал еще не реализован полностью, следует ожидать продолжения эффекта обеления от этой меры в ближайшие годы.

2.4. Запрет «наливаек»

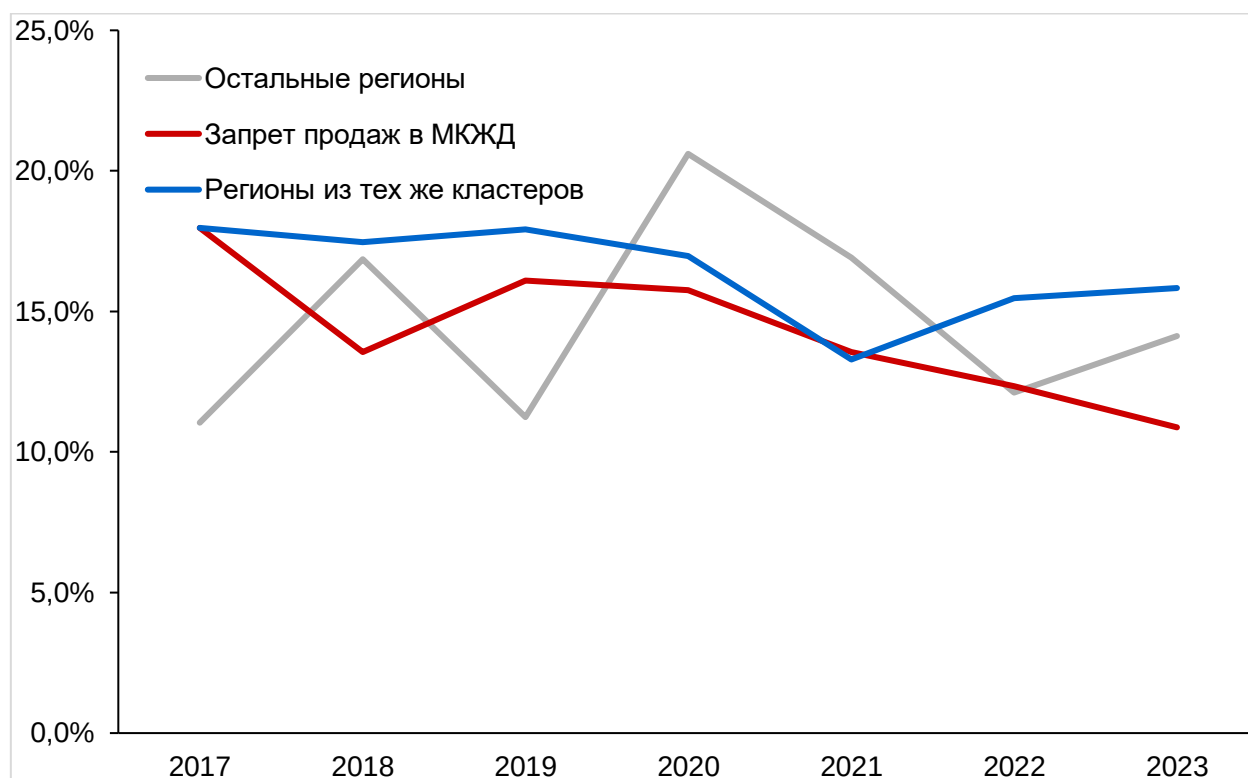
С 2019–2020 гг. в ряде регионов³³ действует запрет на продажу алкогольной и пивоваренной продукции в многоквартирных жилых домах и на территориях вблизи них. С 01.04.2024 вступил в силу принятый 14.02.2024 года закон «О внесении изменений в Федеральный закон “О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции”» (о совершенствовании законодательного регулирования розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания в объектах общественного питания, расположенных в многоквартирных домах и (или) прилегающих к ним территориях), наделяющий субъекты Российской Федерации правом устанавливать ограничение времени розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания в объектах общественного питания исключением ресторанов, расположенных в многоквартирных домах и (или) на прилегающих к ним территориях, по основаниям, на условиях (включая места расположения объектов общественного питания) и в порядке, которые установлены законами субъектов Российской Федерации.

Для оценки можно сопоставить динамику нелегального рынка в 2017–2023 гг. (Рисунок 27). Динамика в регионах, где был запрет продаж в МКЖД и в регионах из тех же кластеров достаточно похожая, можно выделить слабый долгосрочный эффект обеления от подобной меры в 4,5 п. п. Стоит отметить самоотбор³⁴, запрет «наливаек» мог оказаться наиболее эффективным в регионах, которые ввели запрет, так как в этих регионах проблема реализации нелегальной продукции могла быть наиболее актуальной.

³³ Курская область, Амурская область, Краснодарский край, Оренбургская область, Тульская область, Псковская область, Мурманская область, Кемеровская область.

³⁴ Наличие эффекта не из-за самого воздействия (в данном случае запрета «наливаек»), а из-за особенностей регионов, которые это воздействие применили.

Рисунок 27. Динамика доли нелегального рынка пивоваренной продукции в регионах, запретивших продажи в МКЖД



Анализ запрета «наливаек» на регионах, которые ввели такую меру, несколько лет назад показывает наличие долгосрочного положительного эффекта обеления, в среднем на 4,5 п.п. Следует отметить, что запрет мог быть введен в регионах, где проблема нелегального рынка в «наливайках» наиболее острая, поэтому эффект в других регионах может оказаться ниже.

Кроме указанных выше мер в 2023 г. Центр провел финансово-экономическое обоснование законопроекта о введении реестра продавцов. Как показывает анализ, ожидаемый механизм обеления – в связи с риском полного прекращения работы в случае выявления продажи неучтенной в ЕГАИС продукции точки продажи откажутся от такой продукции и повысят спрос на учтенную продукцию. Ожидаемый долгосрочный (в течение 4 лет) эффект обеления рынка от реализации такой меры составит от 0,5 до 6,5 п.п.

Таким образом, действующие меры показывают эффективность в разной степени, часть из них, например, система цифровой маркировки и прослеживаемости товара, «тормозится» мораторием на КНД. Другие меры, такие как запрет «наливаек», привязка к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС, уже сейчас показывают свою эффективность, а эксперты ожидают от этих мер стимулирование обеления рынка после отмены моратория на КНД.

3. Прогнозы обеления теневого рынка пивоваренной продукции

Методика, лежащая в основе разработки прогнозов динамики нелегального рынка пивоваренной продукции основывается на экспертных оценках эффективности, оценке степени реализованности потенциала той или иной меры по борьбе с нелегальным рынком, а также мер, которые еще не были введены, но имеют потенциал оказать значимое влияние на обеление теневого рынка пивоваренной продукции. Разработанная модель позволяет:

- Оценить изменение/реакцию нелегального рынка от каждой действующей меры;
- Оценить возможное изменение нелегального рынка от потенциальных еще не введенных мер;
- Оценить эффект перекрытия мер, возникающий в случае одновременного влияния двух и более мер на один и тот же сегмент нелегального рынка;
- Построить прогноз изменения нелегального рынка пивоваренной продукции на среднесрочный период.

Эмпирическая модель имеет вид аддитивной модели с эффектом перекрытия:

$$\begin{aligned} \Delta Illegal_t = S_t + \sum_i^N (power_{it} * active_{it}) - \sum_i^N \sum_j^N overlap_{ij} * \min(power_{it}, power_{jt}) + \\ + \sum_i^N \sum_j^N \sum_k^N overlap_{ijk} * \min(power_{it}, power_{jt}, power_{kt}) - \\ - \sum_i^N \sum_j^N \sum_k^N \sum_m^N overlap_{ijkm} * \min(power_{it}, power_{jt}, power_{kt}, power_{mt}) + \\ + \sum_i^N \sum_j^N \sum_k^N \sum_m^N \sum_l^N overlap_{ijkml} * \min(power_{it}, power_{jt}, power_{kt}, power_{mt}, power_{lt}) \end{aligned}$$

Где t – индекс года, S_t – изменение доли нелегального рынка, независимое от мер, N – число мер, i, j – индикаторы меры противодействия нелегальному рынку, $\Delta Illegal_t$ – изменение нелегального рынка в год t , $power_{it}$ – потенциал эффекта обеления от меры i в период t , $active_{it}$ – переменная, отражающая, является ли мера i введенной в период t , $overlap_{ij}$ – коэффициент перекрытия мер i и j , насколько эти меры затрагивают один и тот же сегмент нелегального рынка. Перекрытия по 2, 3, 4 и 5 мер добавляются в модель с разными знаками для корректировки и учета полного влияния мер на нелегальный рынок.

Перечень рассматриваемых мер представлен в таблице:

Таблица 15. Перечень рассматриваемых при построении прогнозов мер

Мера	Статус	Примечание	На кого направлена	Текущий эффект	Долгосрочный (до 2027 г.) потенциал обеления
Система цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров	Введена в 2023–2025 гг. (постепенное введение)	Эффективность «тормозится» введенным мораторием на КНД	Производители (в первую очередь) и продавцы	Незначительный в начале 2024 г.	До 10 п. п. (на основе экспертных оценок)
Реестр производителей	Введен с 1 сентября 2023 г.	Эффективность «тормозится» возможностями обхода требований недобросовестными участниками рынка (дробление бизнеса, занижение данных о производственных мощностях и пр.)	Производители	Незначительный	До 5 п. п. (на основе экспертных оценок)
Привязка к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС	Введена с 1 сентября 2024 г.	Мера уже показывает эффективность	Продавцы	Разная значимость для разных регионов (см. стр. 67)	До 5,5 п.п. (на основе экспертных оценок)
Запрет «наливаск»	Действует в части регионов с 2019–2020 гг. Введен в качестве поправок к ФЗ № 171 в 2024 г.	Регионы, в которых запретили продажу пива при оказании услуг общепита в МКЖД, показали снижение на 3 п. п. при прочих равных	Торговля	Значительная эффективность для регионов, где действует (см. стр. 68)	2,7 п. п. (на основе метода разности разностей)
Реестр продавцов пивоваренной продукции	Не введен	Введение реестра может стимулировать торговлю отказываться от приобретения и реализации нелегальной продукции	Продавцы	Не введен	0,5–6,5 п. п. (на основе оценки Центра развития потребительского рынка)

Из-за того, что некоторые меры направлены на одних и тех же участников рынка, возникает эффект перекрытия. Так, например, действие реестра производителей отчасти совпадает по своему влиянию с действием системы цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров. Таким образом, эффект обеления нелегального рынка будет меньше при действии этих мер одновременно по сравнению с суммарным эффектом от каждой меры по отдельности. Для того чтобы учесть эффект перекрытия по каждой из указанных мер, на основе экспертных интервью строится матрица перекрытия, в её ячейках указана доля, насколько та или иная мера противодействия нелегальному рынку

пересекается по своему эффекту с другой. Так, меры, направленные на производителей, будут иметь высокую долю с другими мерами, направленными на производителей, а меры, направленные на продавцов – высокую долю с другими мерами, направленными на продавцов.

Таблица 16. Матрица перекрытия

	Система цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров	Реестр производителей	Привязка к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС	Запрет «наливаек»	Реестр продавцов пивоваренной продукции
Система цифровой маркировки и прослеживаемости движения товаров	-	80%	10%	30%	20%
Реестр производителей	80%	-	10%	20%	20%
Привязка к МОД программно-аппаратных комплексов ЕГАИС	10%	10%	-	80%	70%
Запрет «наливаек»	30%	20%	80%	-	80%
Реестр продавцов пивоваренной продукции	20%	20%	70%	80%	-

Примечание: значение в ячейках – насколько меры пересекаются по своему воздействию. Чем выше степень перекрытия, тем ниже суммарный эффект.

На основании выделенных мер можно выделить три сценария, по которым, вероятно, будет меняться нелегальный рынок пивоваренной продукции. Наиболее **пессимистичный сценарий** прогнозирует ситуацию продления действия моратория на проверки бизнеса либо сохранение проблем правоприменения и ограничений контрольно-надзорной деятельности (см. раздел 1.2 «Факторы, стимулирующие производство и оборот нелегальной пивоваренной продукции»). На фоне увеличения налоговой нагрузки эффекта от действующих мер будет недостаточно для сдерживания нелегального роста рынка, из-за чего **он будет расти темпами, соответствующими уровню 2018–2020 гг., около 1-2 п. п. в год или 3-6% к 2027 (в среднем +4,3 п.п. к значению 2023 г.).**

Средний сценарий предполагает отмену моратория на КНД и рост налоговой нагрузки на алкогольную отрасль и население (введение прогрессивной шкалы НДФЛ, рост акцизов на пиво согласно текущему законодательству). Согласно среднему сценарию, действующие меры покажут умеренную эффективность, при этом другие меры по борьбе с

нелегальным рынком вводиться не будут. Тогда к концу 2027 г. накопленный объем обеления составит около **3 п. п. со средними темпами около 0,76 п. п. в год.**

Оптимистичный сценарий прогнозирует отмену моратория на КНД, полную реализацию потенциала действующих мер, а также введение дополнительных мер по противодействию нелегальному рынку (запрет «наливаек» в регионах с высоким уровнем нелегального рынка, введение реестра продавцов), которые, в свою очередь, также будут эффективны. Тогда к 2027 г. накопленный объем обеления с 2024 г. составит около **12,1 п. п. со средними темпами около 3 п.п. в год.**

Рисунок 28. Сценарии изменения доли нелегального рынка пивоваренной продукции

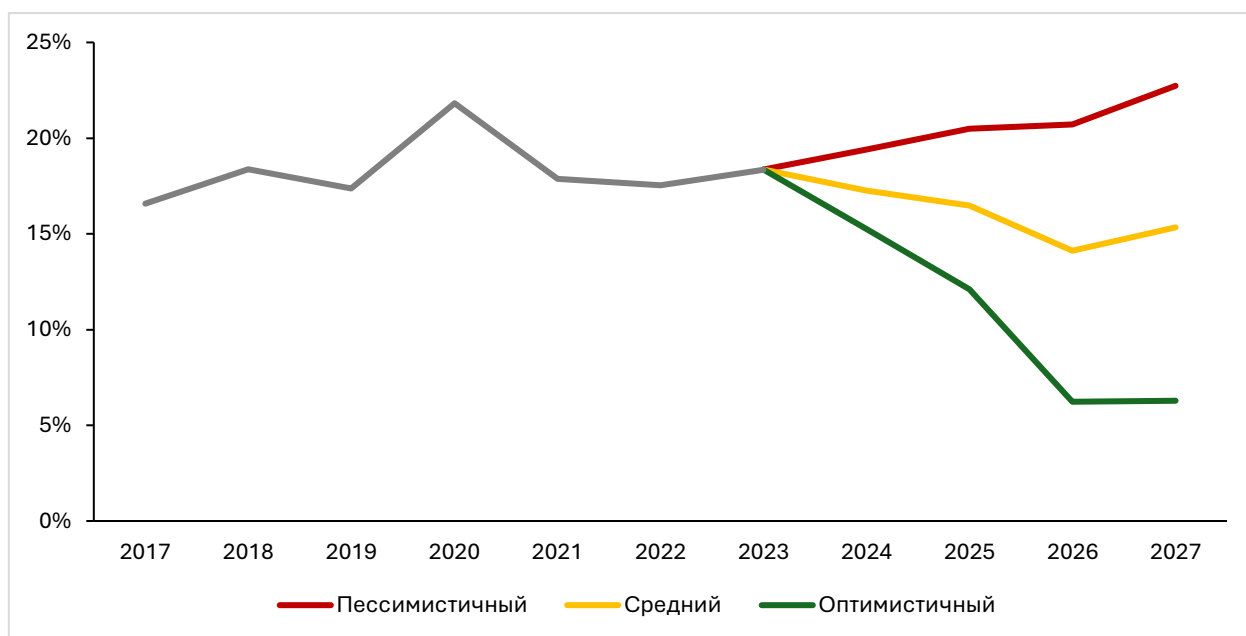


Таблица 17. Сценарии изменения доли нелегального рынка пивоваренной продукции по годам, п. п.

Год\Сценарий	Пессимистичный	Средний	Оптимистичный
2024	1,06	-1,09	-3,11
2025	1,07	-0,78	-3,15
2026	0,23	-2,37	-5,87
2027	2,02	1,22	0,05

Таким образом, в случае реализации пессимистичного сценария рост доли нелегального рынка составит 4,3 п. п. до 22,7% (от оценки в 18,4%), в случае реализации среднего сценария снижение доли нелегального рынка составит 3 п. п. до 15,3%, в случае реализации оптимистичного сценария – 12,1 п. п. до 6,3%.