

СОСТОЯНИЕ РЫНКА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ РОССИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Левицкая Наталья Львовна^{1,2},

канд. экон. наук,

e-mail: nata_levi@inbox.ru

¹Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Брянский филиал, г. Брянск, Россия

²Московский университет имени С.Ю. Витте, г. Москва, Россия

В статье рассматриваются социокультурные, экономические и регуляторные факторы формирования российского рынка алкогольной продукции, ключевые тенденции его функционирования. Отмечены существенные факторы формирования модели рынка алкогольной продукции, где пересекаются экономические интересы производителей и импортеров, преследующих в основном коммерческие выгоды, изменяющихся потребительских предпочтений и целей государственного регулирования алкогольного рынка. Автором систематизированы традиционные функции современного алкогольного рынка в России, освещены правовые аспекты государственного управления трансформацией данного сегмента рыночных отношений, проанализированы показатели динамики и структуры розничной продажи, производства, оборота и потребления алкогольной продукции, складывающиеся в настоящее время. Особое внимание уделено бюджетной составляющей в стоимости алкогольной продукции, ее роли как рычага воздействия на экономические и социальные процессы в обществе. Исследование демонстрирует необходимость государственного вмешательства в функционирование рынка алкогольной продукции, определяет фискальную значимость акцизного налогообложения, обозначает направления и перспективы дальнейшего развития государственного регулирования этого важного сектора экономики.

Ключевые слова: алкогольная продукция, государственное регулирование, розничные продажи, акцизы, рынок, производитель, потребитель

THE STATE OF THE ALCOHOL MARKET IN RUSSIA AND THE PROSPECTS FOR ITS STATE REGULATION

Levitskaya N.L.^{1,2},

candidate of economic sciences,

e-mail: nata_levi@inbox.ru

¹The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, branch in Bryansk, Bryansk, Russia

²Moscow Witte University, Moscow, Russia

The article examines the sociocultural, economic, and regulatory factors shaping the Russian alcohol market and key trends in its functioning. The key factors shaping the alcohol market model, where the economic interests of producers and importers, primarily pursuing commercial gains, intersect with changing consumer preferences and the goals of state regulation of the alcohol market are highlighted. The author systematizes the traditional functions of the modern alcohol market in Russia, highlights the legal aspects of state management of the transformation of this segment of market relations, and analyzes the dynamics and structure of retail sales, production, circulation, and consumption of alcoholic beverages that are currently developing. Particular attention is paid to the budget component in the cost of alcoholic beverages and its role as a lever of influence on economic and social processes in society. The study demonstrates the need for government intervention in the functioning of

the alcohol market, determines the fiscal significance of excise taxation, and outlines the directions and prospects for the further development of state regulation of this important sector of the economy.

Keywords: alcoholic beverages, government regulation, retail sales, excise taxes, market, producer, consumer

Введение

Актуальность темы обусловлена необходимостью анализа современного состояния рынка алкогольной продукции с учетом его особой значимости для социально-экономического развития страны и выработки эффективных стратегий государственного регулирования в отрасли. В последние десятилетия российский рынок алкогольной продукции, переживая существенные трансформации, связанные с изменениями в законодательстве, социально-экономической сфере, регуляторной политике, представляет собой динамично развивающуюся подотрасль экономики, привлекающую внимание отечественных и зарубежных производителей благодаря значительным объемам производства и потребления. Производство и продажа подакцизных алкогольных товаров, а также ввоз этих товаров в страну имеет весьма специфическую бюджетную составляющую, которая влияет на формирование и государственного бюджета, и бюджета хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в этом сегменте экономики. Развитие цифровых технологий, рост популярности онлайн-торговли, мировые тренды в отрасли открывают новые возможности для дистрибуции алкогольных напитков, одновременно повышая конкуренцию. Смещение потребительских предпочтений, остающаяся релевантной проблема незаконного оборота, социальные аспекты потребления алкогольной продукции и влияние геэкономической ситуации формируют особенные черты развития рынка алкогольной продукции в России.

Цель статьи заключается в рассмотрении особенностей функционирования российского алкогольного рынка, выявлении ключевых тенденций и перспектив государственного регулирования оборота алкогольной продукции. Негативными последствиями ослабления контроля потребления алкоголя населением являются ухудшение здоровья граждан, рост преступности и усугубление социального неравенства, поэтому функционирование рынка алкогольной продукции воспринимается обществом неоднозначно. Современные потребители предъявляют повышенные требования к качеству, безопасности и ассортименту продукции, что формирует определенные тенденции алкогольного рынка и побуждает производителей внутри страны и импортеров адаптироваться к изменяющимся условиям потребления и продажи. Необходимость государственного вмешательства в функционирование данного рыночного сегмента обусловлена стремлением обеспечить защиту общественного здоровья, поддержание социального порядка и реализуется в рамках регуляторной политики, повышая вклад алкогольного рынка в экономическое развитие государства.

Особенности формирования и трансформации российского рынка алкогольной продукции

Рынок алкогольной продукции представляет собой экономический институт, охватывающий широкий спектр общественных отношений в процессе товарообмена между производителями, дистрибьюторами и конечными потребителями [1]. Современный российский рынок алкоголя сформировался под влиянием экономических кризисов и внешних ограничений (санкций), трансформировался под воздействием государственного регулирования и возрастания интереса населения к здоровому образу жизни. На протяжении всего времени существования алкогольный рынок развивается под воздействием, главным образом, социокультурных, экономических и регуляторных факторов.

Социокультурные факторы алкогольного рынка складываются в силу исторических обычаев и устоев, предопределяются сформировавшейся моделью потребления. Поведенческий паттерн в ретроспективном аспекте относил Россию, где длительное время существовала традиция сочетания употребления водки и самогона с низкой интеграцией алкоголя в повседневную жизнь общества, к северной модели, опасной из-за последствий интоксикации, высокой смертности и сопутствующего деструктивного поведения. Процесс разрушения стереотипов был запущен в 1985–1987 годах во время жест-

кой антиалкогольной кампании, спровоцировавшей всплеск спекулятивной активности и нелегального оборота алкоголя. Было положено начало формирования стойкой тенденции сдвига к центральноевропейской модели, характеризующейся преимущественным потреблением пива часто и в больших количествах, и далее – к южной модели, в которой предпочтения отдаются частому потреблению слабого алкоголя в небольших количествах [2]. В роли экономических факторов, оказывающих влияние на структуру алкогольного рынка, выступают качество и виды доступного сырья для производства напитков, уровень доходов и демографические параметры населения, а также экономическая и конкурентная ситуация на рынке.

Регуляторные факторы в развитии алкогольного рынка всегда играли важную роль, поскольку чрезмерное употребление населением алкоголя негативно отражается на развитии общества, что обосновывает необходимость государственного вмешательства. Огосударствление оборота алкогольной продукции в России произошло в XV веке в связи с потребностью усиления роли института налогообложения [3], затем государственная монополия на производство и продажу алкоголя сменилась негативно зарекомендовавшей себя откупной системой, а в дальнейшем – акцизной системой контроля. Советский алкогольный рынок отличался полным централизованным регулированием производства в основном водки и крепких алкогольных напитков в рамках государственного заказа, что обеспечивало стабильные поступления в казну и социальный порядок. Несостоятельность государственного вмешательства в начале 1990-х годов показала, что суровые запреты неэффективны, а потеря государственного надзора и контроля над рыночным спросом предопределяет сокращение легального производства алкогольной продукции, снижение доходов бюджета и усугубляет социальные проблемы.

Развитие рынка алкогольной продукции в постперестроечный период представляется возможным разделить на периоды – ключевые этапы:

– «дикий» рынок (1990-е годы). Время анархии и хаоса на алкогольном рынке, когда на фоне глубоких экономических, политических и социальных потрясений, последствий антиалкогольной кампании образовался тотальный дефицит легальной алкогольной продукции, падение доходов населения диктовало спрос на любой алкоголь вне зависимости от его качества и происхождения. Этот период характеризуется массовым распространением суррогатов и самогона, избытком дешевого и часто некачественного импортного алкоголя, процветанием подпольных цехов по производству спирта, продажей фальсификата и «технических» спиртов. Отсутствие государственного регулирования создало условия для смешения легального и нелегального алкогольных рынков, вызвало всплеск потребления алкоголя, которое в 1994 году достигло пика – 14,6 л чистого спирта на человека, а доля теневого оборота алкоголя составляла до 60 %. Это привело к катастрофическим последствиям для здоровья нации, росту смертности [4];

– стабилизационная фаза (2000–2008 годы). В начале 2000-х годов на российском алкогольном рынке обозначился новый тренд, ознаменовавший поворотный переход от северной модели к более умеренному центральноевропейскому типу потребления алкоголя. После пика в 2001 году к середине 2000-х начался спад потребления алкоголя на душу населения и к 2008 году – значительное его сокращение. Качественные изменения на алкогольном рынке в части смены паттерна потребления выразились в спаде спроса на водку и в снижении объемов потребления вина, что компенсировалось ростом потребления самогона и пива, причем более 70 % всего потребляемого алкоголя приходилось на группу населения с более высоким доходом, менее обеспеченные отдавали предпочтение самогону [5]. Введение лицензирования, постепенное повышение акцизов, попытки упорядочения рынка государством способствовали появлению легальных крупных производителей, снижению доли суррогатов. Вследствие смещения предпочтений от крепкого алкоголя к слабоалкогольным напиткам отмечалось снижение уровня алкоголизации населения, особенно среди молодежи – в 2,3 раза, появление трендов на здоровый образ жизни;

– регуляторная фаза (2009–2018 годы). Активное государственное вмешательство в алкогольный рынок в этот период направлено на борьбу с нелегальной продукцией и снижение потребления через ужесточение лицензирования и контроля над производством, повышение акцизов, ограничения по времени и местам продажи, введение минимальных розничных цен и сдерживание рекламы, а также квотирование и установление запретов на дешевый спирт. Начавшиеся в экономике страны позитивные

процессы, нацеленные на экономический рост, оживление инвестиционной деятельности привели к тому, что к 2010 году в России окончательно сложилась центральноевропейская модель потребления алкоголя [6] – конкуренция на алкогольном рынке основывалась уже на выборе между водкой и пивом, фиксировался низкий спрос на самогон и вино. Усиление государственного регулирования с созданием Росалкогольрегулирования и введением ЕГАИС привело к сокращению размеров теневого рынка, и постепенно алкоголь приобрел новую потребительскую роль в обществе, сместив предпочтения потребителей к более дешевым напиткам нетрадиционных категорий (медовуха, сидр). Рост цен на крепкий алкоголь, популяризация здорового образа жизни обозначили тенденцию к сокращению объемов производства и среднедушевого потребления [5]. В период 2011–2015 годов объем производства снизился примерно на 19 %, а розничные продажи водки и ликероводочных изделий сократились почти вдвое. После значительного сжатия алкогольного рынка под давлением экономических и регуляторных факторов к 2018 году наметился рост розничных продаж по большинству категорий с отмеченными сдвигами в сторону более дорогих и качественных напитков;

– адаптивная фаза (с 2019 года по настоящее время). Период характеризуется стабилизацией и приспособлением алкогольного рынка к логистическим и производственным вызовам, маркировочным и регуляторным требованиям, смещению структуры потребительского спроса. Место ушедших в 2022 году с российского рынка крупных международных поставщиков заняли поставки через механизмы параллельного импорта, увеличился импорт из дружественных стран. Адаптируясь к новым условиям, участники рынка успешно перестраивают цепочки поставок, инвестируют в местное производство и запуск новых продуктов, российские производители активно осваивают производство виски, джина, рома, текилы, крафтовых напитков и легких сортов пива [7]. Водка остается популярной, но растет интерес потребителей к коньяку, виски и шампанскому, фруктовым натуральным винам локальных производителей. Для борьбы с контрафактом и повышения прозрачности розничного оборота осуществляется цифровизация маркировки алкогольной продукции «Честный знак». В потребительском обществе обозначился заметный сдвиг в предпочтениях алкогольной продукции, при доминировании потребления пива возрастает спрос на качественные вина и развивается коктейльная культура, а продажи слабоалкогольных напитков (сидр, пуаре) несколько падают в связи с повышением акцизов. Доля лёгких напитков в структуре продаж алкогольной продукции возросла на 1,8 процентных пункта¹ и в 2024 году составила 91,5 %² против 89,7 % в 2019 году. При этом доля россиян, употребляющих алкоголь, снизилась с 60,2 % в 2020 году до 54,4 % в 2024 году³.

Во все времена российский алкогольный рынок демонстрировал устойчивую адаптацию к изменяющимся экономическим и социальным условиям в стране благодаря его функциям, которые в современной действительности проявляются в следующем (рисунок 1).

Практически все функции алкогольного рынка реализуются на основе использования Единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС), предназначенной для учёта и контроля объемов производства и оборота алкогольной и спиртосодержащей продукции. Главной целью ЕГАИС является борьба с контрафактом, защита потребителей от подделок, обеспечение полноты налоговых поступлений в бюджетную систему и легального оборота с помощью уникальных кодов и обязательной регистрации каждой операции с алкогольной продукцией. Государственное регулирование производства и оборота алкогольной продукции осуществляется посредством совокупности нормативно-правовых актов, каждый из которых несет свою важную специфическую регулятивную функцию, определяя «правила игры» на рынке (таблица 1).

¹ По расчетам автора на основе официальных данных.

² Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2024 году» // Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. 2025. – URL: https://gospotrebnadzor.ru/documents/details.php?ELEMENT_ID=30171 (дата обращения: 23.12.2025). – Текст: электронный.

³ Данные Росстата: россияне стали меньше пить // Эксперт.Медиа. – 2025. – 31 марта. – URL: <https://expert.ru/news/dannye-rosstata-pokazali-sokrashchenie-doli-pyushchikh-rossiyan/> (дата обращения: 23.12.2025). – Текст: электронный.

<p>регулирующая</p> <ul style="list-style-type: none"> • воздействие на производство, оборот и потребление алкоголя с целью сокращения теневого сектора, увеличения доходов бюджета, защиты здоровья населения с использованием инструментов лицензирования, минимальных цен, акцизов и ограничения времени продажи 	<p>посредническая</p> <ul style="list-style-type: none"> • связывание производителя с потребителем через оптовые и розничные звенья (дистрибьютеры, магазины, бары, рестораны), обеспечение логистики и маркетинга, создание дополнительных посреднических звеньев через параллельный импорт и альтернативные каналы поставок 	<p>интегрирующая</p> <ul style="list-style-type: none"> • объединение всех участников (производителей, импортеров, оптовиков, розницы) в единое информационное пространство оборота алкогольной продукции (ЕГАИС) для борьбы с контрафактом и обеспечения прозрачности налоговых поступлений в бюджетную систему 	<p>стимулирующая</p> <ul style="list-style-type: none"> • конкуренция и спрос побуждают производителей к инновациям, повышению качества продукции, расширению ассортимента, созданию рабочих мест • фискальные сборы и государственное управление потреблением стимулирует легализацию и контроль 	<p>контролирующая</p> <ul style="list-style-type: none"> • отслеживание и учет алкогольной продукции на всех этапах пути от производства до продажи (ЕГАИС), контроль в процессе лицензирования при соблюдении норм и ограничений с целью защиты граждан от подделок и борьбы с нелегальным оборотом
<p>информационная</p> <ul style="list-style-type: none"> • сбор данных о производстве, движении и продаже каждой бутылки алкоголя, обеспечение прозрачности цепочек поставок, позволяет потребителям проверять подлинность продукции через QR-коды, контролировать обороты и собирать статистические данные для анализа рынка 	<p>социальная</p> <ul style="list-style-type: none"> • обеспечивает граждан продуктом для досуга и ритуалов, генерирует значительные платежи в бюджет, создает рабочие места, составляет культурные традиции, но несет и негативные социальные издержки (проблемы со здоровьем, рост преступности и рост нагрузки на социальные службы) 	<p>ценообразующая</p> <ul style="list-style-type: none"> • функция определяется взаимодействием государственного регулирования, экономических трендов, конкуренции, локализации производства и потребительского спроса на разные ценовые сегменты, где доминирование средних и низких цен становится ключевым драйвером 	<p>распределительная</p> <ul style="list-style-type: none"> • управление законным и прозрачным движением алкогольной продукции с фиксацией всех операций в системе ЕГАИС при разделении функций между производителем при отгрузке, оптовиком при получении и отгрузке, магазином при получении и продаже 	<p>санирующая</p> <ul style="list-style-type: none"> • очищение рынка от нелегальной продукции, борьба с фальсификатом и обеспечение прозрачности, оздоровление рынка алкоголя, исключение недобросовестных игроков, усложнение незаконной деятельности, упорядочивание государством рынка через систему ЕГАИС

Рисунок 1 – Функции современного рынка алкогольной продукции в России⁴

Таблица 1 – Правовая основа государственного регулирования алкогольного рынка России⁵

Название федерального закона/нормативно-правового акта	Сфера регулирования/значение
Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 31.07.2025) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»	Устанавливает основы государственного регулирования производства, оборота и потребления алкогольной продукции, лицензирования и проведения акцизной политики. Играет ключевую роль в формировании прозрачности рынка и претотвращении незаконного производства и продажи алкоголя. Запрещает продажу алкоголя несовершеннолетним. Является основой статистического анализа объемов производства и продаж, выявления участников нелегального оборота алкогольной продукции
Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «О техническом регулировании»	Устанавливает единую систему обязательных требований к продукции и процессам производства на основе технических регламентов качества. Позволяет выявлять несоответствия правилам сертификации, маркировки и декларирования продукции. Обеспечивает безопасность алкогольной продукции для потребителя
Налоговый кодекс Российской Федерации от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 28.11.2025), часть вторая, глава 22 «Акцизы»	Определяет перечень подакцизной спиртосодержащей и алкогольной продукции, пива и виноматериалов. Устанавливает правила налогового регулирования, влияет на ценообразование в отрасли и прибыльность производителей
Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 31.07.2025) «О рекламе», статья 21 «Реклама алкогольной продукции»	Устанавливает особые требования к рекламе алкогольной продукции по содержанию, местам, порядку и времени размещения. Регламентирует проведение рекламных акций, ограничивая влияние рекламы на потребление и спрос на рынке

⁴ Составлено автором на основе анализа текста Федерального закона от 22.11.1995 №171-ФЗ (ред. от 31.07.2025) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8368/).

⁵ Составлено автором на основе анализа текста федеральных законов, размещенных на официальном сайте Справочно-правовой системы КонсультантПлюс. 2025 (<https://www.consultant.ru/>).

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 15.10.2025) «Об образовании в Российской Федерации», статья 41 «Охрана здоровья обучающихся»	Запрещает потребление алкоголя в образовательных организациях и на прилегающих территориях, а также в местах проведения мероприятий с участием обучающихся. Провозглашает запрет на торговлю и распитие спиртного в школах, вузах, колледжах, требование пропаганды здорового образа жизни и отказа от алкоголя
Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 26.12.2024) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», статьи 18 и 33	Накладывает ограничения в процедурах закупок алкогольной продукции, требуя описать конкретные нужды и обосновать необходимость закупки этих товаров заказчиками – государственными органами и органами местного самоуправления, казенными, бюджетными и автономными учреждениями, унитарными предприятиями и юридическими лицами, финансируемыми из бюджета и внебюджетных фондов
Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», статьи 2, 3.1–4	Устанавливает меры национального режима на закупку алкогольной продукции, регламентирует способы закупок и налагает запрет на закупку для служебных нужд для государственных компаний, государственных корпораций, естественных монополий, организаций с долей РФ или субъекта РФ в капитале более 50 %, бюджетных учреждений и федеральных государственных унитарных предприятий особой важности
Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 07.07.2025) «О защите прав потребителей», статьи 3, 8, 10, 14, 18	Не позволяет возвращать приобретенную алкогольную продукцию надлежащего качества. Устанавливает право потребителя требовать замены, соразмерного снижения цены или возврата денег за приобретенную алкогольную продукцию, если обнаружился недостаток (повреждена упаковка, акцизная марка) или другие дефекты
Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 15.12.2025), статьи 20.20, 20.21, 20.22, 14.16	Определяет наказание за правонарушения, связанные с употреблением алкогольной продукции в общественных местах, появление в состоянии опьянения, оскорбляющем человеческое достоинство. Устанавливает ответственность за нарушение правил продажи спиртосодержащей и алкогольной продукции
Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 17.11.2025), статьи 23, 264.1, 264, 171.3, 171.4	Связывает алкоголь с отягчением ответственности за преступления, совершенные в состоянии опьянения, в т.ч. вождение в нетрезвом виде, повлекшее тяжкие последствия, незаконное производство, оборот и розничная продажа алкоголя

Регулирование алкогольного рынка в России носит всеобщий и комплексный характер, затрагивает практически все сферы жизни общества, что объясняет столь разнообразный перечень нормативных актов, регламентирующих производство, оборот и потребление алкогольной продукции, обеспечивает рост официальной продажи и улучшение качества.

Современное состояние, фискальная значимость и развитие государственного регулирования рынка алкогольной продукции

Оборот алкогольной продукции, под которым понимают весь цикл ее движения от производителя/импортера до потребителя, осуществляемый в условиях свободной конкуренции с учетом функционирования рыночных механизмов и адекватной системы ценообразования, за последние пять лет показывает значительный рост. За 2020–2024 годы темп роста объема продаж в стоимостном выражении составил 151,2 % и возрос с 2279,1 млрд руб. до 3446,9 млрд руб., что произошло в большей степени за счет увеличения средней розничной цены за единицу алкогольной продукции, включающей акциз, поскольку темп роста физического объема продаж (117,1 %) и производства (114,8 %) был существенно ниже (рисунок 2).

Общий объем производства алкогольной продукции возрос с 968,2 млн дал до рекордных 1,1 млрд дал. Рост объемов производства зафиксирован в группе «вина» – на 14 % (вина виноградные – 8,6 %, вина игристые – 24,7 %, вина ликерные – 29,6 %), «напитки брожения» – на 12,2 % (пиво – 10,3 %, пивные напитки – 22,5 %, сидр, пуаре, медовуха – на 43,8 %) и в группе «спиртные напитки» – на 8,2 % (водка – 3,1 %, коньяк – 10,2 %, виски – 23,7 %, ром – 36,5 %, кальвадос – 70,4 %, джин – 10,6 %, ликероводочные изделия – 28,7 %, другие напитки – 43,1 %)⁶.

С ростом данных показателей взаимосвязано и увеличение физического объема легальных розничных продаж. Несмотря на снижение реальных доходов потребителей, сложные экономические условия, со-

⁶ Итоговый доклад о результатах деятельности Федеральной службы по контролю за алкогольным и табачным рынками в 2024 году // Федеральная служба по контролю за алкогольным и табачным рынками. 2025. – URL: <https://fsrar.gov.ru/information/doklady-i-otchety> (дата обращения: 23.12.2025). – Текст: электронный.

крашение импорта, наблюдается устойчивая тенденция роста продаж на душу населения с учетом крепости напитков. Показатель розничной продажи алкогольной продукции с 2019 года возрос на 12,8 % и его значение в 2024 году составляет 6,8 литра чистого спирта этанола в среднем на душу населения (рисунок 3).

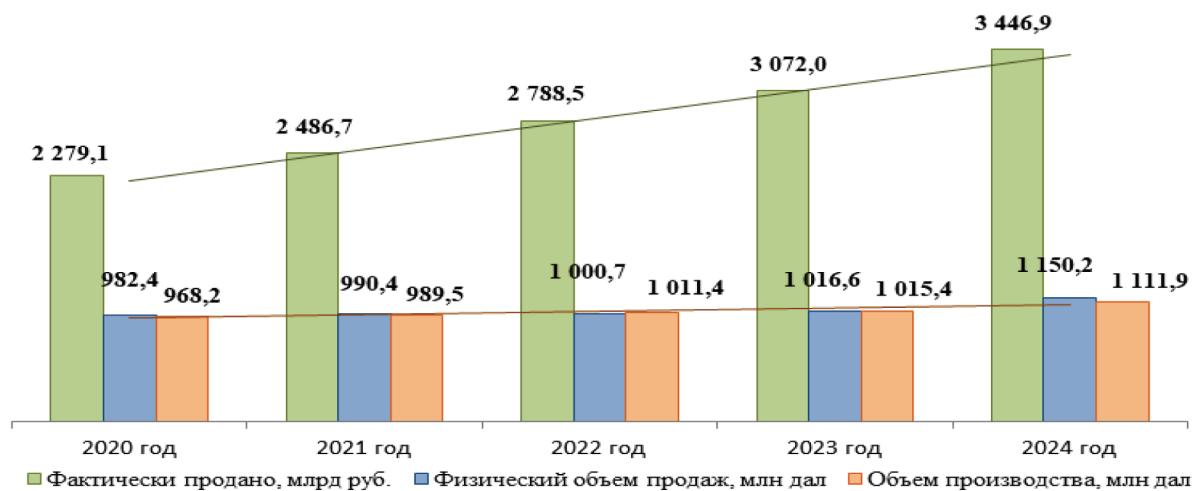


Рисунок 2 – Розничная продажа алкогольной продукции в России⁷

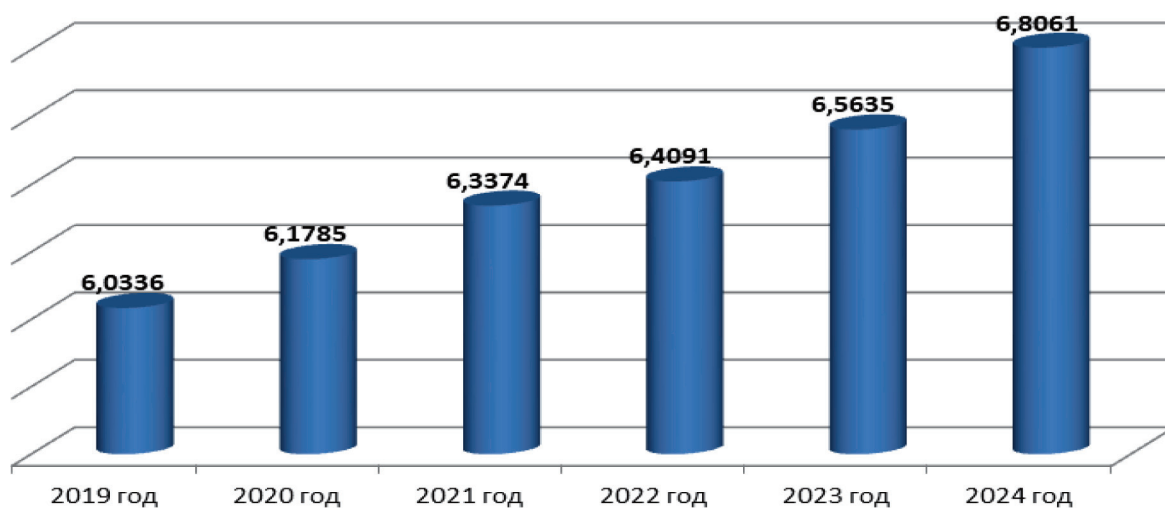


Рисунок 3 – Розничная продажа алкогольной продукции в России на душу населения (в литрах этанола)⁸

В структуре продаж алкогольной продукции по видам традиционно превалирует пиво, на его долю приходится около $\frac{3}{4}$ всего объема продаж алкогольной продукции в натуральном выражении (в 2024 году – 78,5 %, в 2023 году – 74,8 %), что объясняется его доступностью и разнообразием предложения. Изменения в общественном сознании, культуре потребления и продвижение инициатив по улучшению общественного здоровья сместили предпочтения потребителей, переориентировав их от крепких спиртных напитков в сторону более натуральных игристых вин, шампанского и виноградного вина (рисунок 4).

⁷ Составлено автором по официальным данным Федеральной службы по контролю за алкогольным и табачным рынками, Федеральной службы государственной статистики.

⁸ Составлено автором по данным Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС) (<https://www.fedstat.ru/indicator/59721>).

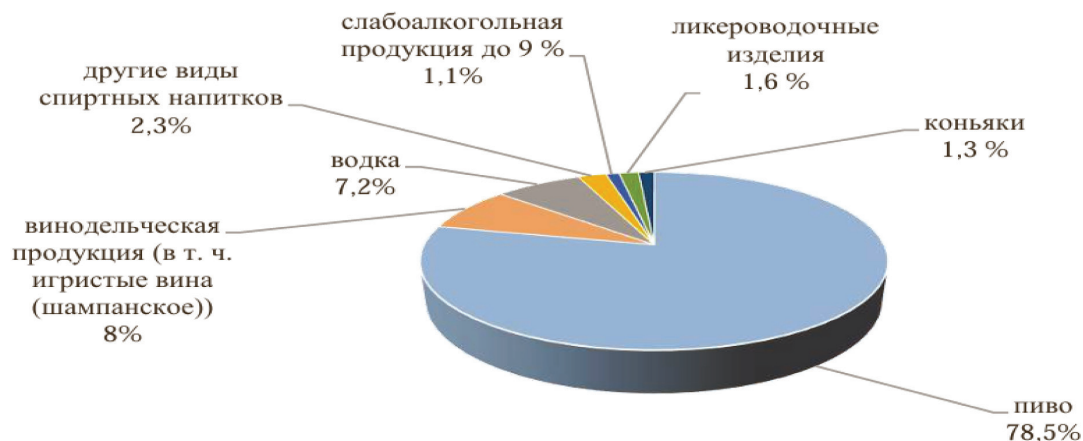


Рисунок 4 – Структура продаж алкогольной продукции в России в 2024 году⁹

За 11 месяцев 2025 года, по оценкам специалистов, розничная продажа алкогольной продукции в России снизилась на 9,8 % в годовом натуральном выражении в сравнении с аналогичным периодом прошлого года: водки и коньяка продано меньше на 3,5 и 9,1 %, виноградных и игристых вин – на 1,5 и 2,7 % соответственно. Сразу пять крупных производителей алкоголя уведомили ритейлеров о грядущем повышении отпускных цен из-за роста акцизов, увеличения себестоимости производства и налоговой нагрузки. Уже в январе 2026 года алкогольная продукция на торговых полках может подорожать в среднем на 10–17 %¹⁰.

В розничной цене алкогольной продукции значительный удельный вес приходится на бюджетную составляющую. Доля акциза в стоимости единицы продукции варьируется в зависимости от категории алкогольного напитка, его крепости, качества и стоимости. Так, для крепкого алкогольного напитка она составляет 50–60 %, для алкоголя более высокого качества и более дорогостоящего доля акциза в цене ниже и наоборот. Участники алкогольного рынка при ведении бизнеса несут издержки, связанные с лицензированием, закупкой специального оборудования, обучением персонала правилам оформления документов, контроля и учета, за нарушение которых предусмотрены очень высокие штрафы, уголовная ответственность и конфискация товара. Особые правила торговли, установление минимальных розничных цен, строгие ограничения на проведение рекламных кампаний [8] усложняют продвижение алкогольной продукции, требуют альтернативных маркетинговых решений и конкурентоспособной ценовой стратегии.

Постоянно возрастающие ставки акцизов призваны уменьшать потребление алкоголя населением страны для снижения в долгосрочной перспективе нагрузки на систему здравоохранения и социального обеспечения. Удельный вес акцизов на алкогольную продукцию, ввозимую, производимую и реализуемую на территории страны, составляет около 5 % в общем объеме поступления косвенных налогов. В структуре налоговых доходов акцизы занимают шестое место [9], что подтверждает их фискальную значимость, большая часть (76–79 %) из них зачисляется в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации¹¹. В целом объемы поступления акцизов на алкогольную и спирто-содержащую продукцию в бюджетную систему ежегодно возрастают с 419,2 млрд руб. в 2019 году до 624,8 млрд руб. в 2024 году, общий темп роста составил 149 % (рисунок 5).

Фундаментальным фактором, определяющим бизнес-модель продавца и формирующим потребительское поведение, является комплексная система регулирования производства и продаж алкоголь-

⁹ Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2024 году» // Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. 2025. – URL: https://rosпотребнадзор.ru/documents/details.php?ELEMENT_ID=30171 (дата обращения: 23.12.2025). – Текст: электронный.

¹⁰ Продажи алкоголя с начала года в России снизились почти на 10 % // Коммерсантъ. 2025. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8291903> (дата обращения: 23.12.2025). – Текст: электронный.

¹¹ По расчетам автора за 2019–2024 годы на основании сведений официального сайта Федерального казначейства (<https://roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzhetov>).

ной продукции, которая одновременно встраивается в механизм формирования доходов бюджетной системы и становится действенным инструментом государственного регулирования. Стремление государства к более активному вмешательству в функционирование алкогольного рынка и всеобъемлющему управлению этим социально значимым и чувствительным сектором, используя инструменты как экономического, так и административного характера, трудно переоценить.

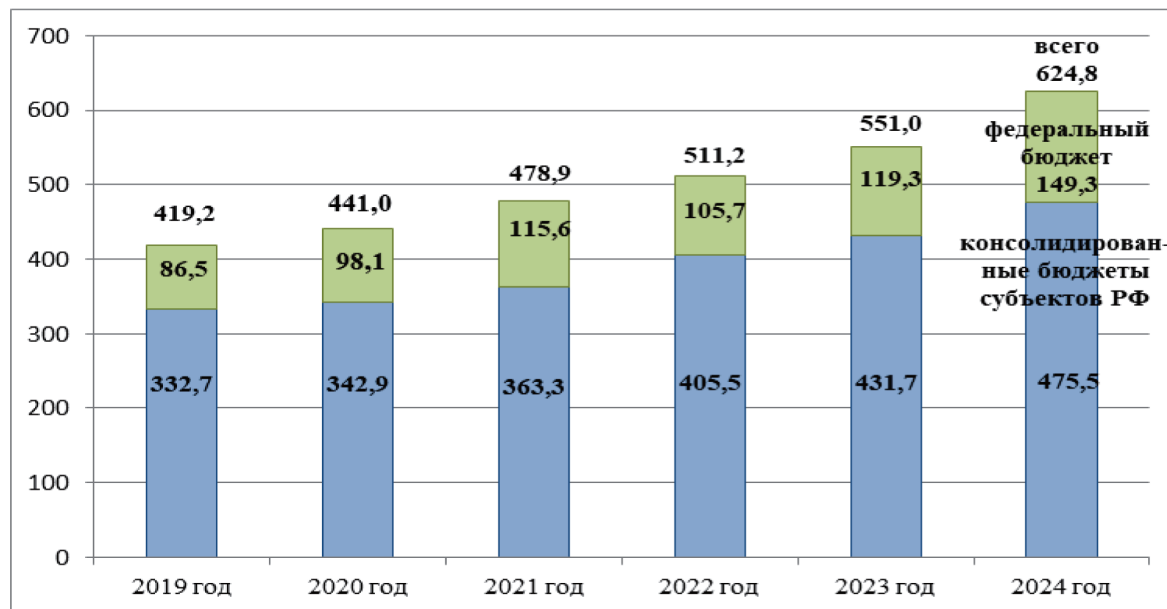


Рисунок 5 – Поступления акцизов на алкогольную продукцию в консолидированный бюджет Российской Федерации, млрд руб.¹²

В качестве перспектив государственного регулирования российского алкогольного рынка, направленных на увеличение доходов бюджета, снижение вреда для здоровья населения и борьбу с нелегальным оборотом алкогольной продукции, отметим следующие меры:

- дальнейшее повышение налоговой нагрузки за счет роста ставок акцизов на вино, крепкий алкоголь и пиво, что позволит увеличить поступления в федеральный и региональные бюджеты (ставки акцизов для всех категорий алкогольной продукции с 01.01.2026 увеличатся на 8,9–31 %);
- постоянное повышение минимальных розничных цен на крепкий алкоголь с целью вытеснения дешевого нелегального продукта и снижения его доступности (новое повышение с 01.01.2026 для водки крепостью 37–40 % с 349 руб. до 409 руб., коньяка – с 651 руб. до 755 руб., бренди – с 472 руб. до 605 руб. за бутылку);
- усиление федерального государственного контроля и надзора за производством и оборотом алкогольной продукции, направленное на борьбу с контрафактом, обеспечение прозрачности и легальности рынка (с 01.01.2026 повышается до 1,5 млн руб. размер государственной пошлины за переоформление лицензий, легальность оборота пива и слабоалкогольных напитков будет подтверждаться в Государственной информационной системе мониторинга за оборотом товаров (ГИС МТ));
- ужесточение административных ограничений оборота алкогольной продукции – введение в некоторых регионах запретов на розничную продажу для снижения потребления в значимые даты, возрастных ограничений для покупки алкогольной продукции, а также возможный запрет скидок, ограничение выкладки в прикассовых зонах и усиление ответственности за продажу непищевой спиртосодержащей продукции.

¹² Составлено автором по данным Отчетов об исполнении консолидированного бюджета Российской Федерации и бюджетов государственных внебюджетных фондов // Федеральное казначейство. 2025 (<https://roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzhetrov-konsolidirovannyj-byudzhets-ru-i-byudzhetrov-gosudarstvennyh-vnebyudzhethnyh-fondov>).

Заключение

Как показало исследование, рынок алкогольной продукции в России представляет собой динамично развивающийся сектор экономики, предоставляющий уникальные возможности для государственного регулирования. За последние десятилетия в культуре потребления алкоголя произошли значительные изменения, переориентация потребительских предпочтений на более натуральные и менее крепкие напитки, переход к умеренному, более цивилизованному и эстетичному типу потребления, что демонстрирует позитивную с точки зрения общественного здоровья трансформацию модели потребления от северной к южной. Производители адаптируют свои предложения на рынке к изменяющимся запросам потребителей и усложняющейся геоэкономической обстановке, улучшая качество продукции, развивая локальное производство и вводя инновационные решения, что открывает возможности для отечественных брендов укрепить свои позиции на алкогольном рынке. Государство, используя рычаги ценообразования для балансирования между фискальными интересами и социальными целями, в дальнейшем будет повышать ставки акцизов на отдельные виды алкогольной продукции, минимальные розничные цены на крепкий алкоголь с целью вытеснения дешевого нелегального продукта. Для более эффективной борьбы с контрафактной продукцией развитие получают федеральные автоматизированные информационные системы прослеживания оборота и надзора за производством алкогольной продукции, доказавшие свою действенность. Система государственного контроля будет усилена посредством ужесточения административных ограничений на оборот алкогольной продукции и ответственности в сфере розничной торговли.

Список литературы

1. Дианов Д.В. Методологическая база факторного и структурного анализа рынка алкогольной продукции // Вопросы региональной экономики. – 2023. – № 1 (54). – С. 15–26.
2. Горячева Н.В. Модель потребления алкоголя в России // Социологический журнал. – 2023. – № 4. – С. 101–107.
3. Оришев А.Б. Пивоварение в экономике России: от Средневековья до Первой мировой войны // Бизнес и дизайн ревю. – 2023. – № 2 (30). – С. 51–64.
4. Радаев В.В. Алкогольные циклы: динамика потребления алкоголя в советской и постсоветской России, 1980–2010-е годы // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2022. – № 3. – С. 327–351.
5. Кондратенко В.А., Рощина Я.М. Можем ли мы объяснить различия в моделях потребления алкоголя: обзор теоретических подходов // Экономическая социология. – 2021. – Т. 22, № 3. – С. 129–157.
6. Радаев В.В., Рощина Я.М. Измерение потребления алкоголя как методологическая проблема // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология:4М). – 2019. – № 48. – С. 7–57.
7. Байков И.А. Современное состояние алкогольной промышленности России // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и Право. – 2025. – № 4. – С. 12–15.
8. Филина А.С. Регулирование алкогольного рынка России в условиях современного развития экономики // Актуальные вопросы современной экономики. – 2021. – № 7. – С. 420–426.
9. Кириллова Е.В. Акцизы на алкогольную и спиртосодержащую продукцию: фискальная значимость, проблемы взимания и пути их решения // Налоги и налогообложение. – 2020. – № 3. – С. 17–30.

References

1. Dianov D.V. Metodologicheskaya baza faktornogo i strukturnogo analiza rynka alkohol'noj produkcii // Voprosy regional'noj ekonomiki. – 2023. – № 1 (54). – S. 15–26.
2. Goryacheva N.V. Model' potrebleniya alkogolya v Rossii // Sociologicheskij zhurnal. – 2023. – № 4. – S. 101–107.
3. Orishev A.B. Pivovarenie v ekonomike Rossii: ot Srednevekov'ya do Pervoj mirovoj vojny // Biznes i dizajn revyu. – 2023. – № 2 (30). – S. 51–64.
4. Radaev V.V. Alkohol'nye cikly: dinamika potrebleniya alkogolya v sovetskoj i postsovetskoj Rossii, 1980–2010-e gody // Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremenu. – 2022. – № 3. – S. 327–351.

5. *Kondratenko V.A., Roshchina Ya.M.* Mozhem li my ob'yasnit' razlichiya v modelyah potrebleniya alkogolya: obzor teoreticheskikh podhodov // *Ekonomicheskaya sociologiya*. – 2021. – Т. 22, № 3. – С. 129–157.
6. *Radaev V.V., Roshchina Ya.M.* Izmerenie potrebleniya alkogolya kak metodologicheskaya problema // *Sociologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sociologiya:4M)*. – 2019. – № 48. – С. 7–57.
7. *Bajkov I.A.* Sovremennoe sostoyanie alkogol'noj promyshlennosti Rossii // *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki*. Seriya: *Ekonomika i Pravo*. – 2025. – № 4. – С. 12–15.
8. *Filina A.S.* Regulirovanie alkogol'nogo rynka Rossii v usloviyah sovremennogo razvitiya ekonomiki // *Aktual'nye voprosy sovremennoj ekonomiki*. – 2021. – № 7. – С. 420–426.
9. *Kirillova E.V.* Akcizy na alkogol'nuyu i spirtosoderzhashchuyu produkciyu: fiskal'naya znachimost', problemy vzimaniya i puti ih resheniya // *Nalogi i nalogooblozhenie*. – 2020. – № 3. – С. 17–30.

Статья поступила в редакцию: 09.01.2026

Received: 09.01.2026

Статья принята к публикации: 16.01.2026

Accepted: 16.01.2026