



Научно-исследовательская работа
Центра развития потребительского рынка
Экономического факультета МГУ

Комплексная оценка долгосрочных эффектов дополнительных ограничений продажи алкогольной продукции в регионах России

Ключевые выводы



01.	Введение дополнительных ограничений приводит к сокращению доступности и потребления АП населением		Гипотеза подтверждается частично Региональные ограничения через влияние на сторону предложения сокращают доступность алкогольной продукции для населения. Долгосрочного устойчивого сокращения потребления алкогольной продукции населением в исследовании не выявлено. Оценки подтверждают неэластичность алкоголя. Потребление АП демонстрирует высокую устойчивость и адаптивность к изменяющимся условиям.
02.	Введение дополнительных ограничений создает позитивные внешние эффекты, такие как снижение алкоголь-ассоциированных последствий, снижение доли наркомании, повышение налоговых поступлений		Гипотеза в целом не подтверждается Для отдельных показателей, прежде всего ряда категорий ДТП в отдельных регионах, наблюдались краткосрочные или локальные эффекты, однако они носили неустойчивый и неоднородный характер. Исследование не выявило устойчивой долгосрочной связи между введением дополнительных региональных ограничений и снижением большинства алкоголь-ассоциированных последствий. Значимого влияния на показатели алкоголизма, алкогольных психозов, наркомании, преступлений и правонарушений в состоянии алкогольного опьянения в среднем по регионам не обнаружено.
03.	Введение дополнительных ограничений не приводит к росту нелегального рынка		Гипотеза подтверждается частично Исследование не выявило устойчивого долгосрочного сокращения теневого рынка в результате введения региональных ограничений. Общий тренд на обеление рынка, вероятно, в большей степени связан с федеральными решениями. В большинстве рассмотренных регионов значимых изменений доли теневого рынка не обнаружено. Вместе с тем в отдельных регионах наблюдались краткосрочные признаки роста интереса к нелегальным каналам приобретения алкогольной продукции и самогоноварению.
04.	Введение дополнительных ограничений приводит к изменению модели потребления		Гипотеза подтверждается Региональные ограничения оказывают значимое влияние на потребительское поведение. Население демонстрирует высокую адаптивность, компенсируя изменение условий доступности через перенос покупок по времени, укрупнение покупок, изменение частоты покупок, распределение спроса между разными каналами покупок.
05.	Нет связи между введением дополнительных ограничений и статистикой продажи АП в соседних регионах		Для проверки гипотезы требуется больше данных с привязкой к территориальным границам внутри субъектов

Рекомендации

Основные принципы регулирования

- **Целевая определённость**

Регулирование должно исходить из конкретной цели. Снижение потребления, изменение его структуры, сокращение нелегального оборота и снижение социального и медицинского ущерба требуют разных инструментов.

- **Приоритет доказательности**

Вводимые меры должны иметь подтверждённый эффект на целевые показатели. При оценке регулирования необходимо учитывать как ожидаемую пользу, так и возможные негативные последствия.

- **Сохранение наблюдаемости рынка**

Ограничения не должны стимулировать переход оборота в нерегистрируемые каналы, поскольку это снижает прозрачность рынка и затрудняет оценку фактического потребления.

- **Координация федерального и регионального уровней**

Региональные меры должны дополнять федеральную политику, а не заменять её или создавать противоречащие ей стимулы.

Рекомендации

Федеральный уровень

- Развивать системы прослеживаемости и контроля оборота, которые способствуют повышению прозрачности рынка.
- Установить единые требования к предварительной оценке и последующему мониторингу региональных мер.
- Предусмотреть возможность пересмотра или отмены неэффективного регулирования.
- Ограничивать обходные каналы, такие как псевдообщепит, «серая» доставка.
- Повышать полноту и открытость данных об алкогольном рынке.

Региональный уровень

- Избегать резких и изолированных ограничений часов продажи.
- Оценивать перед введением регулирования социально-экономический профиль региона, уровень теневого рынка.
- Отслеживать официальные показатели и косвенные признаки роста нелегального оборота.
- Ориентироваться на снижение социального и медицинского ущерба, а не физической доступности самой по себе.
- Предварительно пилотировать новые меры на отдельных территориях, сроках, правовых режимах.
- Минимизировать регуляторный диспаритет между различными форматами реализации АП – не создавать необоснованных преимуществ отдельным каналам реализации.

Массив данных и источники информации



Исследуемый период

2020–2026 гг.



Источники данных

- Региональные данные ЕГАИС по розничным продажам алкогольной продукции (за исключением пивоваренной продукции) в детализации до дня недели, вида АП, объема продаж, канала продаж (магазин, общепит), района в регионе, среднего размера и количества чеков; количество торговых точек в динамике в регионе.
- ЕМИСС, данные по розничным продажам пивоваренной продукции.
- Нормативная база исследуемых регионов.
- Проект «Карта ДТП».
- Статистика МВД по правонарушениям и преступлениям, совершенным в состоянии алкогольного опьянения.
- Росстат:
 - еженедельная средняя розничная цена на сахар;
 - численность населения по типу местности, полу и возрасту;
 - среднемесячная заработная плата;
 - статистика по заболеваниям алкогольными психозами, алкоголизмом, наркоманией.
- Wordstat – массив данных статистики запросов населения по ключевым словам.



География

российские регионы
за исключением
новых субъектов



Статистика

200 млн наблюдений



Методики и подходы к анализу

Эмпирическая стратегия анализа массива данных состоит из двух ключевых блоков:

Анализ общих моделей

- Базовая модель эффекта ограничений на объем легальных розничных продаж
- Модели структуры спроса
- Оценка теневого рынка
- Метод разность разностей



Кейс-стади регионов

- Event-study
- Синтетический контроль
- Локальные «до-после» методики
- Анализ основных данных и метрик



Дополнительно:

- Анализ распределений покупок по видам продукции и дням недели.
- Анализ общестрановых закономерностей потребления алкоголя (распределение частоты потребления алкоголя по доходным и образовательным группам населения).
- Анализ косвенных показателей, свидетельствующих об изменениях в потреблении алкоголя (заболеваемость, ДТП, правонарушения, статистика запросов, маркеры самогонотварения).



Ключевые тренды и характеристики российского алкогольного рынка

- **Динамику розничных продаж АП** (кроме пивоваренной) можно разделить на несколько общих этапов:
 - 2020–2021 – стабильный этап с небольшим ростом;
 - 2022–2023 – резкий рост на фоне внешнеполитических событий;
 - 2023–2024 – сохранение высоких показателей;
 - с 2024 г. – тренд на общее снижение покупок, тренд на возврат к показателям 2020–2021 гг.
- Потребительское поведение в регионах до введения ограничений характеризуется **стабильностью, предсказуемостью, низкой частотой колебаний, пиком покупок АП в пятницу/субботу**.
- У розничных продаж АП есть **выраженная сезонность**, связанная с пиковыми закупками перед Новым годом, майскими праздниками, 23 февраля и 8 марта, либо сокращением продаж в период поста (Великий пост, Рамадан), перетоками в туристические сезоны.
- Наибольшие изменения внутри потребительских моделей происходили в 2025 г.
- **Топ-7 видов АП одинаков для всех регионов**: пиво, водка, коньяк, виски, вино, настойки, слабоалкогольные напитки.
- Практически **полное вымывание слабоалкогольной** продукции из розничных продаж к 2026 г.
- **Основная часть регионов движется в общем тренде**. Выпадающие регионы: лидеры (Сахалинская область, Республика Карелия) и регионы с наиболее низкими показателями продаж (Ингушетия, Дагестан, Кабардино-Балкария, Северная Осетия, Карачаево-Черкесия, Тюменская область, Республика Тыва).



Положительные эффекты регулирования

Региональное регулирование:

- **Снижение доступности на стороне предложения** – ограничения фактически сокращают легальное «окно» продаж, из-за чего часть потребителей действительно отказывается от покупок.
- **Краткосрочные локальные улучшения по ДТП** – в отдельных регионах после ужесточения наблюдалось кратковременное (до ~3 месяцев) снижение показателей ДТП в состоянии алкогольного опьянения.

Федеральное регулирование:

- **Общестрановое снижение алкоголь-ассоциированных последствий** – устойчивый многолетний тренд снижения алкоголизма и алкогольных психозов – долгосрочный федеральный тренд, привязан к общестрановым решениям, а не региональным мерам.
- **Обеление теневого рынка** – почти все регионы движутся к снижению теневого рынка водки, но это объясняется общефедеральными решениями, повышением качества контроля, а не региональными ограничениями.

Эффекты от непосредственно дополнительных региональных ограничений небольшие и в основном краткосрочные, **ни один из «плюсов» не является устойчивым.**

Наибольшие положительные эффекты – от федерального регулирования, которое задает общий тренд на снижение потребления и снижение алкоголь-ассоциированных последствий.



Отрицательные эффекты регионального регулирования

- **Цель не достигается:** нет устойчивого долгосрочного снижения потребления – спрос неэластичен, потребление сохраняется на прежнем уровне.
- **Перетоки:** падение продаж в магазинах компенсируется ростом продаж в общепите, формируется вторичный рынок, укрупняются покупки крепкой АП.
- **Сдвиг к «рискованной» модели потребления:** покупки смещаются на выходные, укрупняются, часть населения сокращает, часть наращивает потребление, продажи в «дни запрета» не нулевые.
- **Рост интереса к нелегальным каналам:** резкие ограничения стимулируют интерес к «серым» каналам (доставка алкоголя, алкоголь ночью), потребители в этих каналах оказываются в зоне риска перехода в полностью «черные» каналы (полностью нелегальная продукция), также резкие ограничения стимулируют рост запросов населения на самогонование **на фоне общедофедерального снижения.**
- **Риск перетока в теневой сегмент:** каждый доп. час повышает риски снижения легальных продаж с ростом теневого рынка, продажи частично переходят в нерегистрируемые каналы.
- Нет снижения акцизных и налоговых поступлений от алкогольной отрасли.



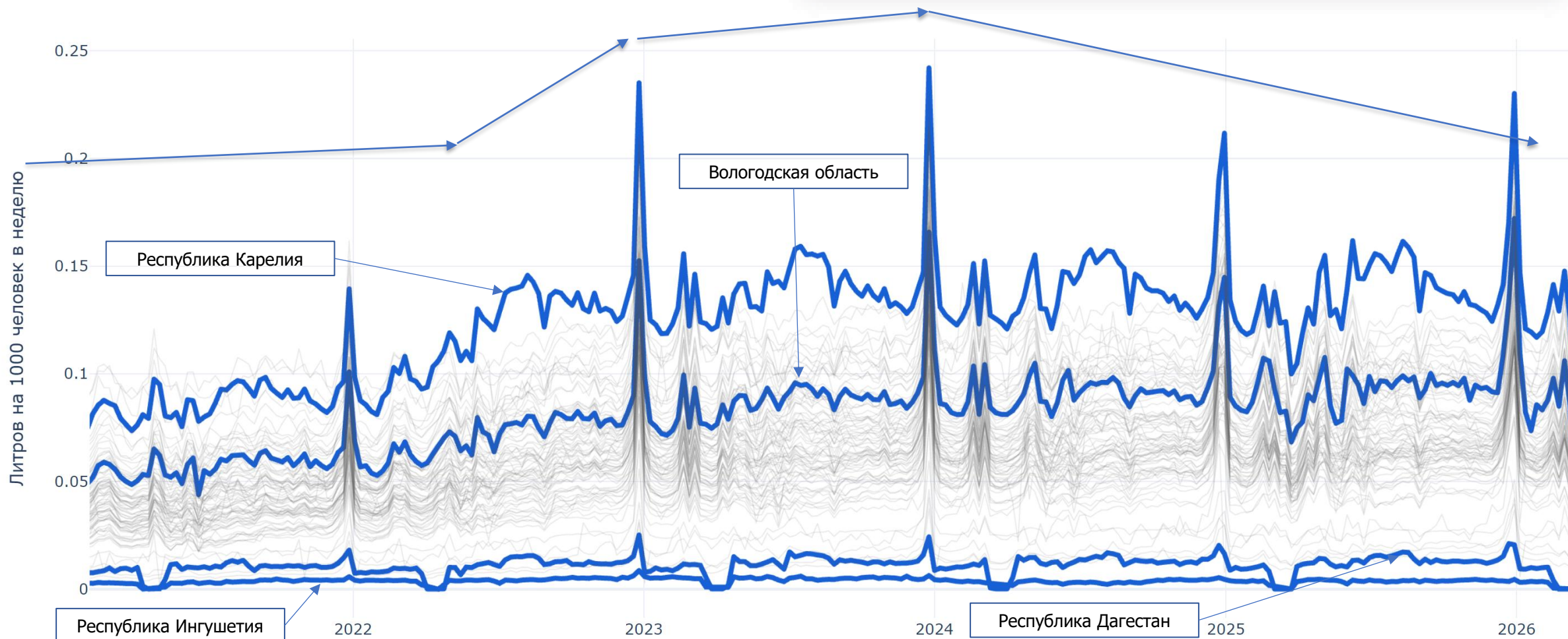
Отрицательные эффекты регионального регулирования. Выводы

- Отсутствие вреда – не основание для регулирования, мера **без доказанной пользы**, но с затратами внедрения, администрирования и контроля в итоге несет только издержки. **Отсутствие эффекта на ключевые показатели** – дискредитация регулирования.
- Нарушение существующего равновесия – само по себе издержка, ограничения «разрывают» модель потребления, а государство теряет наблюдаемость рынка: ухудшается информационная база для любого последующего регулирования и контроля.
- Государство на федеральном уровне **определило эффективные подходы к регулированию**, чтобы снизить потребление в рамках устоявшихся моделей потребления, а **региональные меры без разумной координации в рамках федеральной политики ломают модели потребления**, становится непонятно, как проверенные меры **будут действовать в новых моделях**.
- **Ограничения вознаграждают «оппортунистов»** без значимых положительных последствий. В итоге больше всего от ограничений выигрывают те, кто их нарушает: псевдообщепит, перепродавцы, нелегальная доставка. Ограничения стимулируют рентоориентированное поведение: ресурсы тратятся на эксплуатацию искусственного дефицита, а не на создание ценности. Как итог – нормализуется покупка в запрещенное время, поощряется обход правил, «штрафуется» добросовестная розница, а выигрывает «серый» сегмент.
- Регулирование создает дополнительные риски: даже при отсутствии значимых негативных последствий повышаются риски маловероятных событий: рост спроса на самогонварение и суррогаты, рост нелегальных каналов, в основной зоне риска – низкодходное население, которому перекрыли доступ к легальной рознице.

Еженедельные продажи АП (данные ЕГАИС)



Понедельные продажи алкогольной продукции по регионам



Спрос на алкоголь неэластичен



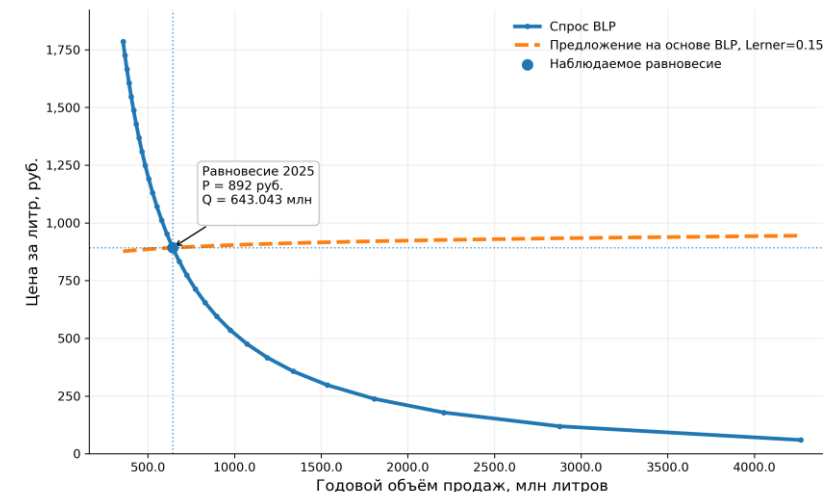
- Региональные ограничения – это внутренние изменения, связанные с предложением (доступностью).
- Изменения компенсируются перетоками между каналами продаж, часами продаж и днями: заметных сдвигов спроса и предложения не происходит, при прочих равных дополнительный час ограничений снижает объем регистрируемых продаж в магазинах на 5 %, но повышает объем продаж в общепите на 7 % – **снижение покупок может объясняться перетоком в канал пивоваренной продукции, который отсутствует в данных, а также перетоком в теневой сегмент.**
- Средняя эластичность спроса по цене¹ равна 88–91 %, то есть при росте цены на 1 % объем продаж снижается на 0,9 %.
 - У **более доходного** населения эластичность **ниже**, 0,78–0,81.
 - У **менее доходного** населения эластичность **выше**, 0,98–1,02.
- Наиболее эластичный спрос – у игристого вина и более дорогих вин. Наименее эластичный спрос – у крепкой АП, в частности коньяка и джинов.
- Перекрестная эластичность² низкая – потребители остаются в своих предпочитаемых видах продукции. Потребители стремятся поддерживать потребление алкоголя на фиксированном уровне.
- Значимая положительная связь между ценой на пиво и объемом продаж: при росте цены на пиво на 1 % происходит переток в другие виды продукции приблизительно на 1,8 %.
- Перекрестная эластичность различается по видам продукции, она более высокая для водки, коньяка и ниже для других видов продукции.

¹ Реакция спроса на товар на изменение его цены.

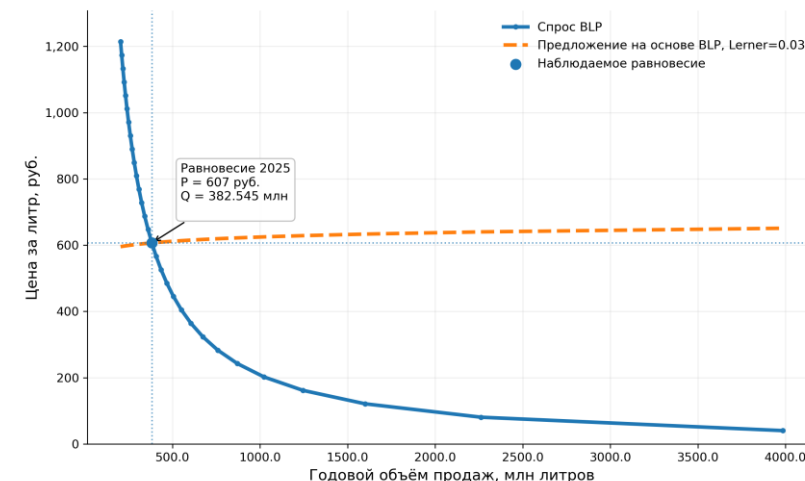
² Реакция спроса на товар на изменение цены других товаров.

*исследование не позволяет проанализировать изменения на стороне предложения в связи с отсутствием релевантных данных

Спрос и BLP предложение: Водка, 2025 (вся страна)



Спрос и BLP предложение: Вино, 2025 (вся страна)



Модель спроса. Методология



Дополнительные ограничения не изменили продажи алкоголя

- Значимых изменений объема продаж АП после введения дополнительных ограничений не наблюдается.
- Эффект не проявляется ни в краткосрочном, ни в долгосрочном периоде.
- Увеличение часов запрета для продажи АП не влечёт за собой снижение легальных продаж.
- Разные по направлению меры дают схожие результаты – ограничения не первостепенны в определении объема продаж:
 - Смягчение ограничений в Краснодарском крае привело к росту легальных продаж АП в пересчёте на чистый спирт на душу населения, на $\sim 0,02$ л на душу населения в неделю, менее 0,8 л в год.
 - Небольшое ужесточение регулирования немного повысило продажи АП в Новгородской области на $\sim 0,01$ л на душу населения в год, менее 0,5 л в год.

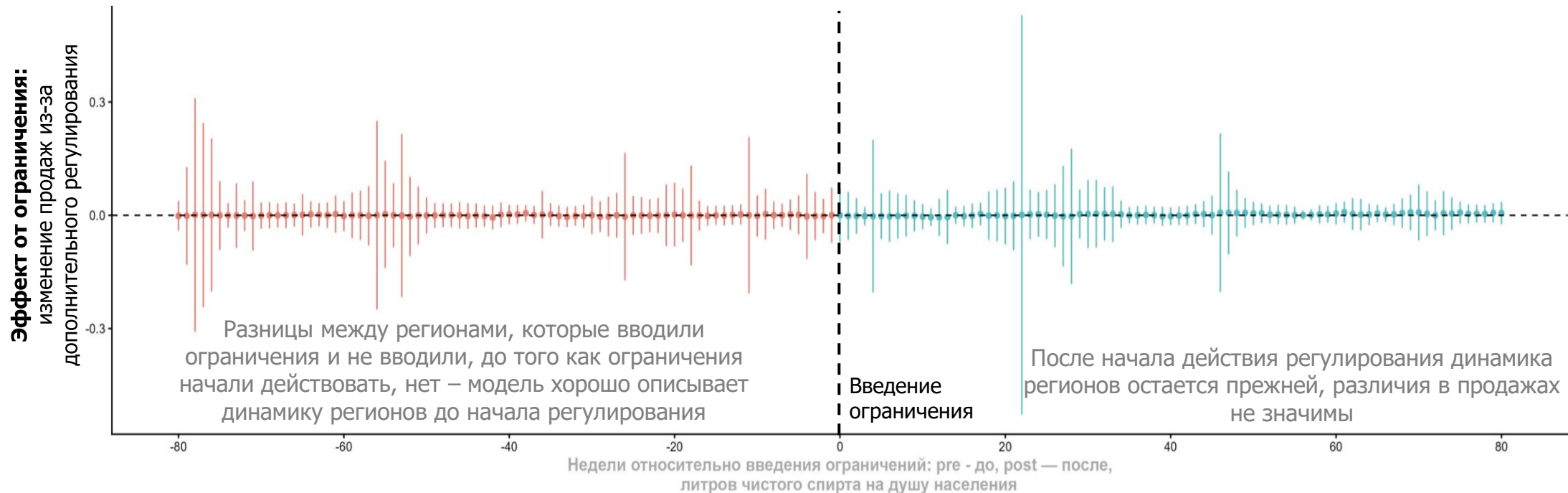


График отражает средний эффект от ограничений для всех регионов, где происходили изменения, по вертикали – сила изменений, вертикальные черты – доверительные интервалы (диапазон, в котором находятся истинные изменения от регулирования, если пересекает 0, то эффект не значим), по горизонтали – недели до (красным) или после (синим) введения ограничений



За весь период наблюдений значимых изменений от региональных ограничений не наблюдается

- Продажи в регионах менялись от глобальных событий, а не от ограничений.
- В динамике нельзя отследить значимых изменений от введения ограничений.
- Накопленный эффект также не проявляется – ограничения не имеют отложенного эффекта.

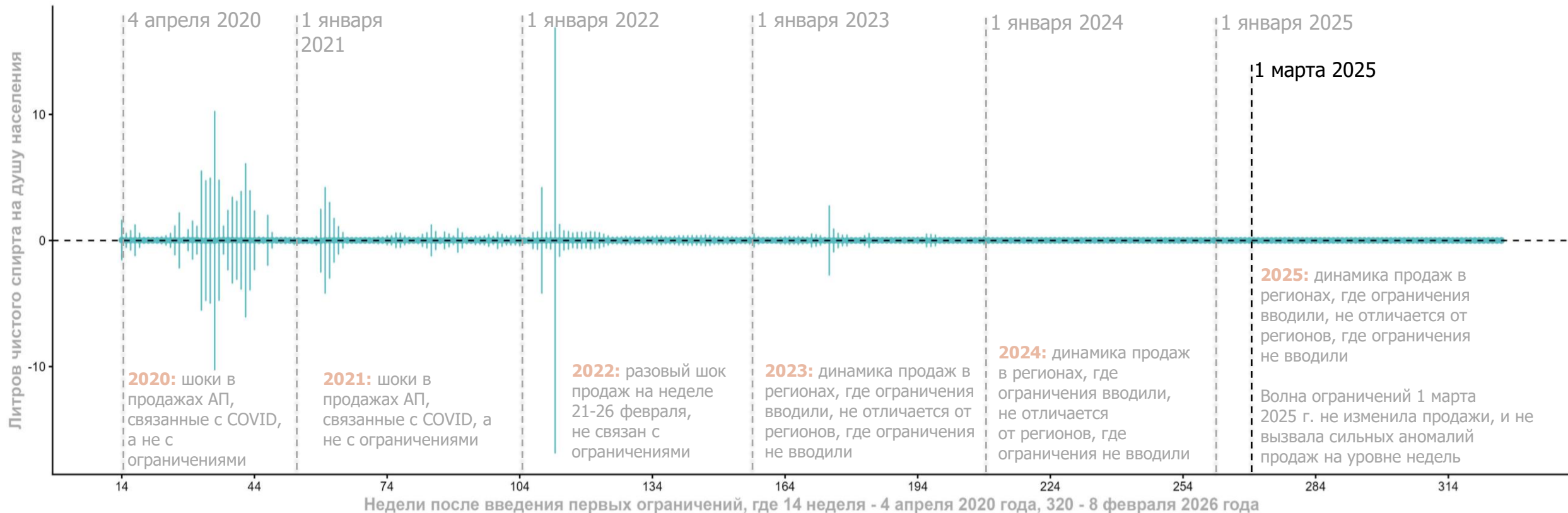
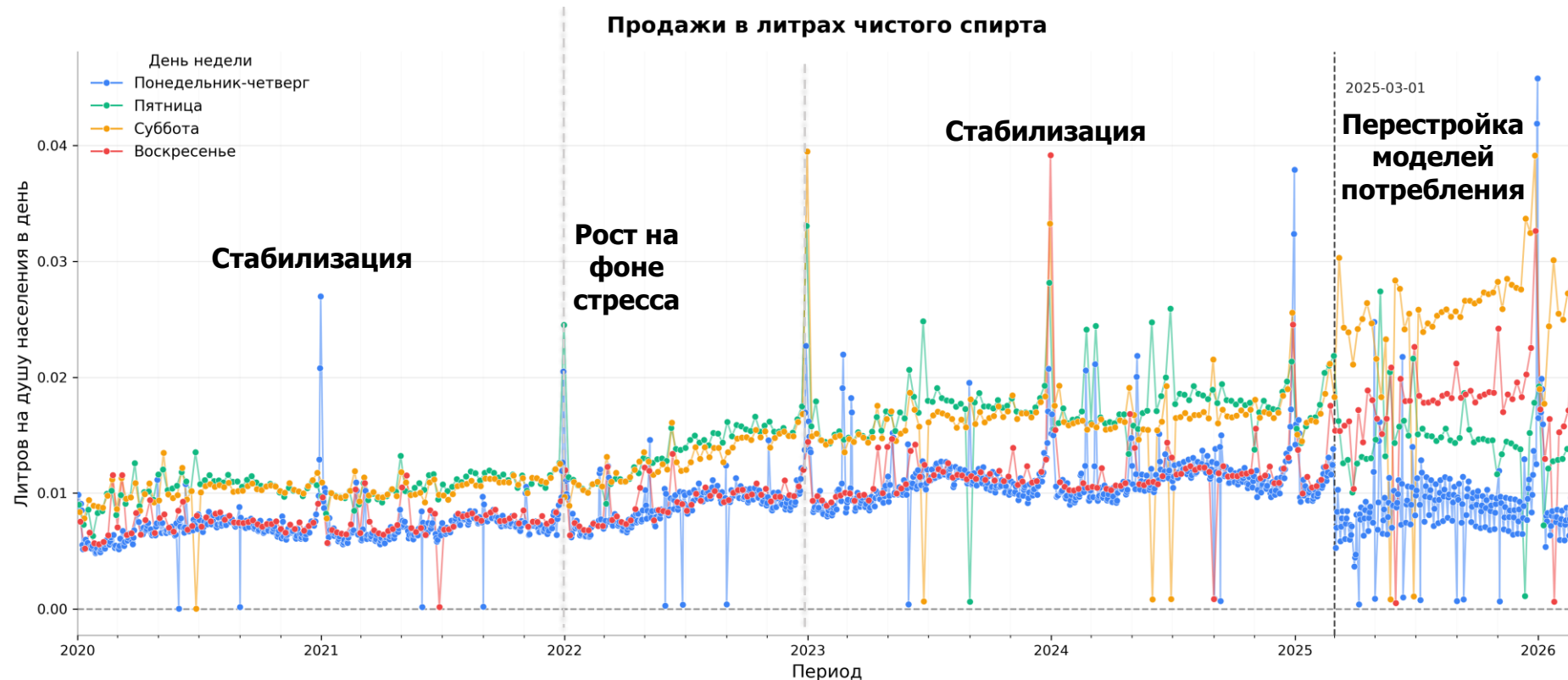


График отражает общие отклонения объема продаж во времени, по вертикали – сила изменений, вертикальные черты – доверительные интервалы (диапазон, в котором находятся истинные изменения от регулирования, если пересекает 0, то эффект не значим), по горизонтали – недели



Привычная потребительская модель была «разорвана»

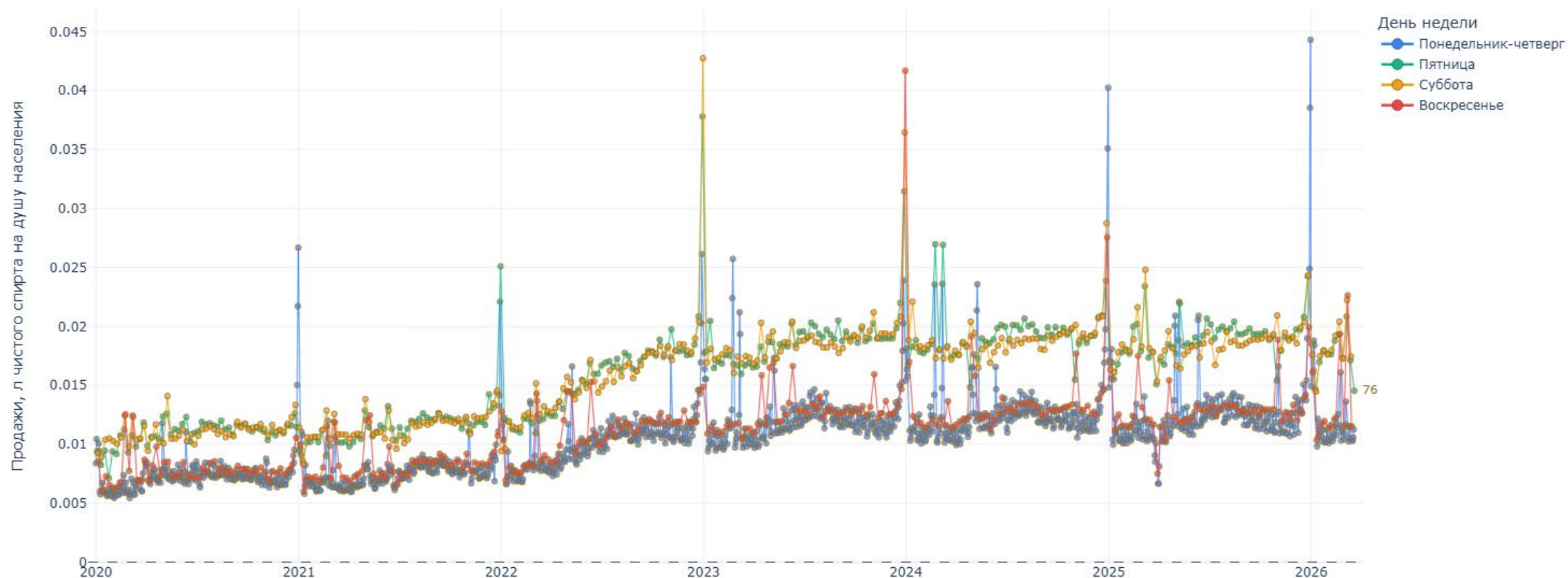
- С июля 2024 г. в Вологодской области наблюдался тренд на снижение продаж, к середине 2025-го тренд прекратился.
- После введения ограничений пиковые продажи перед Новым годом остались без изменений.
- Пиковые дни продажи АП сместились с пятницы-субботы на субботу-воскресенье.
- Продажи в «дни запрета» не нулевые.



Модель потребления АП по дням. Ярославская область



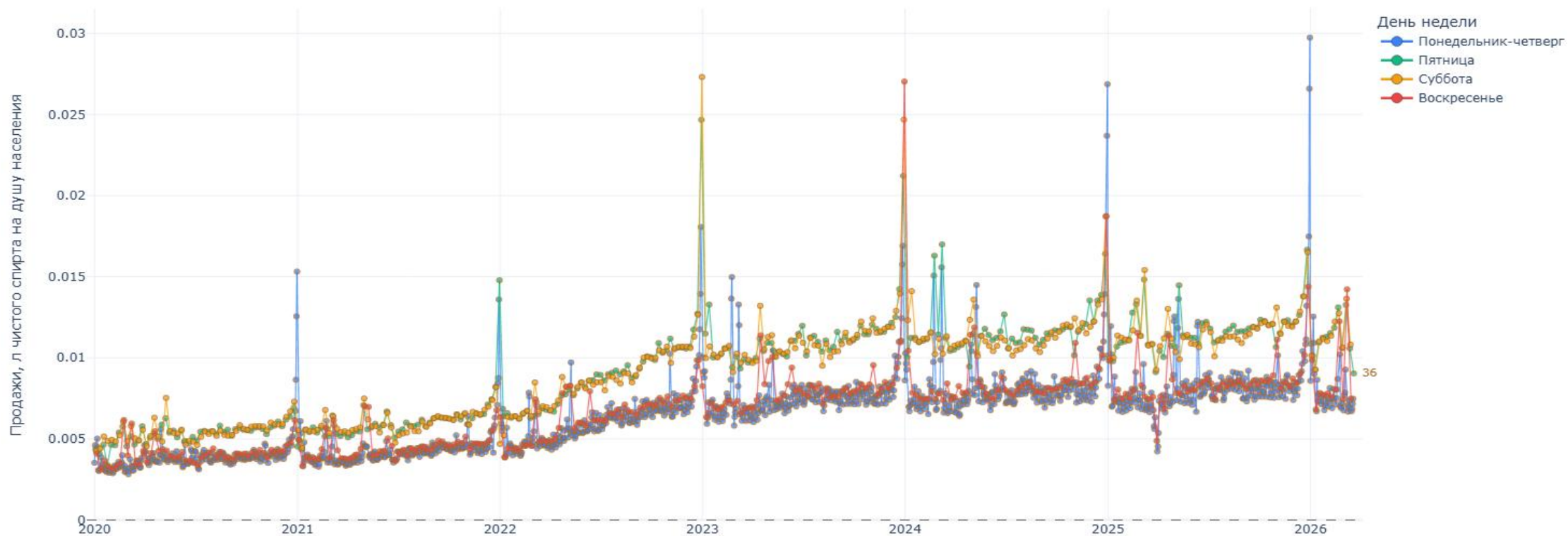
- Регионы без резких изменений на законодательном уровне имеют идентичную друг другу модель потребления с оговоркой на уровень этого потребления в литрах чистого спирта на душу населения.
- Модель потребления в регионе остается стабильной.
- Видны сезонные пики в летний период.



Модель потребления АП по дням. Воронежская область



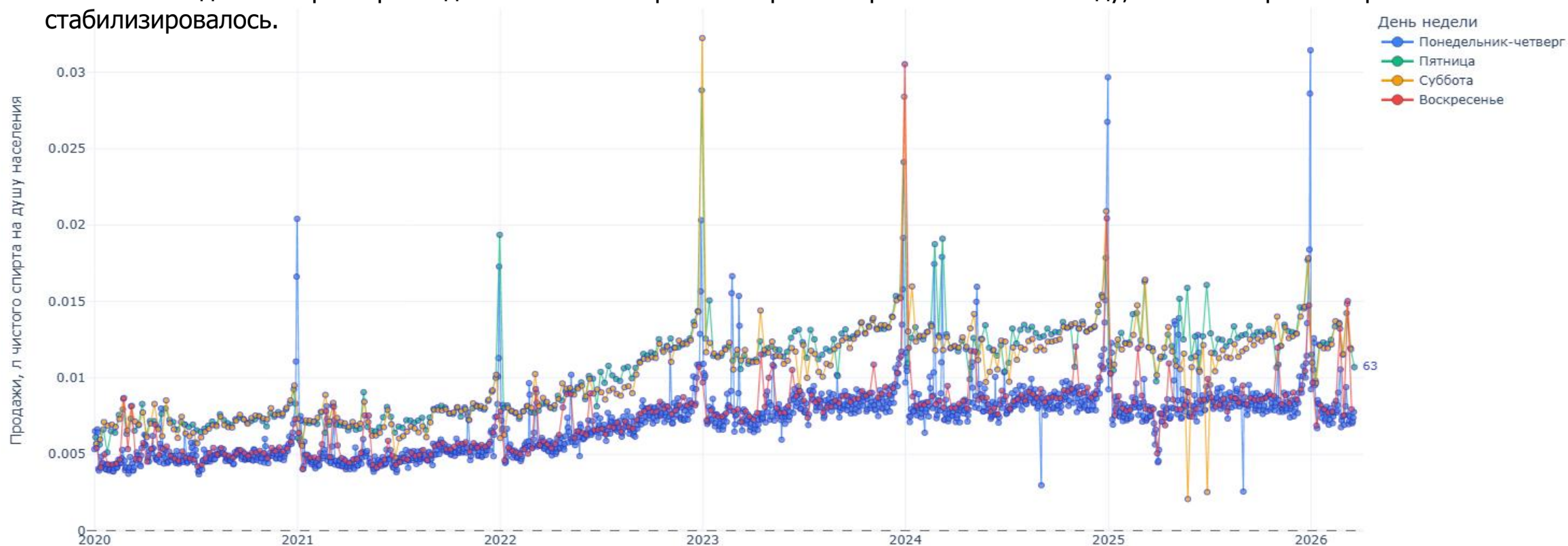
- Регион с точки зрения предпочитаемой модели потребления АП по дням стабилен.
- За рассматриваемый период никаких мер по регулированию продаж алкогольной продукции введено не было.
- Наиболее предпочтительными днями для покупки алкоголя на протяжении всего периода являются пятница и суббота.
- Также наблюдается характерный для большинства регионов рост потребления в 2022 году, после которого потребление стабилизировалось.



Модель потребления АП по дням. Самарская область



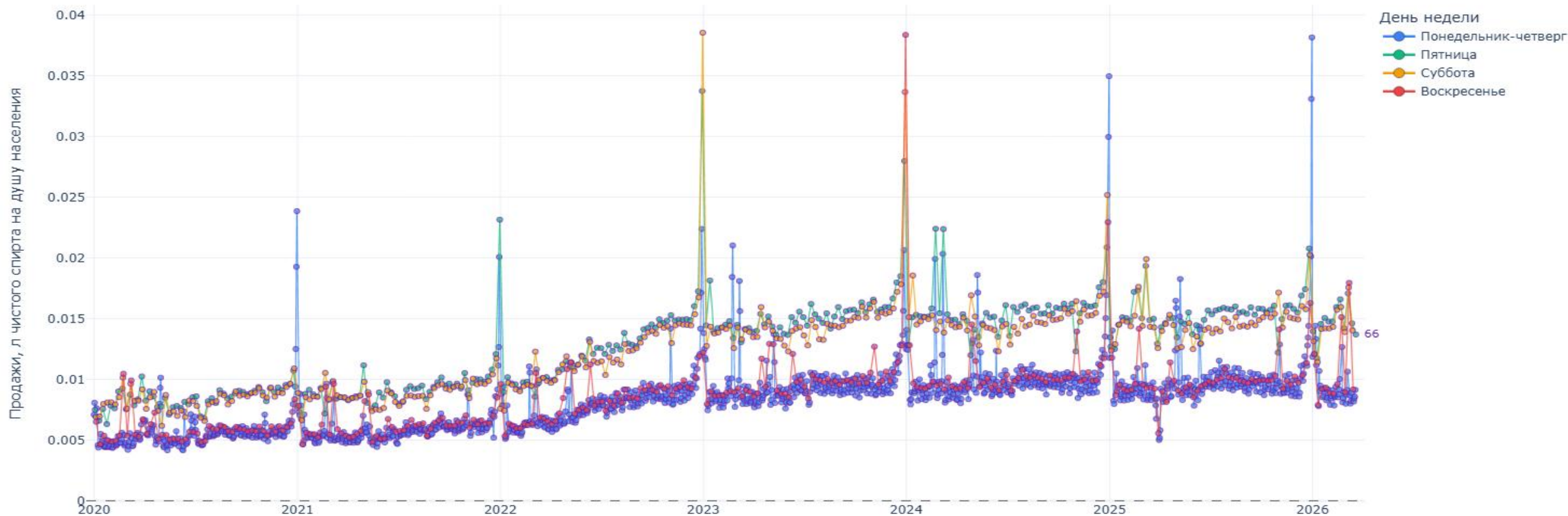
- Регион с точки зрения предпочитаемой модели потребления АП по дням стабилен.
- За рассматриваемый период никаких мер по регулированию продаж алкогольной продукции введено не было.
- Наиболее предпочтительными днями для покупки алкоголя на протяжении всего периода являются пятница и суббота.
- Также наблюдается характерный для большинства регионов рост потребления в 2022 году, после которого потребление стабилизировалось.



Модель потребления АП по дням. Свердловская область



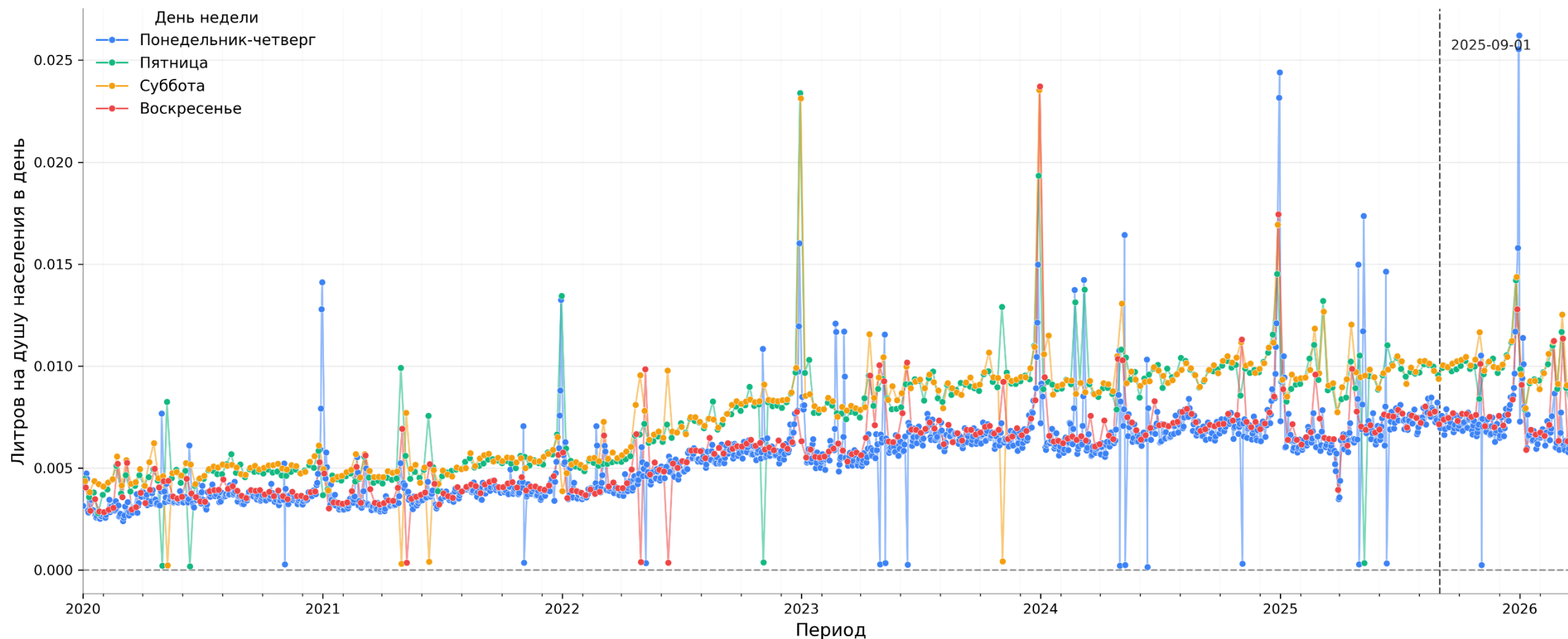
- Динамика региона соответствует общефедеральному тренду на снижение продаж в разрезе 2025/2024 и 2025/2021.
- Ни введение, ни отмена ограничений в 2020 году не оказали значимого влияния на продажи АП – всплеск покупок на фоне введения ограничения был скомпенсирован снижением покупок в следующие недели.
- Снятие ограничений 2020 г. также не привело к значимому росту продаж.
- Ограничения на работу общепита ночью снизили продажи АП в общепите, но незначительно на среднесрочном (1 год) промежутке, общий эффект в долгосрочном периоде, наиболее вероятно, – снижение.
- После ограничений 1 марта 2025 г. траты населения на АП выросли.



Модель потребления АП по дням недели. Тамбовская область



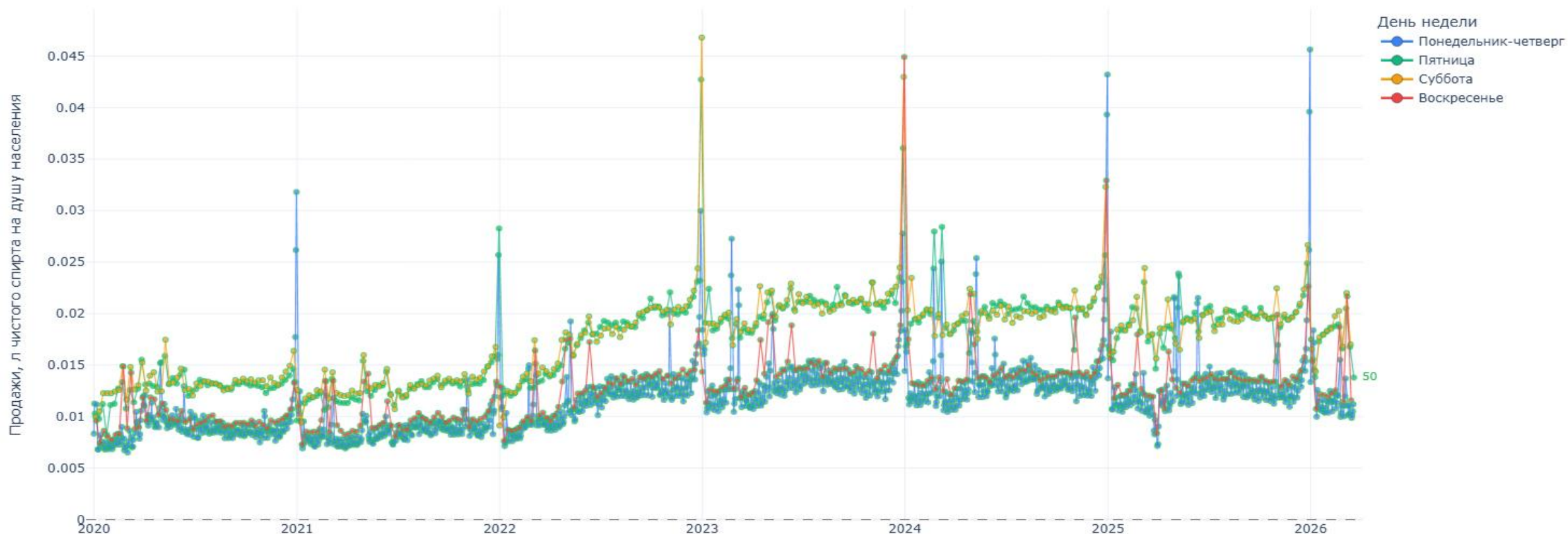
- Введение ограничений в 2025 и 2026 годах не отразилось в статистике шоками.
- Регион находится на плато после повышательного тренда 2023–2025 гг.
- Рост закупок перед «днями запрета».
- После введения ограничений 2025 г. незначительно выросли траты населения и объем покупок.



Модель потребления АП по дням. Московская область



- Структура потребления, а также модель потребления в регионе остаются стабильными.
- Ограничения на розничные продажи в регионе вводились на фоне общего снижения показателя.
- После введений ограничений 1 сентября 2025 г. объем продаж АП в течение недели, по данным ЕГАИС, остается относительно стабильным, значительно выросли траты населения – от 54 % до 89 % в зависимости от дня недели. Растет количество выдаваемых лицензий и точек продаж.
- Ограничение розничных продаж в МКД незначимо повлияли на объем продаж АП в общепите.
- Ограничения 2026 г. также не дали значимых краткосрочных эффектов на продажи АП, в том числе в общепите.



Оценка косвенных эффектов



ДТП, ДТП в состоянии алкогольного опьянения, преступления и правонарушения в состоянии алкогольного опьянения, заболевания алкоголизмом, наркоманией

Средние эффекты

На уровне страны значимых изменений в **статистике ДТП** нет, ограничения не дают накопленного эффекта.

Краткосрочное снижение показателей (не более 3 месяцев за весь рассматриваемый период) на уровне всей страны: при введении дополнительных ограничений продажи АП в среднем в регионе **доля ДТП** краткосрочно снижается.

Количество смертей в ДТП на уровне всей страны: ограничения 2022–2024 гг. немного снижали показатель (в пределах 0,1 п.п.), от волны ограничений 2025 г. эффекта нет.

Нет значимой связи между региональными ограничениями и **динамикой алкоголизма** в среднем по регионам.

Нет значимой связи между региональными ограничениями и **динамикой наркомании** в среднем по регионам.

Нет значимой связи между региональными ограничениями и **динамикой алкогольных психозов** в среднем по регионам.

Нет значимой связи между региональными ограничениями и **преступлениями в состоянии алкогольного опьянения** в среднем по регионам.

Нет значимой связи между региональными ограничениями и динамикой **правонарушений в состоянии алкогольного опьянения** в среднем по регионам.

Региональные кейсы

После снятия ограничений **число ДТП** выросло на ~ 8 на 1 млн чел. – эффект значимый, но малый
Татарстан • Красноярский край
Значимый рост числа ДТП после введения дополнительных ограничений
Костромская область

Снижение **доли смертей в ДТП** в состоянии алкогольного опьянения в отдельных регионах
Краснодарский край (-12 п.п.)
• **Костромская область (-30 п.п.)**
• **Приморский край (-10 п.п.)**

Значимый рост **смертельных исходов в ДТП** после введения дополнительных ограничений
Новгородская обл. • Калмыкия
• **Белгородская обл. • Приморский край • Костромская обл.**

Снижение **числа ДТП** после введения дополнительных ограничений
Новгородская область

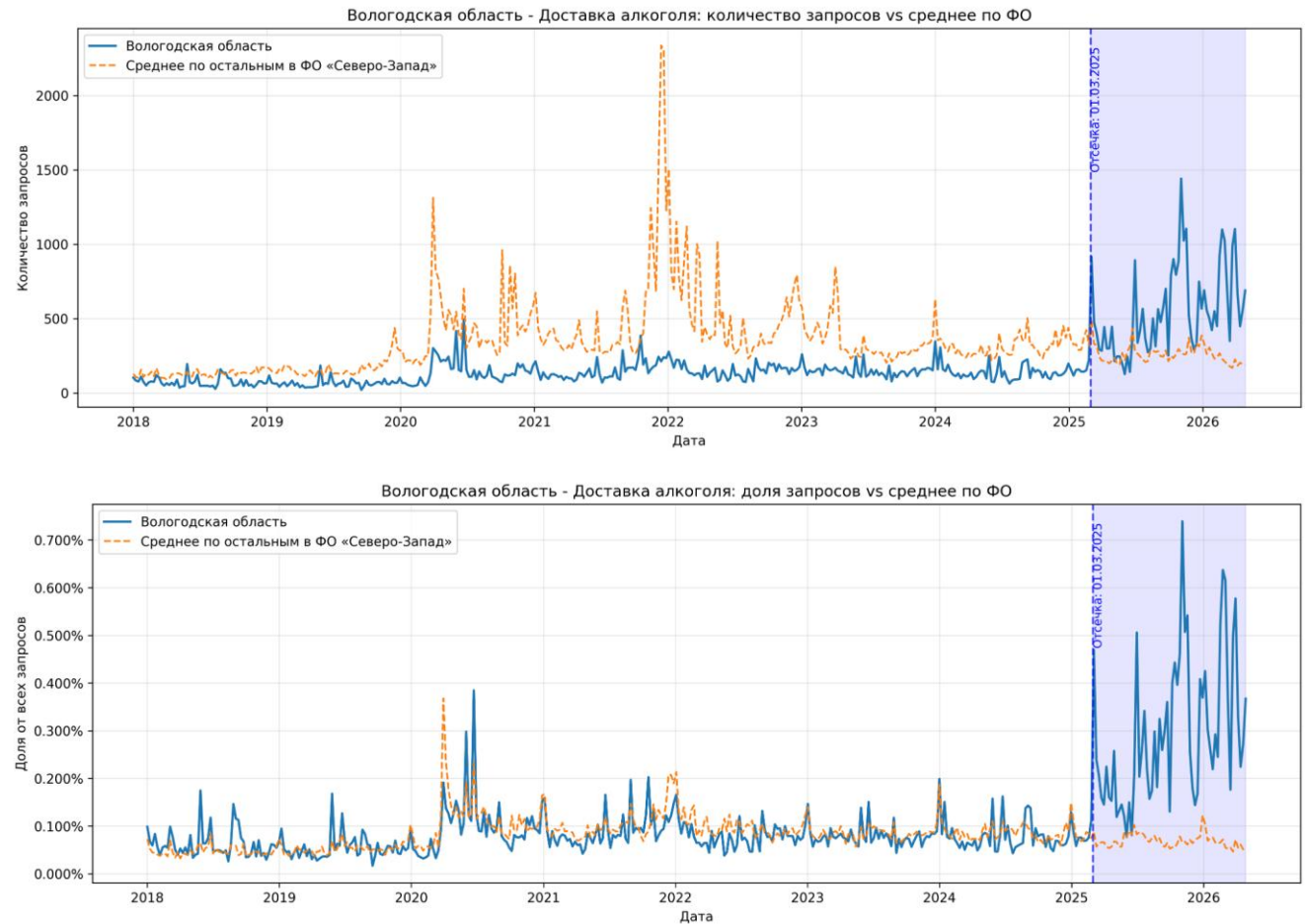
В 2021 г. рост доли **заболеваний алкоголизмом** после смягчения ограничений
Алтайский край

Слабозначимая связь с динамикой **преступлений и правонарушений в состоянии алкогольного опьянения** выявлена для ограничений 2020 года – незначительный рост на фоне ужесточений регулирования
Новгородская область (ужесточение) • Краснодарский край (смягчение)



Статистика запросов* как косвенный маркер потребления

- Во всех рассмотренных регионах косвенные показатели потребления не поменялись после введения ограничений: влияние изменений в законодательстве на потребление минимально.
- Наиболее значительные изменения произошли в Вологодской области: после введения ограничений наблюдается резкий рост интереса к покупке АП в запрещенное законом время, интереса к доставке АП и к самогонварению.
- В Ленинградской области после введения ограничений произошли небольшие изменения в динамике поисковых запросов покупки алкоголя ночью.
- В других рассмотренных регионах (Кемеровская, Липецкая, Псковская, Крым, Марий Эл, Чувашская) заметных изменений динамики поисковых запросов не произошло.



*«Таблетки от похмелья» – косвенный показатель уровня потребления АП

«Алкоголь ночью» – показатель интереса населения к покупке АП в запрещенное законом время

«Доставка алкоголя» – показатель интереса населения к покупке АП в нелегальных каналах

«Самогонный аппарат» – показатель интереса населения к самогонварению



Резкие скачки цен на сахар – явления единичные, не связанные с общим трендом

- Аномальный скачок цен виден в Вологодской области, Архангельской области и в Республике Карелия.
- Менее резкий скачок цен наблюдается для Новгородской и Воронежской областей.



Теневой рынок водки

Ссылка на описание методики



Общестрановые взаимосвязи

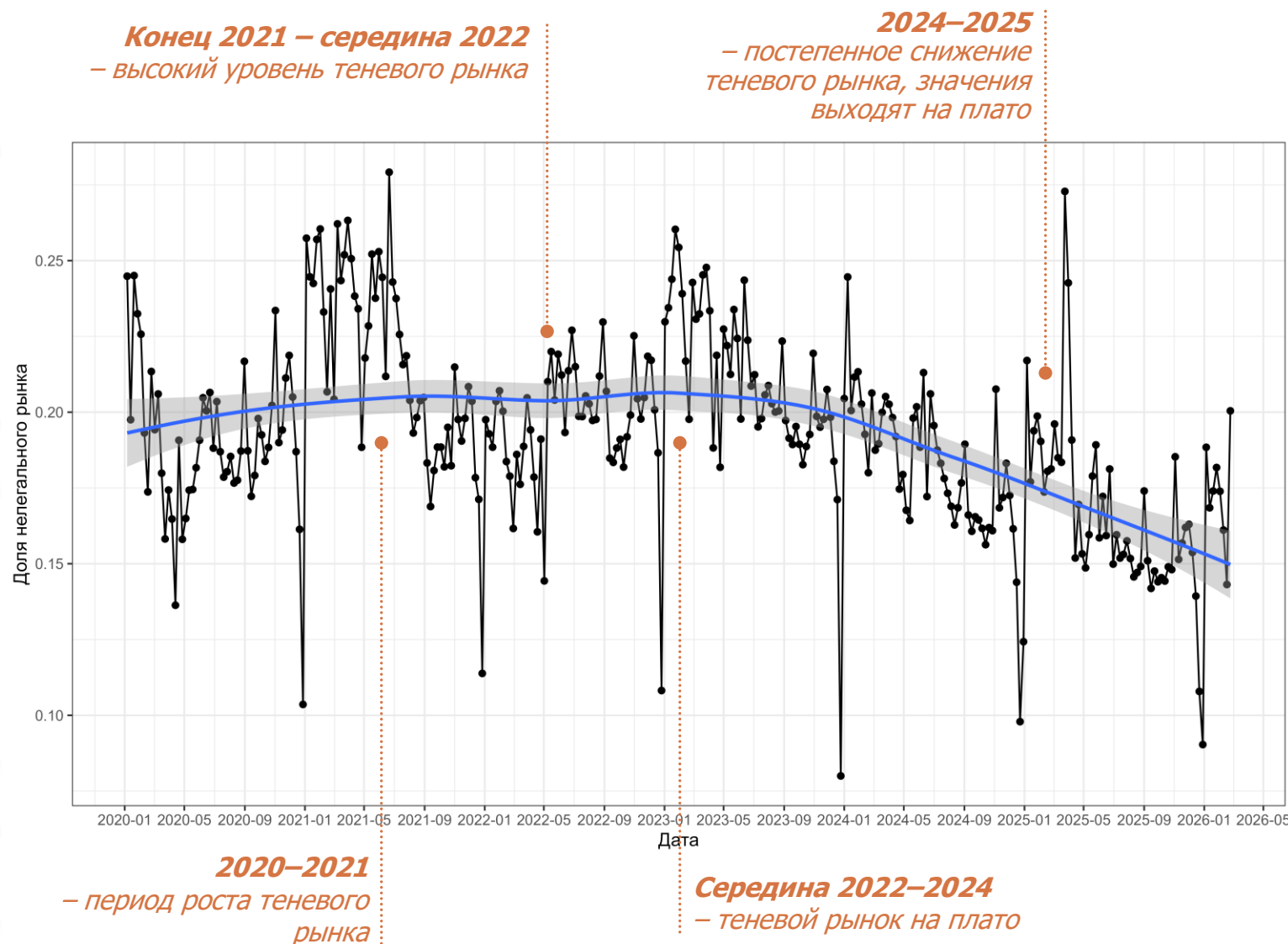
Время продажи имеет разнонаправленную связь с потреблением и теневым рынком¹ в регионах с более широким легальным окном продаж при прочих равных:

- выше общий объем потребления при прочих равных
- ниже теневой рынок

Сокращение времени продаж на 1 час при прочих равных коррелирует со снижением общего потребления:

- каждый дополнительный час ограничения коррелирован с легальными продажами ниже на 2,7 %
- при этом объем теневого рынка выше на 1,7 п.п. из этих 2,7 п.п. около 62 %

Теневой рынок ниже в регионах с более высокими доходами



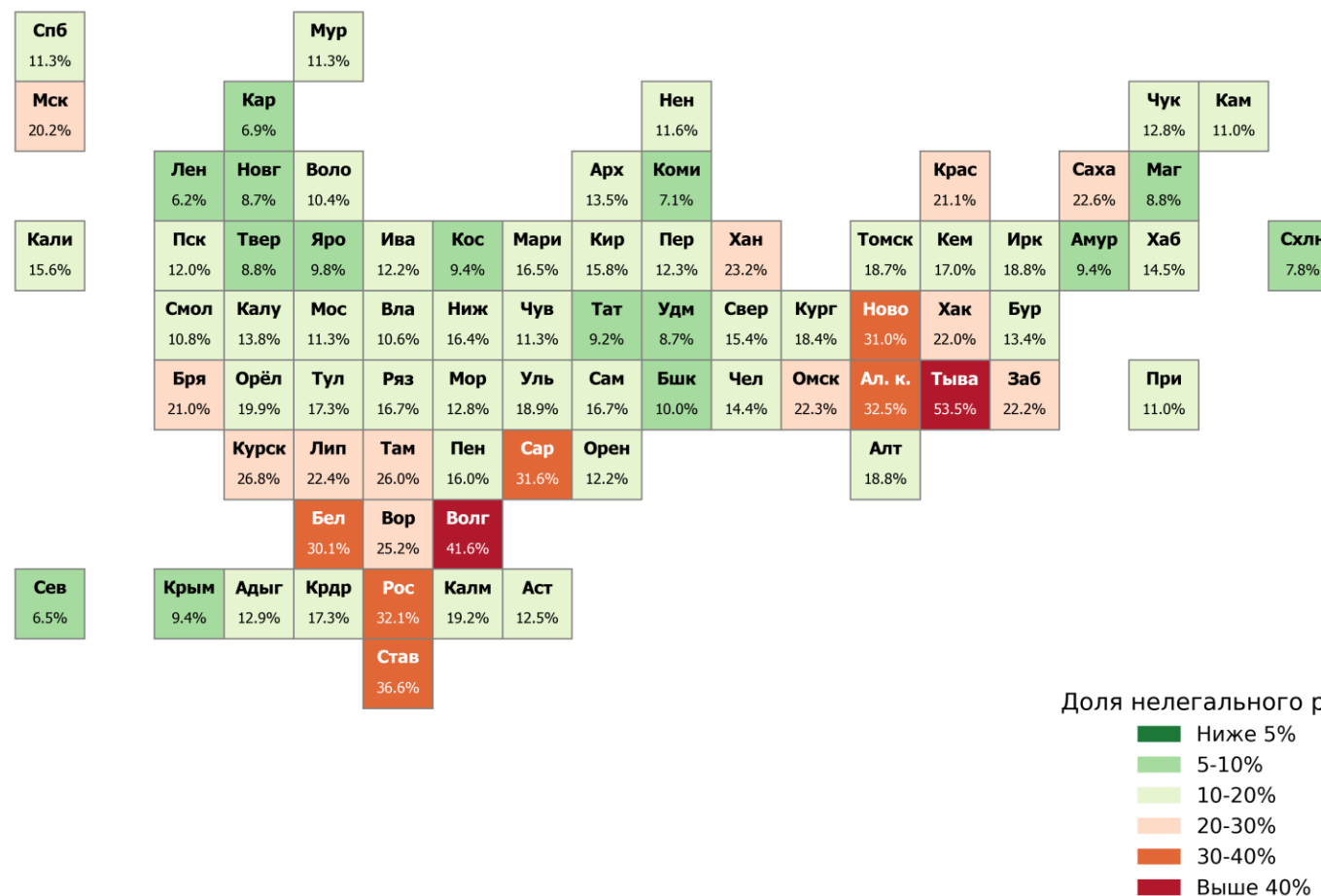
¹ Оценки – авторская методика Центра развития потребительского рынка на основе методики Stochastic frontier analysis, https://www.econ.msu.ru/departments/CMDK/News.20260330100429_2493/

Средняя доля теневого рынка водки в РФ – 17 %



Доля нелегального рынка 2025

- Теневой рынок выше в менее доходных регионах¹ ($\rho = -0.22^{**}$)
- Теневой рынок слабо коррелирует с ограничениями времени продаж ($\rho = -0.17_{\text{нз}}$)
- Почти все регионы имеют тенденцию к снижению теневого рынка
- Значительное обеление – в 7 регионах, объясняется в первую очередь эффектом высокой базы: снижение сильнее в регионах, где теневой рынок выше
- Значительный рост – в 3 регионах
- Теневой рынок обеляется быстрее в менее доходных регионах ($\rho = -0.22^{**}$)
- Теневой рынок слабо коррелирует с ограничениями времени продаж ($\rho = -0.15_{\text{нз}}$)



¹ ρ – коэффициент корреляции; *** – уровень значимости менее 1 %, ** – уровень значимости менее 5 %, * – уровень значимости менее 10 %, нз – не значимо 26

Доля нелегальной пивоваренной продукции по итогам II квартала 2025 г. составляет **20,7–26,4 %**



Балансовый метод:

9,2 %

Сырьевой метод:

емкость нелегального рынка до 53,8 %

- Высокая доля нелегального рынка **в регионах с низкими доходами:**
Республика Тыва, Ставропольский край, Республика Алтай
- Высокая доля нелегального рынка **в регионах с высокими доходами:**
Москва, Санкт-Петербург, Тюменская область
- Высокая доля теневого рынка в регионах, где **много местных производителей, баров, специализированных магазинов:**
Ростовская область, Тамбовская область, Саратовская область

Доля нелегального рынка по регионам:

(получена методикой сопоставления регионов)

