

**СОВМЕСТНЫЙ ПРОЕКТ ТЕЛЕКОМПАНИИ REN TV,
АУДИТОРСКО-КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ ФБК
И ГАЗЕТЫ «ВЕДОМОСТИ»**

Сколько тратит Россия

РАЗДЕЛ 3

АЛКОГОЛЬ И ТАБАК

Москва, 2004 г

Авторский коллектив: доктор экономических наук И.А.Николаев (руководитель),
С.В.Ефимов,
А.М.Калинин,
Е.В. Марушкина.

Содержание

АЛКОГОЛЬ.....	4
«АЛКОГОЛЬ» В СТРУКТУРЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РОССТАТА.....	4
ПОТРЕБЛЕНИЕ	5
ЗАТРАТЫ	8
<i>Официальная оценка</i>	<i>8</i>
<i>Экспертные данные.....</i>	<i>10</i>
<i>Международные сравнения.....</i>	<i>11</i>
ОЦЕНКА ФБК.....	14
ПЕРСПЕКТИВЫ	17
ТАБАК	19
ТАБАЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ В СТРУКТУРЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РОССТАТА.....	19
ЗАТРАТЫ	20
<i>Официальные показатели</i>	<i>20</i>
<i>Экспертные данные.....</i>	<i>21</i>
<i>Международные сравнения.....</i>	<i>25</i>
ОЦЕНКА ФБК.....	27
ПЕРСПЕКТИВЫ	30
СУММАРНАЯ ОЦЕНКА	33

Алкоголь

«Алкоголь» в структуре показателей Росстата

В соответствии с Федеральным законом от 22 декабря 1995 г. №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», алкогольная продукция - *пищевая продукция, произведенная с использованием этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, с содержанием этилового спирта более 1,5 процента объема готовой продукции.* Алкогольная продукция, в соответствии с указанным законом, подразделяется на следующие виды: этиловый пищевой спирт, спиртные напитки, вино. Кроме того, к алкогольным напиткам относится и пиво, но его производство и оборот регулируются отдельным федеральным законом.

Аналогичным образом построена и классификация Росстата. В соответствии с Постановлением Госкомстата России от 10 апреля 1997 г. №21 «Об утверждении статистического инструментария по обследованию бюджетов домохозяйств», к алкогольным напиткам относятся:

- водка всех видов;
- пищевой спирт;
- ликероводочные изделия: ликеры, наливки, настойки, ром, виски, бальзамы, аперитивы, ромовые, десертные напитки, крепкие напитки из плодового спирта (кальвадосы, сливовица и т.д.), джин, пунш, кремы, коктейли;
- вина плодово-ягодные заводские: столовые (сухие, полусухие, полусладкие), крепленые (портвейн, мадера, херес), десертные (кагор, малага), ароматизированные (вермуты), шампанское, игристые вина, коньяк;
- плодово-ягодные вина и водка домашнего изготовления;
- пиво, брага алкогольная, экстракт пивного сула.

Чтобы привести всю эту алкогольную продукцию «к единому знаменателю», натуральные показатели (в литрах) пересчитывают в «абсолютный алкоголь». Абсолютный этиловый алкоголь (или, проще говоря, чистый спирт) – термин, используемый при расчетах и статистических исследованиях для приведения к единой базе продукции с разным содержанием спирта. Содержит до 99,41 весовых процентов C_2H_5OH .

В итоговой системе показателей, характеризующих потребительские расходы населения, расходы на потребление алкоголя, в отличие от продуктов питания, приводятся обычно без углубленной разбивки. Алкогольные напитки, с точки зрения Росстата, представляют собой продукцию, не относящуюся ни к продуктам питания, ни к непродовольственным товарам, хотя производство спиртных напитков относится Росстатом к пищевой промышленности, да и индекс цен продовольственных товаров приводится Росстатом, «включая алкогольные напитки». В принципе, это логично: алкоголь принимают «внутри», однако питаться им достаточно проблематично.

Данные о потреблении алкоголя населением в натуральном выражении Росстатом в статистических сборниках не приводятся. Вместо этого имеется большой спектр статистических показателей, характеризующих продажи алкоголя: товарная структура розничной торговли, уровень цен, продажи отдельных групп алкогольной продукции и т.д., в том числе и уровень продаж в расчете на душу населения.

Учитывая, что индивидуальное производство и продажа алкогольных напитков государством не поощряются, эта цифра должна была бы примерно соответствовать объемам потребления алкоголя в Российской Федерации. На практике это не совсем так: значительный уровень «серой» и подпольной алкогольной продукции, а также сохраняющаяся практика самогонарения приводят, по мнению многих экспертов, к существенным различиям между официальными оценками производства, импорта, реализации и потребления.

Потребление

В статистических сборниках Росстата уровень потребления можно определить только на основании результатов обследования розничной торговли. Результаты обследования потребления спиртных напитков в домохозяйствах в разделах статистических справочников, посвященных уровню жизни населения, не приводятся.

По данным Росстата, в 2002 г. население потребило 125,1 млн дкл абсолютного алкоголя или 8,7 литров на душу населения.

Потребление алкоголя в России в 2003 г. составило уже 131,1 млн дкл или 9,1 л. на душу населения.

Росстатом приводится и структура потребления спиртных напитков в натуральном выражении. Больше всего было продано водки и ликероводочных изделий (216,4 млн дкл), а наибольший рост потребления наблюдался в секторе виноградных и плодовых вин (табл. 1).

Данные, приводимые Союзом участников алкогольного рынка России (СУАР), несколько отличаются от данных Росстата (показатели 2002 г. полностью совпадают с показателями Росстата). Различия, однако, очень незначительные, и относятся лишь к обычным и игристым винам.

Таблица 1.

Объем и структура продажи алкогольных напитков и пива населению в 2003 г.

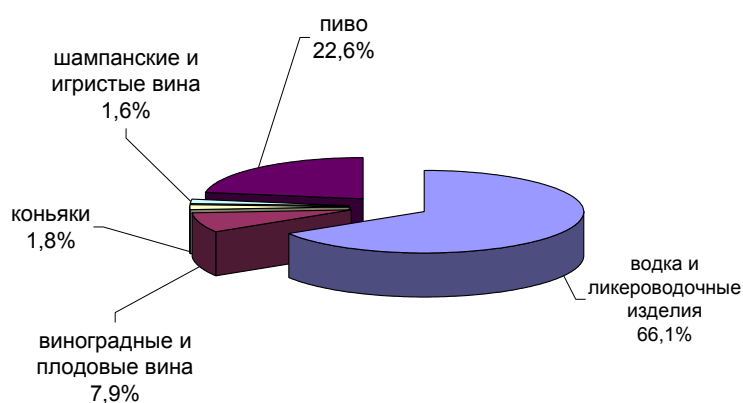
	Росстат		СУАР
	млн. дкл	в % к 2002 г.	млн. дкл
Всего, в абсолютном алкоголе	131,1	104,7	131,0
на душу населения, литров	9,1		9,1
в натуральном выражении:			
водка и ликероводочные изделия	216,4	102,4	216,4
виноградные и плодовые вина	72,1	115,4	71,6
коньяки	5,9	113,5	5,9
шампанские и игристые вина	18,7	105,6	18,5
пиво	762,5	107,7	762,5

Источник: Росстат, СУАР

В пересчете на абсолютный алкоголь структура объема продаж (а значит, и объема официального потребления) выглядит следующим образом (рис. 1)

Рисунок 1.

Структура продажи алкогольных напитков и пива населению в 2003 г., в % к итогу в абсолютном алкоголе.



Источник: СУАР

Существуют и другие оценки потребления, включающие не только «официальное» потребление алкоголя, но и оценки объемов незаконно произведенной продукции, в т.ч. самогона.

Несоответствие официальных и альтернативных показателей также открыто подчеркивается официальными лицами: в начале 2003 г. министр сельского хозяйства А. Гордеев сообщил, что потребление алкогольных напитков в России, по официальным данным, составляет около 8,5 литра на душу населения в год (что примерно соответствовало статистике Госкомстата за 2002 г.), а по неофициальным, - до 14 литров¹.

При подготовке Концепции политики Российской Федерации в сфере производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции специалистами Минэкономразвития России было произведено исследование статистики алкогольного рынка. Был сделан вывод, что, так как потребление алкоголя является достаточно инерционным показателем, значительные скачки потребления по годам свидетельствуют о не полном учете в данных Госкомстата России фактора теневого производства и изменения структуры потребления алкогольных напитков. По расчетной оценке специалистов Минэкономразвития России, потребление абсолютного алкоголя на душу населения составляет не менее 11,5 л. в год, а потребление водки и ликероводочных изделий в целом превышает 300 млн. декалитров в год.

Еще большую оценку дает Минздравсоцразвития России. По состоянию на 2000 г., потребление спиртных напитков составляло не 7,57 л. на человека, а вдвое больше: около 15 л. абсолютного алкоголя². В бюллетене Экспертно-консультативного совета при Председателе Счетной палаты Российской Федерации №2(7)/2002 специалисты Минздрава России назвали цифру 14 л. на душу населения.

Во многом эти оценки разделяются и частными компаниями. Так, в 2001 г., в рамках дискуссии пивоваров с представителями Минздрава России руководители ОАО "Пивоваренная компания "Балтика" утверждали, что потребление абсолютного алкоголя на душу населения в России составляет 14 литров в год, при этом доля пива в этой цифре не превышает 10%³.

Есть и оценки нелегального производства в отдельных сегментах рынка. Так, по сообщению маркетингового агентства «Бизнес-Аналитика», 17% общего объема потребляемого вина, приходится на заводы, осуществляющие легальную деятельность, но по каким-либо причинам не отображенные в

¹ <http://inform.tomica.ru/inform/details.html?id=1084>

² <http://www.minzdravrf.ru/kon1.2.7..asp>

³ <http://www.propivo.ru/prof/news/0101/piter.html>

существующей статистике, и на нелегальное (незарегистрированное) производство и «серый» импорт.⁴

Статистикой потребления самогона в 1999 г. активно занимались социологи ВНИИ МВД России⁵. Результат проведенного обследования оказался впечатляющим: потребление сельским населением самогона в ряде регионов России в 5 раз превышает потребление водки. В пересчете на абсолютный алкоголь каждый обследованный сельский житель потребляет 17,3 литра, в том числе 14,4 литра самогона и 2,9 литра водки. А с учетом всех возрастных групп, включая детей и подростков до 18 лет (то есть на душу сельского населения) соответственно 16 литров абсолютного алкоголя, в т.ч. самогона – 13,2 л., водки – 2,7 л. При этом две трети населения не производили самогон сами, а покупали его по достаточно низкой цене: 20-40 руб. за поллитровую бутылку.

Затраты

Официальная оценка

По данным Росстата, расходы на покупку алкогольных напитков в 2003г. составляли 2,2% потребительских расходов, или 133,6 млрд. руб.

Если не учитывать население, не достигшее трудоспособного возраста, получается около 94 руб. в месяц на человека – то есть меньше 1 «поллитры» не самого лучшего качества или 5-6 бутылок недорогого пива.

Сомнения еще более усиливаются при взгляде на статистику розничного потребительского рынка. Можно было бы ожидать, что при общеизвестном значительном объеме «серого» рынка алкоголя оборот розничной торговли алкогольными напитками будет значительно ниже, чем общие расходы на потребление алкоголя населением. Получается, однако, прямо противоположная картина. В 2003 г., по данным Росстата, оборот организаций розничной торговли составлял 4 515 млрд. руб., а доля алкогольных напитков в этом обороте составляла 10,4%, или 469,6 млрд. руб. Это в три с половиной раза выше потребительских расходов на приобретение алкоголя.

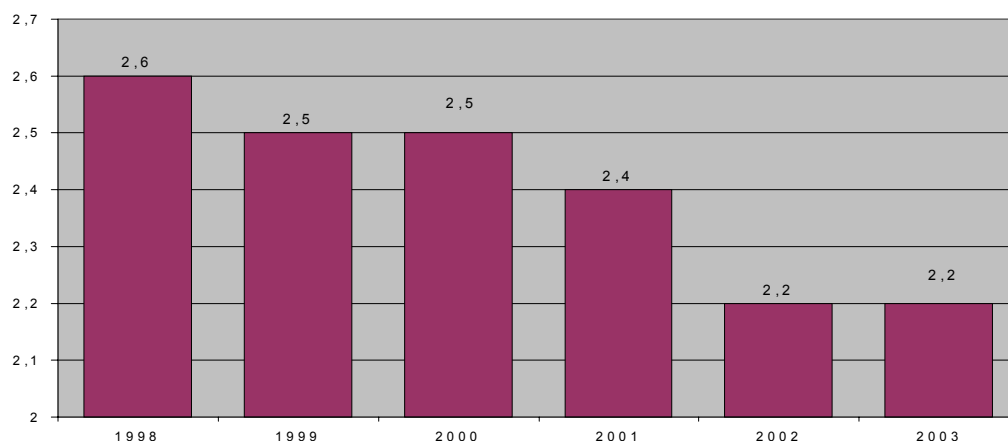
Таким образом, расходы на приобретение алкоголя населением сознательно занижаются.

⁴ <http://www.businessanalytica.ru/ru/articles/index.php?id=7>

⁵ http://socis.isras.ru/SocIsArticles/2002_12/Zaigraev.doc

Это, на самом деле, ожидаемый результат, потому что население по вполне понятным причинам старается минимизировать количественную оценку собственных трат на приобретение алкоголя. Признаться в том, что много пьем и много тратим, действительно очень трудно.

Рисунок 2.
Доля расходов на алкоголь в общем объеме потребительских расходов, %



Источник: Росстат

С ростом благосостояния населения доля расходов на покупку алкоголя в общем объеме расходов снижается: в 1998 г. на алкоголь тратилось примерно 2,6% семейного бюджета, в 2003 г. – 2,2%.

При этом объем расходов в реальном выражении не снижается, а, наоборот, увеличивается, так как реальные денежные расходы населения по сравнению с 1999 г. выросли примерно на 31%. Что же касается цен, то в 2001-2003 гг. цены на алкогольную продукцию росли медленнее общего уровня цен, то есть алкоголь относительно дешевел.

Цены на алкоголь сейчас вообще значительно ниже, чем десять лет назад. Высокая (сотни процентов в год) инфляция начала 1990-х вызвала значительные изменения в структуре цен. В результате в целом за период 1993-2003 г. цены на алкогольную продукцию выросли в два раза меньше по сравнению с общим уровнем (табл. 2). Иначе говоря, **в относительных ценах за прошедшее десятилетие алкоголь подешевел в два раза.**

Таблица 2
Соотношение индекса цен на алкоголь за 1992-2003 гг. с индексом потребительских цен

	относительно ИПЦ	относительно индекса цен на продовольственные товары
Продовольственные товары (включая алкоголь)	0,86	1,00
Алкогольные напитки	0,58	0,67

Источник: Росстат, ФБК

Структура расходов на потребление алкогольных напитков в составе общероссийской статистики Росстатом не публикуется.

Экспертные данные

Вопрос о том, сколько тратит население на алкоголь, актуален по многим причинам. Рынок спиртосодержащих напитков – весьма прибыльный, акцизы на спиртосодержащую продукцию являются далеко не последним источником бюджетных поступлений, а теневое и нелегальное производство водки является частой темой для сюжетов программ криминальной хроники. Именно поэтому в качестве оценок расходов на потребление используются показатели покупок на легальном потребительском рынке и покупок нелегально произведенного алкоголя.

Среди оценок, выполненных негосударственными организациями, можно выделить следующие:

- по мнению компании IRG, объем рынка алкоголя в России составляет 15-16 млрд долл. США;
- маркетинговая компания «Бизнес-аналитика» прогнозировала на 2003 г. объем рынка алкоголя в размере 16,2 млрд. долл. США (при оценке объема в 2002 г. на уровне 12 млрд. долл.);
- прогноз на 2003 г., выполненный в конце 2002 г. «Объединенной финансовой группой», составил 11,4 млрд долл. США⁶.

Ключевым параметром при оценке потребления большинством экспертов является емкость розничного потребительского рынка.

В освещении проблемы нелегального рынка алкогольной продукции активное участие принимают государственные органы:

- В 2002 г. председатель комитета Государственной Думы по аграрным вопросам Г.И. Кулик заявил, что теневой оборот водки на российском рынке оценивается в 5 млрд долл. США⁷;
- В середине 2003 г. МВД России оценило потери Российской Федерации от незаконного оборота алкогольной продукции в 12 млрд. рублей;

⁶ «Ведомости» 7 октября 2002 г., электронный дайджест <http://www.lh.ru/msknwdb.nsf/Articles/C015460DCF044A0F43256DEF003E0CC7?OpenDocument>

⁷ <http://www.gazeta.ru/parliament/news/7470.shtml>

- МНС России в 2002 г. подсчитало, что две трети действующих мощностей по производству алкоголя используются для выпуска нелегальной продукции, а легальный оборот алкоголя составляет всего половину емкости рынка. По этой причине государственная казна ежегодно недосчитывается 20 млрд рублей.⁸;
- Минсельхоз России в конце 2003 г. заявил, что доля «левого» алкоголя в России составляет 60%, хотя еще в начале года оценка была ниже – около 40%.⁹.

Международные сравнения

В том, что россияне много тратят на потребление алкоголя, сомневаться не приходится. Конечно, структура потребления алкоголя в разных странах разная, где-то не могут представить жизнь без ежедневного употребления сухого красного вина, а где-то в холодную зиму предпочитают крепкие горячительные напитки. Однако, так или иначе, на приобретение этих напитков расходуются средства бюджетов домохозяйств.

Оценить уровень расходов можно на основе глобального исследования, проведенного статистическим органом Европейского союза (табл. 3).

Таблица 3.

Доля расходов на алкоголь в общем объеме потребительских расходов в 1999 г., %

	Всего алкогольные напитки	Крепкие (Spirits)	Вино	Пиво
Ирландия	5,6	0,8	0,8	4,0
Россия	2,5	-	-	-
Дания	2,3	0,4	1,0	0,8
Швеция	1,9	-	-	-
Финляндия	1,8	0,5	0,5	0,1
Бельгия	1,5	0,2	0,9	0,4
Франция	1,4	0,3	0,9	0,2
Великобритания	1,4	0,3	0,7	0,4
Нидерланды	1,3	0,3	0,6	0,4
Португалия	1,2	0,1	1,0	0,1
Люксембург	1,2	0,2	0,8	0,2
Австрия	1,0	0,1	0,5	0,5
Италия	0,9	0,1	0,6	0,2
Испания	0,8	0,1	0,4	0,2
Греция	0,6	0,2	0,2	0,2

Источник: Eurostat, Росстат

⁸ <http://www.akdi.ru/mns/SMI/2002/01-29.htm>

⁹ «Финансовые известия» 17 ноября 2003 г.

В большинстве стран Европы уровень затрат на алкоголь не превышает 1,5% потребительских расходов. В некоторых странах это происходит из-за низких цен на спиртное (особенно это касается южных стран, знаменитых своими винодельческими традициями), в некоторых – из-за исторической несклонности населения к выпивке. В абсолютных же единицах домохозяйства в Европе расходуют на алкоголь заметно большие суммы: уровень оплаты труда и цены там гораздо выше, чем в России.

Наибольшими «пропойцами» среди рассмотренных европейских стран оказались ирландцы, подтвердив свой имидж любителей пива и виски: в Ирландии на покупку спиртных напитков приходится почти 6% потребительских расходов. Меньше всего расходуют на алкоголь греки. Россия в 1999 г. имела официальный показатель в 2,5% от общего объема потребительских расходов. Это обеспечивает ей «почетное» второе место. Однако, если учесть структуру потребляемого спиртного (см. ниже), то мы, похоже, все-таки занимаем лидирующие позиции.

Если рассматривать потребления алкоголя «в литрах», то мнение о России, как о самой пьющей стране, с точки зрения официальной статистики может быть поставлено под сомнение. Если исходить из официальных цифр, Россию в 2001 г. опередили не только традиционные любители выпить – чехи, ирландцы и португальцы, но и венгры с датчанами (табл. 4).

Таблица 4.
Потребление алкоголя на душу населения, в л. абс. алкоголя.

	1970	1980	1990	2001
Чехия	8,4	9,6	8,8	10,9
Ирландия	5,9	7,3	7,6	10,8
Португалия	9,9	11	12,9	10,6
Франция	16,2	14,9	12,6	10,5
Испания	11,6	13,6	10,8	10,5
Германия	10,3	11,4	10,6	10,4
Венгрия	9,1	11,7	11,1	9,8
Дания	6,8	9,1	9,7	9,5
Австрия	10,5	11	10,4	9,2
Россия	6,5	6,2	5,5	8,6
Великобритания	6,5	7,3	7,7	8,5
Бельгия	8,9	10,8	9,9	8,2
Нидерланды	5,7	8,9	8,1	8,1
Греция	5,3	10,2	8,6	7,9
Италия	13,7	13	9,2	7,6
Латвия	--	10,3	5,4	7,5
Финляндия	4,3	6,3	7,7	7,4
США	6,7	8,3	7,4	6,7
Япония	4,6	5,4	6,5	6,5
Швеция	5,8	5,7	5,5	4,9
Норвегия	3,6	4,6	4,1	4,4
Исландия	3,2	3,9	3,9	3,9
Эстония	--	0,9	--	2,6

Источник: World Drink Trends

Чехи, к слову – самые большие любители пива в мире, что официально зафиксировано в Книге рекордов Гиннеса: около 160 литров на человека. А вот самый дорогой напиток производится не в Чехии, а во Франции. Это вино Chateau d'Yquem Sauternes. Вино урожая 1787 года стоит до 64 000 долл. за бутылку.

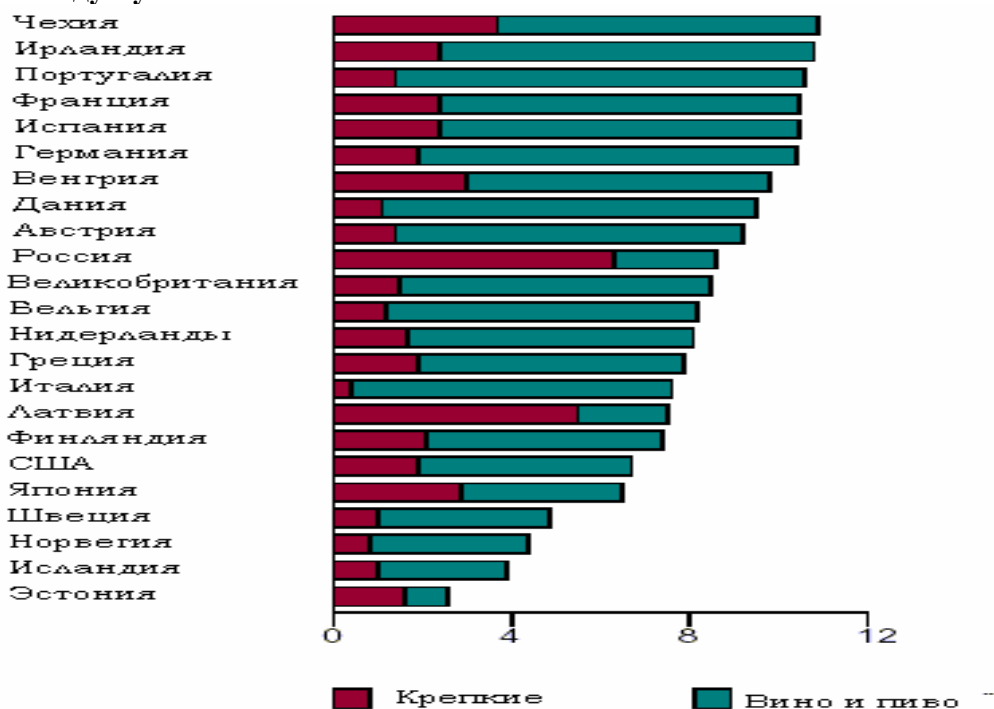
С алкоголем связан и рекорд единовременных расходов на общественное питание: 5 июля 2001 г. шесть жителей Лондона пообедали в ресторане на 44 007 фунтов (61 000 долл.), притом почти всю эту сумму составляла стоимость 5 бутылок вина.

Не является уникальной и российская тенденция к росту потребления алкоголя. Ирландию никак нельзя назвать неблагополучной страной (напротив, страна успешно провела экономические реформы, превратившись из «аграрного придатка Европы» в один из центров информационных технологий), однако там тенденция к росту потребления алкоголя более чем стабильная. Росло с 1970-х гг. потребление и в Великобритании.

Впрочем, одно коренное отличие от всего остального мира у России действительно есть. Нигде не пьют столько крепких напитков: по доле их потребления (то есть по доле водки) страна действительно впереди всей планеты (рис. 3)

Рисунок 3.

Потребление алкоголя на душу населения в некоторых странах в 2001 г., л. на душу населения



Источник: World Drink Trends

Оценка ФБК

Приведенные выше статистические показатели и оценки однозначно свидетельствуют – во время проведения обследований расходов населения получить правильную оценку затрат на потребление алкогольной продукции не удается. Этому есть несколько объяснений.

- Наиболее пьющее население просто оказывается вне статистической выборки. Достаточно трудно предположить, что от страдающих алкогольной зависимостью граждан удастся добиться сколько-нибудь аккуратного заполнения отчетности-дневника о произведенных расходах в течение двух недель. Точно также трудно ожидать адекватного отражения расходов на пиво и другие легкие спиртные напитки, потребляемые молодежью.
- Многие респонденты могут негативно относиться к указанию большого объема потребления алкоголя: это может выглядеть как признание в алкогольной зависимости, афишировать которую им не хотелось бы.
- Значительная часть алкогольных напитков обычно закупается не на регулярной основе (о страдающих алкоголизмом речь не идет), а к праздничным датам, юбилеям и т.д., из-за чего эти расходы могут не попадать в двухнедельную выборку.

В результате от имеющейся оценки расходов населения на потребление алкогольной продукции приходится отказываться – в противном случае получается ситуация, когда алкоголь продается в пустоту: компании водку выпускают и продают в очень большом количестве, но население России упорно не желает признать, что это именно оно ее приобрело.

Таким образом, при оценке расходов населения необходимо ориентироваться на показатели реализации алкогольной продукции на розничном рынке, как связанные с официальной реализацией, так и с нелегальным производством и сбытом.

Если принять за основу официальный уровень потребления (закупок в розничной сети) в 16 млрд долл. США (469,6 млрд руб.), то «прибавка» теневого сектора будет зависеть от выбора оценки теневого рынка алкогольной продукции. При использовании оценки в 5 млрд долл., озвученной Г.И. Куликом, получается суммарная оценка в 21 млрд долл.. С другой стороны, если напрямую использовать часто звучащий показатель доли нелегальной продукции 40% от общего объема, в этом случае потребление алкоголя можно оценивать как (легальные 16 млрд./60%) 26,7 млрд долл. США. Различие между этими оценками весьма существенно.

Рассчитать, как в случае с продуктами питания, величину потребления исходя из законодательно утвержденных норм потребительской корзины или прожиточного минимума не представляется возможным: алкоголь, к счастью, пока официально не относится к минимально необходимым для жизни россиянина товарам (хотя, возможно, с этим согласятся не все), а потому ни в прожиточный минимум, ни в потребительскую корзину не включается.

Известные оценки натурального потребления спиртных напитков позволяют, используя уровень цен, воспроизвести величину расходов на потребление спиртных напитков в денежном выражении.

Для расчета использовались показатели официального потребления спиртных напитков, а также среднегодовые цены, рассчитанные на основе справочно-информационного сборника «Цены и рынок»¹⁰.

Стоимость спиртных напитков за 2003 г., а также расчетная среднегодовая стоимость приводятся в табл. 5.

Таблица 5.
Цены на алкогольные напитки в 2003 г., руб./л.

	март	июнь	сентябрь	Декабрь	в среднем 2003 г.
Водка обыкновенного качества типа Русская, Московская и т.п.	108,9	110,29	112,03	116,45	111,9
Водка повышенного качества типа Посольская, Пшеничная и т.п.	142,06	143,88	145,99	150,93	145,7
Водка повышенного качества типа SMIRNOFF, FINLAND, ABSOLUT	666,22	663,51	664,16	666,32	665,1
Настойки горькие крепостью св. 28%	118,61	120,96	122,5	126,43	122,1
Ликеры десертные крепостью до 28%	331,19	339,9	344,23	348,13	340,9
Вино виноградное крепленое крепостью до 20%	112,12	114,17	115,64	117,66	114,9
Вино виноградное столовое крепостью до 14% и содержанием сахара до 8%	111,38	113,21	114,71	116,81	114,0
Коньяк ординарный	432,04	444,91	455,21	471,65	451,0
Коньяк имп. (включая бренди), кроме марочного и коллекционного	820,52	834,33	849,6	864,95	842,4
Вино игристое отеч. и стран СНГ типа Советское шампанское, Надежда	109,34	109,35	110,09	113,13	110,5
Вино игристое имп. типа шампанское, кроме марочного и коллекционного	438,15	444,24	450,21	462,05	448,7
Пиво отеч.	25,62	26,35	26,93	27,05	26,5
Пиво имп.	85,16	87,12	88,41	89,43	87,5

Источник: «Цены и рынок»

Как видно из таблицы, цены на отечественные и импортированные спиртные напитки отличаются как минимум в 2-4 раза даже без учета

¹⁰ Цены и рынок. Книга 4 за 2004 г. «Цены в 2003 году и в январе 2004 года».

марочной и коллекционной продукции. Для упрощения предположим, что абсолютно весь алкоголь на рынке – только отечественного производства. Более того, предположим, что население пьет только обыкновенную водку, а цена ликеров соответствует цене водки. Все эти допущения в конечном счете приводят к смещению оценки расходов в сторону занижения, однако пока с этим можно согласиться.

С учетом объявленных предпосылок расходы населения будут выглядеть следующим образом (табл. 6)

Таблица 6.
Расходы на потребление алкогольных напитков в 2003 г.

	цена за литр, руб.	Потребление, млн литров	расходы, млн руб.
Водка и ликероводочные изделия	111,92	2 164	242 189,47
виноградные и плодовые вина	114,03	716	81 643,69
коньяки	450,95	59	26 606,20
шампанское и игристые вина	110,48	185	20 438,34
пиво	26,49	7 635	202 232,06
ИТОГО			573 109,76

Источник: ФБК, Росстат

Получается, что на приобретение спиртных напитков население затратило **как минимум** 19 млрд долл. Результат очень интересный: при упрощенном расчете, использовавшем официальные данные о потреблении, уровень расходов населения на покупку алкоголя уже оказался выше, чем получалось при использовании статистики розничного товарооборота. И это – данные без учета нелегального потребления, данные на уровне «минимальной границы», то есть потребления в 9,1 л абсолютного алкоголя на душу населения (данные статистики розничной торговли).

Между тем максимальная граница (медицинские экспертные оценки потребления) в полтора раза выше, порядка 14 л на душу населения. Подавляющая часть нелегального алкоголя – это водка и крепкие спиртные напитки, самогон. Пиво практически никто не подделывает (специфика его приготовления такова, что подделки экономически не выгодны), поэтому можно считать, что поддельного пива в стране не производят. Что касается вина, здесь уровень подделки сильно различается в отношении различных вин: общеизвестен высокий уровень подделки молдавских и грузинских напитков, а вот, к примеру, чилийское или южноафриканское вино вряд ли кто-то подделывает. Таким образом, для простоты можно считать, что подделывают и продают только крепкие спиртные напитки.

Для оценки нелегально продающегося спиртного можно использовать часто встречающуюся оценку в 40% общих объемов продаж. В этом случае общий объем реализации крепких напитков составит (216,4 млн дкл./60%) 360,7 млн дкл., или 144,3 млн дкл. абсолютного алкоголя. «Прибавка» за счет

нелегально проданной продукции составляет 57,72 млн дкл. абсолютного алкоголя, или 4 литра абсолютного алкоголя на душу населения.

Итоговое значение для потребления на душу населения в этом случае составит 13 л. Если реальное потребление алкоголя составляет 14-15 л., то получается, что 70-80% неучтенного потребления – это купленный, а не изготовленный для собственного потребления алкоголь, что несколько выше приведенных выше оценок. Как следствие, полученная оценка слегка смещается вверх. Это смещение, однако компенсируется предположением о подделке только крепких напитков.

Цена нелегального алкоголя условно принимается на уровне 80 руб./л., что ниже цены на легально произведенную водку, но несколько превышает сложившийся уровень цен на самогон. В результате расходы за счет потребления нелегально произведенных напитков составят $(80 \cdot 144,3) = 115,4$ млрд. руб., или 3,9 млрд. долл. **Полученная общая оценка расходов населения на потребление алкоголя составляет 688,5 млрд руб., или примерно 23,3 млрд долл. США.**

**Алкоголь –
689 млрд руб.**

Перспективы

Ожидать значительного роста или снижения расходов на спиртное из-за изменения объемов его потребления не стоит. Объем потребления алкоголя (в л. абсолютного алкоголя на душу населения) – показатель достаточно консервативный. При этом для страдающих алкогольной зависимостью употребление спиртного становится, к сожалению, такой же необходимостью, как и употребление пищи, из-за чего так же, как и в случае с продуктами питания определенный уровень потребления становится «минимально необходимым» и будет осуществляться при любых условиях.

В настоящий момент внутри алкогольного рынка можно выделить следующие тенденции:

- с ростом доходов населения абсолютные расходы на алкоголь (как официально регистрируемые, так и реальные) будут увеличиваться, так

как население будет переходить к потреблению более дорогих и качественных напитков. Этому же будет способствовать и растущее потребление пива и слабоалкогольных коктейлей;

- относительные расходы населения на алкоголь (доля в общих потребительских расходах) останутся примерно на том уровне, который они достигли в 2003 г. – 2,2% (повышение затрат будет компенсироваться ростом доходов), или даже незначительно сократятся;
- в среднесрочной перспективе Россия останется лидером в потреблении крепких спиртных напитков;
- в отсутствии специализированных государственных кампаний сокращения расходов на алкогольную продукцию, в особенности на крепкие спиртные напитки, не произойдет, ожидать от большей части населения добровольного отказа от употребления спиртных напитков не приходится.

Среди всех потребительских товаров спиртные напитки (исключая коллекционные) находятся ближе к продуктам питания, чем к непродовольственным товарам, поэтому расходы на их потребление будут увеличиваться гораздо медленнее, чем, скажем, на товары длительного пользования или потребительские услуги. Есть, к тому же, и чисто физиологические факторы, из-за которых существуют естественные ограничения потребления алкоголя.

Таким образом, алкоголь, при всей его значимости в нашей жизни, в структуре потребительских расходов населения имеет не столь внушительный удельный вес, как может показаться.

Табак

Табачные изделия в структуре показателей Росстата

По данным Минздрава России, в России курят 70% мужчин и 14% женщин¹¹. Значит, несмотря на выбор источника для оценки потребительских расходов на табачные изделия, они в любом случае будут весьма существенными.

При этом следует заметить, что табачные изделия приносят вред человеческому здоровью и являются источником большого количества болезней, а значит, не могут входить в перечень целесообразных затрат. Таким образом, и в советский период, и в настоящее время табачные изделия не включались и не включаются в потребительскую корзину, определяющую минимально необходимый объем потребления.

Это означает, что в официальной статистике содержатся данные о расходах и потреблении табачных изделий, но никаких нормативов по объемам потребления, естественно, нет.

Росстат предоставляет данные по обороту продаж и потреблению табачных изделий в целом. В соответствии с правилами сертификации Госстандарта России табачные изделия подразделяются на несколько категорий¹²:

- табачное и сигарное сырье неферментированное;
- табачное и сигарное сырье ферментированное, включая резаный табак;
- табак трубочный и курительный;
- сигары;
- сигареты;
- папиросы.

¹¹ <http://www.atkmedia.ru/news/dates.php?id=23301>

¹² Постановление Госстандарта РФ от 18 сентября 1997 г. № 27 «О принятии в введение в действие правил проведения сертификации табака и табачных изделий».

Из этого перечня не может быть включено в потребительские расходы табачное и сигарное сырье, поскольку оно предназначено для табачной промышленности, а значит, представляет интерес исключительно для предприятий.

Несмотря на то, что подавляющее большинство табачных изделий в настоящее время производится в России, определенные сорта в страну импортируются.

Затраты

Официальные показатели

В структуре потребительских расходов домашних хозяйств в 2003 г. затраты на табачные изделия составили **1%** (при общих потребительских расходах в 6073 млрд руб. затраты на покупку табачных изделий составили **60,7 млрд руб.**).

За последние годы самая большая доля расходов на табачные изделия была в 1998 г. – 1,4%. После этого она постепенно снижалась до 2002 г., когда, также как и в 2003 г., составила 1% от совокупного показателя потребительских расходов.

По данным Росстата, в общем обороте розничной торговли, который в 2003 г. составил 4515 млрд руб., табачные изделия составили 1,8% или 81,3 млрд руб.

Таким образом, **показатель оборота розничной торговли табачными изделиями на 33,9% превышает данные о затратах домохозяйств.** Следует учитывать, что официальные данные о реализации следует увеличить на объем нелегальных продаж. Это означает, что **домохозяйства значительно занижают свои расходы на табачные изделия.** Делают они это, скорее всего, потому, что не желают афишировать свои расходы на пагубную привычку.

Физический объем реализации табачных изделий в 2002 г. составил **388,1 млрд шт.** Это на 7% или 25,6 млрд шт. больше соответствующего показателя 2001 г.. Однако самое резкое увеличение роста продаж было зарегистрировано в 1998-2000 гг., когда соответствующий показатель

увеличился с 257,5 до 355,4 млрд шт., то есть возрос фактически на 100 млрд шт.

Потребление табачных изделий на душу населения, исходя из показателя продажи 388,1 млрд шт. и численности населения в 2002 г. 145,2 млн чел., составило 2672 шт. на человека. **В расчете на душу населения годовое потребление табачных изделий в России за последние 10 лет выросло фактически в 2 раза.**

В пересчете на пачки (в одной пачке 20 сигарет) получается, что продажа табачных изделий в 2002 г. составила 19,4 млрд пачек, а **душевое потребление** составило 133,6 пачек в год, что соответствует примерно 0,4 пачки или **8 сигаретам в день.**

Соотношение индекса цен на табачные изделия за 1992-2003 гг. с индексом потребительских цен свидетельствует о том, что табачные изделия относительно подешевели - почти в 3 раза (табл. 7), то есть стали гораздо доступнее для курильщиков. При этом за рассматриваемый промежуток времени рост цен на табачные изделия был также значительно ниже показателя по непродовольственным товарам в целом.

Таблица 7

Соотношение индекса цен на табачные изделия за 1992-2003 гг. с индексом потребительских цен

	относительно ИПЦ	относительно индекса цен на непродовольственные товары
Непродовольственные товары	0,60	1,00
Табачные изделия	0,37	0,62

Источник: Росстат, ФБК

Таким образом, несмотря на некоторые попытки государства, направленные на снижение количества курильщиков, один из самых главных факторов – цена сигарет в относительном выражении не только не выросла, но даже упала. То есть, сигареты стали гораздо доступнее, что естественным образом сказалось как на увеличении потребления табачных изделий и количестве курильщиков, так и на росте затрат на эту категорию товаров.

Экспертные данные

Расходы на табачные изделия в России в 2003 г., по данным большинства экспертов, составляют 5-6 млрд долл. США. Это фактически в 2,5-3 раза выше росстатовских данных, которые составили чуть более 2 млрд долл. США. Однако, если учесть, что официальные данные по потреблению сильно занижены, и в данном случае в большей степени следует ориентироваться на показатель оборота розничной торговли

табачными изделиями (2,75 млрд долл. США), то получится, что экспертные оценки превышают официальные на 45%-60%.

Эти данные достаточно противоречивы. Большинство экспертов полагают, что общая ситуация на рынке табачных изделий России свидетельствует о явном перепроизводстве. Емкость данного рынка составляет около 300 млрд шт. курительных изделий (в целом, разброс оценок колеблется в диапазоне 250-320 млрд шт.).

При этом в 2003 году в России, по данным Инновационного центра СПГУ, было произведено 382,7 млрд табачных изделий (в среднем на каждого гражданина страны пришлось по 2654 штуке). Еще около 12 млрд было импортировано¹³. Это означает, что около четверти произведенной и импортированной продукции «ушла в запасы». Но даже по официальным данным 2002 г., на потребительском рынке было реализовано 388,1 млрд шт., то есть больше, чем полагают эксперты.

Следует учитывать, что определенная доля табачных изделий вывозится из России небольшими партиями, например, челноками. Кроме того, сигареты потребляются туристами.

Однако основным объяснением оценок экспертов о столь значительном превышении затрат на табачные изделия по сравнению с официальными данными является завышение цены, по которой эти самые изделия реализуются.

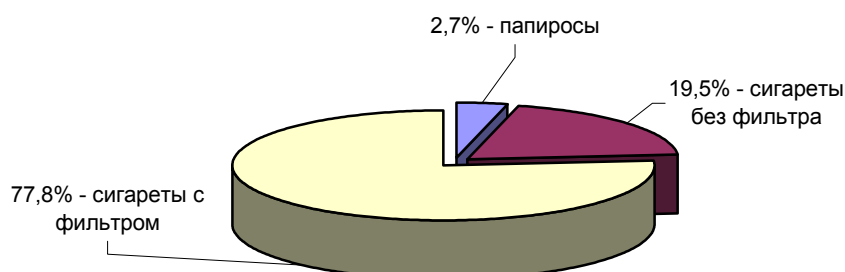
При этом **спрос на табачные изделия в России**, по мнению экспертов, **в последние годы стремительно смещается в сторону более дорогих сигарет с фильтром при одновременном снижении производства сигарет без фильтра и папирос**. Так, по информации ассоциации табачных дистрибьюторов "Грандтабак", в 2000 г. доля папирос и сигарет без фильтра в общем объеме производства табачных изделий в России составляла около 50%¹⁴. Однако уже к концу 2002 г., по оценкам компании «Бизнес-Аналитика», их доля сократилась до 22,2% (рис. 4)

¹³ <http://innov.spbu.ru/shownews.php?id=28679>

¹⁴ <http://www.dinform.ru/archive/docs/full/2001/10/s16117338.html>

Рисунок 4

Структура производства табачных изделий в России в 2002 г. (в %)



Источник: компания «Бизнес-Аналитика»

Росту затрат на табачные изделия способствует увеличение количества курящих. По экспертным данным, в России в настоящее время курит порядка 30%-40% населения или 45-55 млн чел. При этом курящих мужчин 60%-75%, а женщин 14%-35%. Официальная статистика говорит, как отмечалось выше, о соотношении 70% против 14%. Маркетинговая компания R-TGI на основании опроса 7870 чел. в 65 городах России выяснила, что численность курящих составляет среди мужчин - 53,0%, женщин - 16,4%¹⁵.

Доля курящих подростков в возрасте 15-19 лет составляет 40%-45%.

Привычка "успокаивать нервы" табаком остается одной из главных причин заболеваний сердечно-сосудистой системы и легких. Между тем, больше всего о своем здоровье заботятся мужчины – жители крупных городов. Так, в столице за последнее время число курящих среди представителей сильного пола уменьшилось почти на 10%. Среди женщин, напротив, число любительниц никотина возросло до 35%. А молодых людей, предпочитающих здоровому образу жизни табакокурение, стало более 40%¹⁶.

Большинство оценок экспертов сводятся к тому, что **в России в настоящее время фактически отсутствуют нелегальные производители табака**. Так, по данным компании British American Tobacco, на долю легальных производителей приходится более 95% российского рынка табака. Для сравнения: в Англии доля подпольных производителей достигает 30%, в Польше -15%¹⁷.

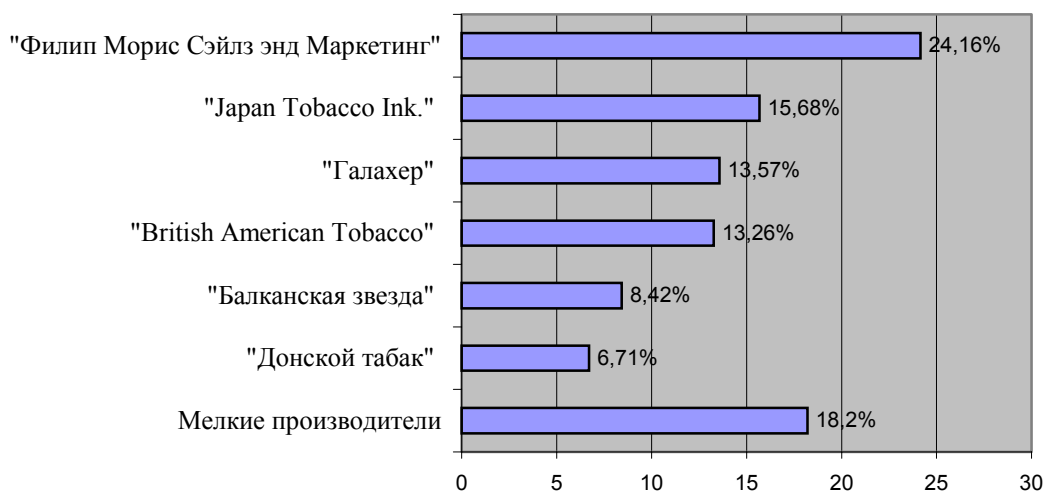
¹⁵ <http://www.grandtabak.ru/rus/businesshotnews/2001/sen.html>

¹⁶ <http://www.atkmedia.ru/news/dates.php?id=23301>

¹⁷ <http://www.sns.ru/news.html?id=257>

При этом стоит отметить, что основная доля расходов, которая направляется на покупку табачных изделий, ложится в карман иностранных компаний, поскольку подавляющее число марок сигарет, в том числе и российских, производятся именно зарубежными производителями. Так, в общей структуре продаж доля 6 ведущих компаний на конец 2002 г. составляла 81,8% (рис. 5). С заметным отрывом лидировала компания «Филип Морис Сэйлз энд Маркетинг» (торговые марки Marlboro, L&M, Parliament, Virginia Slims, Chesterfield, Bond Street, Next, «Союз-Аполлон», «Оптима»). За ней следуют Japan Tobacco Ink. (марки Winston, Camel) с долей 15,68%, «Галахер» (Sobranie, Sovereign, LD, «Тройка») – 13,57%, British American Tobacco («Кент», «Ява», «Прима» без фильтра) – 13,26%, «Балканская звезда» («Балканская звезда», «Золотое кольцо», «1812 классика») – 8,42% и «Донской табак» («21 век», «Наша марка», «Донской табак») – 6,71%. Остальное делят между собой мелкие производители¹⁸.

Рисунок 5
Доля ведущих компаний на российском рынке табачных изделий в 2002 г.



Источник: Ассоциация табачных дистрибьюторов "Грандтабак"

Импортируются преимущественно дорогие марки, такие как Davidoff, R-1, Rothmans, пользующиеся ограниченным спросом и производство которых либо экономически нецелесообразно, либо технологически невозможно. В прошлом году их было завезено в Россию всего 7 млрд штук¹⁹.

¹⁸ <http://www.tabak.ru/news/news0124.shtml>

¹⁹ <http://www.tabak.ru/news/news0124.shtml>

Международные сравнения

Сравнивая официальные показатели затрат россиян на табачные изделия с данными европейских стран, можно сделать вывод о том, что доля расходов на табачные изделия в России в 1999 г. на уровне 1,3% от совокупных потребительских расходов соответствует среднеевропейскому показателю (табл. 8). Однако, как уже было сказано выше, официальные показатели затрат в значительной степени занижены. Если исходить из оценок экспертов, то доля затрат на табачные изделия увеличивается примерно в 2 раза.

Таким образом, Россия из «средняка» превращается в «лидера» по этому показателю.

Стоит также заметить, что во многих европейских странах по сравнению с 1999 г. количество курильщиков сократилось, а значит и средний уровень расходов на табачные изделия, по крайней мере, не увеличился.

Страны, которые могут «соперничать» с Россией – это Ирландия и Греция, где в 1999 г. доля расходов на табачные изделия составила 2,2% и 2,9% соответственно.

Таблица 8

Сравнительная таблица затрат на табачные изделия в некоторых странах (в % к общему объему потребительских расходов)

Страны	1994	1999
Греция	2,8	2,9
Ирландия	2,7	2,2
Дания	2,2	1,9
Испания	1,5	1,9
Португалия	1,5	1,6
Австрия	1,4	1,5
Великобритания	2,0	1,5
Россия	0,8	1,3
Франция	1,1	1,1
Финляндия	1,3	1,1
Италия	1,2	1,0
Швеция	1,2	1,0
Бельгия	0,3	0,8
Люксембург	0,7	0,8
Нидерланды	1,0	0,8
ЕС	1,3	-

Источник: Eurostat, Росстат

В США, несмотря на значительные успехи антитабачной пропаганды, расходы на табачные изделия средней американской семьи оставляют 308

долл. США ежегодно или в целом по стране 76.3 млрд долл. США. Эта сумма более чем в два раза превышает ежегодные расходы семьи на покупку печатной продукции (книг, газет, журналов) – 141 долл. При этом американцы покупают приблизительно 22 миллиарда пачек сигарет в год²⁰.

Количество курящих в России в целом превышает среднемировой уровень почти в 1,5 раза²¹. По данным Всемирной организации здравоохранения, сегодня в мире курят 47 % мужчин и 12 % женщин²².

В Европе курят 42% мужчин и 28% женщин²³.

Самые курящие европейцы – греки. Несмотря на все предупреждения и на повышение цен на сигареты, 45% греков курит систематически (58% мужчин и 32% женщин)²⁴.

Во Франции курят порядка 20 миллионов: это треть населения страны. Половина курильщиков принадлежит к возрастной группе 15-24 года, то есть французы – самые молодые в Европейском союзе курильщики²⁵.

Однако французы постепенно отказываются от курения, но не в виду заботы о своём здоровье, а больше заботясь о своём кошельке. Вводимое повышение цен на табак сделает Францию одним из самых дорогих на континенте мест для курильщиков. Средняя цена за пачку сигарет составляет 4,6-5 евро, и в будущем ожидается дальнейшее повышение цен²⁶.

Впрочем, самые дорогие сигареты продаются в Великобритании, где средняя стоимость пачки сигарет составляет 4 фунта 70 пенсов (почти 8 долл. США)²⁷.

По данным германского Федерального ведомства статистики, каждый бюргер выкурил в 2000 году 1750 сигарет - почти по пять штук в день²⁸.

По данным книги рекордов Гиннеса, наибольшее потребление сигарет было зафиксировано в Китае в 1998 году - 1 643 млрд шт. При глобальном потреблении во всем мире в 2000 г. 5 500 млрд шт. это означает, что одна из каждых трех выкуренных сигарет была выкурена в Китае.

²⁰ <http://rusjax.com/html/modules.php?name=News&file=print&sid=68>

²¹ www.antinarc.ru/files/0006626938.doc

²² <http://www.nns.ru/archive/chronicle/1999/05/28.html>

²³ <http://neakn.narod.ru/K1.htm>

²⁴ http://www.greek.ru/ru/news/news_detail.php?ID=1386

²⁵ <http://www.zdorovie-tv.ru/cgi-bin/index.pl/prof/news/20387>

²⁶ <http://www.zdorovie-tv.ru/cgi-bin/index.pl/prof/news/20387>

²⁷ <http://www.zdorovie-tv.ru/cgi-bin/index.pl/prof/news/20387>

²⁸ <http://torg.spb.ru/2001/arch03/smoke.htm>

По информации Центрального бюро статистики Норвегии, доля курильщиков среди взрослого населения страны в 2001 году упала до рекордно низкой отметки в 30%²⁹.

Мировой оборот никотиновой индустрии составляет 400 миллиардов долларов США в год³⁰.

При этом Россия наравне с Японией разделяет третье место в мире по производству сигарет после США и Китая (по данным за 2002 г.).

Оценка ФБК

Заметные расхождения экспертных и официальных данных дают основания для проведения собственных расчетов по оценке расходов на табачные изделия.

В качестве продуктов потребления выбраны сигареты, как с фильтром, так и без него, и папиросы. Эта группа занимает доминирующее положение в структуре табачных изделий и наиболее распространена в России.

Конечно, в стране присутствуют приверженцы сигар, трубок, нюхательного табака. Однако, надо сказать, что эти разновидности курительных изделий весьма дороги и интересны лишь небольшому числу состоятельных потребителей, а значит, доля затрат эту категорию табачных изделий невелика.

Таким образом, показатель расходов на табачные изделия в целом может быть рассчитан исходя из объема потребления традиционных разновидностей курительных изделий большинством населения. Объем затрат потребителей дорогих табачных изделий может быть установлен экспертным путем.

В оценке количества курильщиков целесообразно исходить из среднего показателя, установленного на основании сравнения официальных и экспертных данных. Таким образом, количество курящих мужчин в наших расчетах составляет 65% от общего количества, женщин – 20%, подростков от 15 до 19 лет – 40%.

Общая численность населения на конец 2003 г., по данным Росстата, составила 144,2 млн чел. К сожалению, разбивка по половому и возрастному

²⁹ http://sirpatip.ksu.ru/nosmoking/ns/no_sm_29.htm

³⁰ <http://www.ukrtobacco.kiev.ua/news/zabor.php?&nid=339>

признакам в настоящее время имеется только за 2002 год. Однако, по нашему мнению, за один год структура как половая, так и возрастная изменилась незначительно, и ее можно использовать и в отношении 2003 года.

Таким образом, из 144,2 млн чел. в 2003 г. мужчин и женщин старше 19 лет насчитывалось 107,7 млн чел. Из них: мужчин – 50,7 млн чел., женщин – 57,9 млн чел. Подростков в возрасте от 15 до 19 лет – 12,7 млн чел.

Исходя из вышеуказанной доли курящих, получается, что курящих мужчин в 2003 г. было 33 млн чел., женщин – 11,6 млн чел., подростков – 5 млн чел.

Сложнее определить количество потребленных сигарет в день. По данным Росстата, физический объем реализации табачных изделий в 2002 г. составил **388,1 млрд шт.** или 19,4 млрд пачек. При расчете на 50 млн курильщиков получается, что средняя норма в день составляла более пачки в день, что является явно завышенным показателем.

Кроме того, при сравнении такого показателя с оборотом розничной торговли табачными изделиями, который в 2002 г. составил 67,5 млрд руб., получается, что в среднем пачка сигарет стоила 3,5 руб., что также не соответствует действительности.

В этой связи в оценке количества выкуренных сигарет и их стоимости мы будем ориентироваться на мнение экспертов.

Например, по данным информационного бюллетеня «Население и общество», в 2002 г. средняя норма потребления сигарет среди молодежи составляла 12 штук в день: у юношей - 14, у девушек - 10. Больше курят те, кто и не работает и не учится (15,7 сигарет в день) или уже работает (14,9). У учащихся норма меньше - в среднем 10,5 сигарет³¹.

По информации маркетингового агентства CSR Research, в Москве 35,5% курящих в среднем выкуривает от 16 до 20 сигарет, по 10,3% приходится на тех, кто выкуривает 11—15 сигарет и более одной пачки, 26,3% — от 6 до 10 сигарет, 9,8% респондентов выкуривают 5 и менее сигарет в день³².

Исходя из этих показателей, средний уровень потребления сигарет, в наших расчетах, составит у подростков 13 сигарет в день, а у взрослого населения 15 сигарет в день.

Таким образом, в год подростки выкуривают 23,7 млрд шт. (1,2 млрд пачек), а взрослые курильщики – 244,2 млрд шт. (12,2 млрд пачек). В сумме этот показатель составляет 267,9 млрд шт. или порядка 13,4 млрд пачек.

³¹ <http://www.demoscope.ru/weekly/2002/091/tema02.php>

³² <http://www.c-s-r.ru/5/5-2.htm>

Оценить среднюю стоимость пачки мешает многообразие сортов сигарет и папирос на рынке. Цены на единицу продукции варьируются от 2,5-3 рублей за пачку «Прима Ностальгия» (без фильтра) до 50 рублей за пачку «Corsar of the Queen».

По данным компании «Бизнес Аналитика», в настоящее время в торговой сети России позиционируется 1149 торговых марок сигарет и папирос. Количество разновидностей в каждом ценовом сегменте российского рынка следующее:

- Самый дешевый (овальные сигареты и папиросы) – 222;
- Дешевый (сигареты с фильтром дешевле 10 руб./пач.) – 531;
- Экономичный (10-14 руб./пач.) – 65
- Среднеценовой (14-20 руб./пач.) – 133;
- Премиальный (20-31 руб./пач.) – 106;
- Супер-Премиальный (более 31 руб./пач.) – 92.³³

Учитывая, с одной стороны, уровень средних доходов россиян, а с другой стороны, фиксируемое экспертами смещение спроса в сторону более дорогих сигарет с фильтром, средняя стоимость пачки составит около 10 рублей.

Это означает, что **суммарные расходы на табачные изделия** в 2003 г. составили около **134 млрд руб. или порядка 4,5 млрд долл. США**. Расходы на одного взрослого курильщика в год составили 2 730 руб., подростка – 2 370 руб.

Таким образом, наши оценки более чем в 2 раза превысили официальные данные о расходах домохозяйств на табачные изделия и в 1,6 раза - показатели Росстата о розничном товарообороте табачных изделий. При этом получившийся показатель оказался ниже экспертных оценок, которые составили, как уже было сказано выше, 5-6 млрд долл. США.

Скорее всего, причина расхождения с данными экспертов кроется в оценке объема потребления, которое в наших расчетах оказалось на 32 млрд шт. меньше, что при цене 10 руб. за пачку составит 0,5 млрд долл. США.

Кроме того, различия могут заключаться в количестве курильщиков, которое в наших расчетах составило 34,3% от общего числе населения. Однако, по некоторым оценкам, эта цифра в 1,5 раза выше.

Таким образом, на наш взгляд, показатель, полученный при расчетах, отражает минимальный уровень затрат на табачные изделия.

Как уже было сказано, кроме курильщиков традиционных табачных изделий, в стране есть некоторое количество ценителей сигар и трубок. Их

³³ <http://www.grandtabak.ru/rus/index.html>

затраты намного превышают среднестатистические показатели, но из-за их немногочисленности отдельных расчетов по этой категории производится не будет. При этом стоит сказать, что получившейся расчетный показатель, скорее всего, немного занижен и на уровень затрат этой категории.

**Табак –
134 млрд руб.**

Перспективы

Перспективы изменения расходов на табачные изделия зависят от двух факторов:

- уровень доходов населения;
- политика государства в области табакокурения;

Если ориентироваться на мнение экспертов, которые говорят о насыщенности российского рынка в физическом выражении, то **зависимость расходов на табачные изделия от уровня доходов стоит рассматривать с точки зрения смещения предпочтений потребителей в сторону более дорогих сортов табака и сигарет.**

В ряде случаев выбор марки сигарет не исчерпывается исключительно представлением о качестве табака. Марка сигарет в настоящее время является одним из атрибутов успешности человека, показателем его уровня дохода, то есть часто - это имиджевый ход.

Это означает, что с ростом доходов большинство курильщиков перейдет на более престижные, а значит более дорогие, марки табачных изделий.

Такого мнения придерживаются многие эксперты. Например, по прогнозам ассоциации табачных дистрибьюторов "Грандтабак", к 2010 г. емкость российского рынка табачных изделий может сократиться до 260-270 млрд.

штук в год. В то же время, стоимостная емкость рынка к 2010 г. возрастет с 5 млрд долл. США до 6-8 млрд долл. США³⁴.

Второй важной причиной, определяющей уровень расходов, является проводимая государством политика в области табакокурения.

Во многих странах применяются различные меры, направленные на сокращение количества курильщиков. Это и запрет на рекламу табака, запрет на курение в общественных местах, повышение налогов на табачные изделия и т.д.

В 1975 году Норвегия первой в мире запретила рекламу табака и стала осуществлять иные меры, в частности, повышать налоги на табак. В настоящее время сигареты в Норвегии являются самыми дорогими в мире. Падение числа курильщиков с 1974 года почти вдвое показывает, что эти меры работают³⁵.

В России в соответствии с Федеральным законом от 18 июля 1995 года № 108-ФЗ «О рекламе» уже запрещена реклама табака на телевидении, а также наложен ряд других ограничений, но это не предел. В настоящее время Минфин России рассматривает вариант взимания акцизов на табачные изделия с 2006 г. не с отпускной цены, а с розничной. По мнению экспертов, в таком случае стоимость сигарет может подскочить на 30–40% – с учетом розничной цены и ежегодной индексации акцизов, которая обычно устанавливается в два раза выше инфляции³⁶.

Если это произойдет, то уже в обозримом будущем пачка сигарет может стать для большинства роскошью.

Очевидно, что к массовому сокращению количества курильщиков это не приведет, но определенный эффект эти меры, безусловно, окажут.

Говоря о перспективах отрасли, следует отметить, что российский рынок табачных изделий почти полностью перешел на продукцию отечественного производства и, по мнению экспертов, следующим этапом станет консолидация табачной промышленности. При этом стоит заметить, что уже в настоящее время большинство российских предприятий принадлежат иностранным компаниям, таким как «Филип Морис Сэйлз энд Маркетинг», Japan Tobacco Ink., «Галахер», British American Tobacco и др.

В связи с проблемой перепроизводства прогнозируются трудности у небольших табачных фабрик. Их количество постепенно сокращается. Эта тенденция, по мнению аналитиков, сохранится и в будущем. Прежде всего,

³⁴ <http://www.sns.ru/news.html?id=257>

³⁵ http://sirpatip.ksu.ru/nosmoking/ns/no_sm_29.htm

³⁶ <http://www.grandtabak.ru/rus/grandtabakinform/more.html?id=259>

это коснется табачных фабрик, выпускающих продукцию низкоценового сегмента, в первую очередь сигареты без фильтра.

Поскольку объем рынка оценивается в 300 млрд сигарет в год, что на 70-80 млрд шт. меньше, чем производят компании, участникам рынка приходится искать способы продажи излишков произведенной продукции. Наиболее перспективный вариант – это экспорт. Впрочем, пока его объемы крайне незначительны – всего 3 млрд штук в год. Произведенные в России сигареты поставляются преимущественно в страны ближнего зарубежья, такие как Украина и Белоруссия. Однако в последнее время возрос объем экспорта в Израиль, а также в страны бывшей Югославии и ОАЭ. По данным ассоциации «Грандтабак», на ближнее зарубежье приходится 70% всего экспорта и только 30% - на дальнее³⁷.

Имеет место и экспорт «челночного типа», когда россияне, закупив относительно недорогие российские папиросы и сигареты, реализуют их в странах СНГ. И, по всей видимости, объем такого экспорта значительно превосходит показатели экспорта официального.

В итоге, оценивая перспективы изменения затрат на табачные изделия, **при росте доходов населения можно прогнозировать увеличение расходов на табачные изделия в абсолютном выражении.** Возможно, даст определенные результаты государственная политика, направленная на снижение количества курильщиков, но, как показывает опыт большинства стран, к значительным изменениям количества и структуры курящих это не приводит.

³⁷ <http://www.tabak.ru/news/news0124.shtml>

Суммарная оценка

По данным Росстата, расходы на покупку алкогольных напитков в 2003г. составляли 2,2% потребительских расходов, или 133,6 млрд. руб.

По расчетам экспертов и компании ФБК, реальные расходы населения превышают этот показатель в несколько раз. Таким образом, суммарные расходы на алкоголь составили в 2003 г. около 689 млрд руб.

Официальные данные по величине расходов на табак составили в 2003 г. 1% потребительских расходов или 60,7 млрд руб.

По оценкам экспертов, расходы на табачные изделия составляют не менее 150 млрд руб.

По расчетам ФБК, расходы на табачные изделия составили в 2003 г. около 134 млрд руб.

Таким образом, суммарная оценка ФБК потребительских расходов на алкоголь и табак в 2003 г. получается следующим образом: 689 млрд руб. + 134 млрд руб. = 823 млрд руб., или около 28 млрд долл. США.

**Алкоголь и Табак –
823 млрд руб.**