УДК 338.012(470)

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОДАЖ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ НАСЕЛЕНИЮ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

[1]Майорова А.Н., [2]Майорова Е.А.

[1]ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Клин, e-mail: maiorovaan@rgsu.net;

[2]ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва, e-mail: mayorova.ea@rea.ru

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что рынок алкогольной продукции является одним из важных сегментов российского рынка и оказывает двойственное влияние на экономику и социальную сферу: с одной стороны, являясь подакцизным товаром, алкогольная продукция обеспечивает значительные поступления в государственный бюджет, с другой стороны, потребление алкогольных напитков населением негативно влияет на продолжительность жизни. Цель исследования – спрогнозировать объем продаж отдельных видов алкогольной продукции (пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, водки и ликероводочных изделий, коньяков и коньячных напитков, винодельческой продукции, шампанских и игристых вин) населению Российской Федерации на 2018–2019 гг. Исходными материалами для анализа трендов, характерных для продаж отдельных видов алкогольной продукции населению Российской Федерации, и последующего прогнозирования явились данные Федеральной службы государственной статистики за 2000–2016 гг. Прогнозные значения продаж алкогольной продукции в 2018–2019 гг. определены на основе статистического метода регрессионного анализа. Результаты показали, что в 2018–2019 гг. объем продаж пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, водки и ликероводочных изделий, коньяков и коньячных напитков, винодельческой продукции, шампанских и игристых вин российскому населению сократится. Наибольшее сокращение продемонстрируют шампанские и игристые вида, а также водка и ликероводочные изделия. Наиболее стабильными останутся продажи коньяков и коньячных напитков. Сокращение обусловлено мерами государственного регулирования, направленными на снижение потребления алкогольной продукции российским населением и усиление контроля за ее оборотом, а также снижением доходов и покупательской активности населения, девальвацией рубля и сокращением импорта, ростом цен.

Ключевые слова: алкогольная продукция, рынок алкогольной продукции, потребление алкоголя, прогнозирование, государственное регулирование

FORECASTING SALES OF ALCOHOL PRODUCTION TO THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

[1]Mayorova A.N., [2]Mayorova E.A.

[1]Russian State Social University, Klin, e-mail: maiorovaan@rgsu.net;

[2]Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: mayorova.ea@rea.ru

The relevance of the topic of the study is due to the fact that the alcohol market is one of the important segments of the Russian market and has a dual impact on the economy and social sphere: on the one hand, being an excisable goods, alcohol production provides significant revenues to the state budget, on the other hand, the consumption of alcoholic beverages by the population negatively affects life expectancy. The purpose of the research is to forecast the sales volume of certain types of alcohol products (beers and beverages made on the basis of beer, vodka and liquor products, cognacs and cognac drinks, wine products, champagnes and sparkling wines) to the population of the Russian Federation for 2018-2019. The initial materials for the analysis of trends characteristic for sales of certain types of alcohol products to the population of the Russian Federation, and subsequent forecasting were the data of the Federal State Statistics Service for 2000-2016. Forecast values of alcohol sales in 2018-2019. are determined based on the statistical regression analysis method. The results showed that in 2018-2019. the volume of sales of beer and beverages made on the basis of beer, vodka and spirits, cognacs and cognac drinks, wine products, champagnes and sparkling wines will be reduced for the Russian population. The greatest reduction will be shown by champagne and sparkling species, as well as vodka and alcoholic beverages. The most stable will remain sales of cognacs and cognac drinks. The reduction is due to state regulation measures aimed at reducing the consumption of alcohol by the Russian population and strengthening control over its turnover, as well as a decrease in incomes and consumer buying activity, devaluation of the ruble and a reduction in imports, and rising prices.

Keywords: alcohol products, alcohol market, alcohol consumption, forecasting, government regulation

Под алкогольной продукцией понимается «пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции…» [1]. Сегмент алкогольной продукции оказывает двойственное воздействие на экономическое развитие и социальную сферу. С одной стороны, являясь подакцизным товаром, алкогольная продукция обеспечивает значительные поступления в государственный бюджет. С другой стороны, потребление алкогольных напитков населением негативно влияет на продолжительность жизни [2].

Нелегальные продажи алкогольной продукции, в том числе некачественной и контрафактной, не только приводят к потере бюджетных средств, но и наносят вред здоровью граждан. По данным Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзора), представленным Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) [3], в 2016 г. на российском рынке было обнаружено ненадлежащее качество 6% отечественных и 8% импортных ликероводочных изделий и водки. В 2017 г. доля некачественных напитков снизилась соответственно до 1% и до 2%. В 2017 г. ненадлежащее качество было выявлено у 5% проверенных импортных вин, а также у 3% пива отечественного производства и у 6% пива зарубежного производства. При этом в 2017 г. не было обнаружено некачественных шампанских и игристых вин, коньяков, коньячных напитков и коньячных спиртов.

Различным аспектам функционирования рынка алкогольной продукции в Российской Федерации посвящены работы Е.Ю. Алексейчевой и соавторов [4], Г.М. Кадыровой и К.В. Крохмальной [5], М.В. Кашириной и Б.Б. Ташполатовой [6], Ю.Н. Клещевского, О.А. Рязановой и В.В. Трихиной [7], С.Ю. Корнековой и Е.В. Байковой [8], Ш.С. Мудуева, М.М. Мельхашева и Г.А. Султанахмедова [9], О.А. Сергиенко и Т.Б. Суржиковой [10], Л.В. Скульской [11] и др. Указанные ученые исследовали вопросы государственного регулирования производства и продажи алкогольной продукции, проанализировали проблемы ее качества и возможности борьбы с нелегальным оборотом, выявили особенности продвижения алкогольных напитков, рассмотрели региональные рынки алкогольной продукции и рынки ее отдельных видов. Вместе с тем при оценке перспектив развития российского рынка алкогольной продукции, в том числе ее продаж населению, недостаточное внимание уделяется прогнозированию.

Цель исследования: спрогнозировать объем продаж отдельных видов алкогольной продукции (пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, водки и ликероводочных изделий, коньяков и коньячных напитков, винодельческой продукции, шампанских и игристых вин) населению Российской Федерации на 2018–2019 гг.

Материалы и методы исследования

Исходными материалами для анализа трендов, характерных для продаж отдельных видов алкогольной продукции населению Российской Федерации, и последующего прогнозирования явились данные Федеральной службы государственной статистики (Росстата), представленные на ее официальном сайте в разделе «Розничная торговля, услуги населению, туризм», подразделе «Розничная продажа отдельных товаров» [3]. Исходные данные включают изменение продаж (в натуральном выражении) пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, водки и ликероводочных изделий, коньяков и коньячных напитков, винодельческой продукции, шампанских и игристых вин населению Российской Федерации в 2000–2016 гг. Прогнозные значения продаж алкогольной продукции в 2018–2019 гг. определены в программе Excel на основе статистического метода регрессионного анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

По данным Росстата, в 2000–2016 гг. наибольший среди алкогольной продукции объем продаж демонстрировали пиво и изготовленные на его основе напитки. В 2016 г. их продажи в натуральном выражении превысили продажу водки и ликероводочных изделий в 8,7 раз, винодельческой продукции – в 9,9 раз. В 2000–2007 гг. продажи пива и напитков, изготовленных на его основе, устойчиво возрастали и в 2007–2008 гг. превышали 1100 млн дкл, в 2009–2013 гг. объем продаж был стабильным и составлял чуть более 1000 млн дкл. В 2014–2016 гг. наметилась тенденция сокращения объемов продаж пива и напитков, изготовленных на его основе, населению Российской Федерации. В целом изменение объемов продаж пива и напитков, изготовленных на его основе, характеризуется полиномиальной линией тренда. Величина достоверности аппроксимации свидетельствует о допустимой точности уравнения регрессии (рис. 1).

Среди прочей алкогольной продукции наибольший объем продаж характерен для водки и ликероводочных изделий. Однако, в то время как в 2000 г. продажи водки и ликероводочных изделий составляли более 200 млн дкл и в разы превосходили продажи любого другого вида алкогольной продукции, к 2016 г. их объем существенно сократился и составил менее 100 млн дкл, что незначительно превышает продажу винодельческой продукции без учета шампанских и игристых вин (рис. 2). Объем продаж винодельческой продукции без учета шампанских и игристых вин в целом за рассматриваемый период возрос с 52,4 млн дкл в 2000 г. до 84,4 млн дкл в 2016 г. При этом после увеличения в 2000–2010 гг. в 2011–2016 гг. продажи винодельческой продукции без учета шампанских и игристых вин показывали тенденцию к сокращению. Продажи шампанских и игристых вин изменялись похожим образом – за ростом, продолжа-

ющимся до 2011 г., последовало сокращение. В 2016 г. объем продаж шампанских и игристых вин российскому населению составил 22 млн дкл. Продажи коньяков и коньячных напитков изменялись в пределах от 5,9 млн дкл в 2000 г. до 10,3 млн дкл в 2016 г. При этом рост продолжался до 2012 г., затем последовало стабильное сокращение. На рис. 2 также представлены уравнения регрессии, отражающие изменение продаж отдельных видов алкогольной продукции российскому населению. Соответствующие коэффициенты детерминации превышают 0,9, что позволяет использовать построенные уравнения при прогнозировании.

На основе уравнений регрессии были рассчитаны прогнозируемые значения объемов продаж пива и изготавливаемых на его основе напитков, водки и ликероводочных изделий, коньяков и коньячных напитков, винодельческой продукции, шампанских и игристых вин населению Российской Федерации в 2018–2019 гг. (таблица). Ожидается, что объем продаж всех основных видов алкогольной продукции российскому населению сократится. Наибольшее сокращение продемонстрируют шампанские и игристые вина, а также водка и ликероводочные изделия. Объем продаж коньяков и коньячных напитков снижается незначительно – на 0,3 % в 2019 г. по сравнению с 2016 г. Согласно прогнозу объем продаж пива и изготавливаемых на его основе напитков, которые в совокупности составляют большую часть всей алкогольной продукции, в 2019 г. снизится на 36,9 % по отношению с 2016 г., на 16,9 % – по отношению к 2018 г. Продажи винодельческой продукции в 2019 г. предположительно будут составлять 70,9 % продаж 2016 г., или 88,2 % продаж 2018 г.

Тенденция сокращения объемов продаж алкогольной продукции на российском рынке связана в первую очередь с ужесточением государственного регулирования в этой области. В частности, начал действовать запрет на рекламу алкогольной продукции в средствах массовой информации, введено требование подавать сведения о поступившем и реализованном алкоголе в Единую государственную автоматизированную информационную систему, повышены акцизы, запрещена продажа алкогольных напитков в таре объемом более полутора литров. Последнее ограничение существенно отразилось на продаже пива и изготовленных на его основе напитков. Указанные меры направлены как на усиление контроля за оборотом алкогольной продукции и борьбу с контрафактом, так и на сокращение потребления алкогольных напитков российским населением вообще. Сокращению объемов продаж алкогольной продукции на российском рынке также способствуют снижение реальных денежных доходов и покупательской активности населения, девальвация рубля и сокращение импорта, рост цен, вызванный в том числе ростом акцизов и ограничением объема тары.

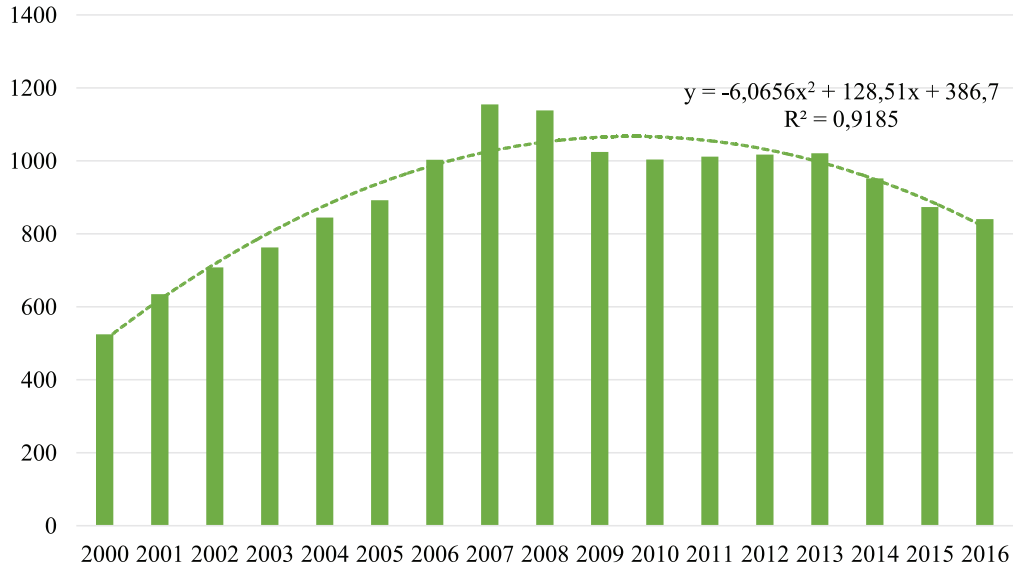

Рис. 1. Динамика продаж пива и напитков, изготовленных на основе пива, населению Российской Федерации в 2000–2016 гг., млн дкл (построено на основе [3])

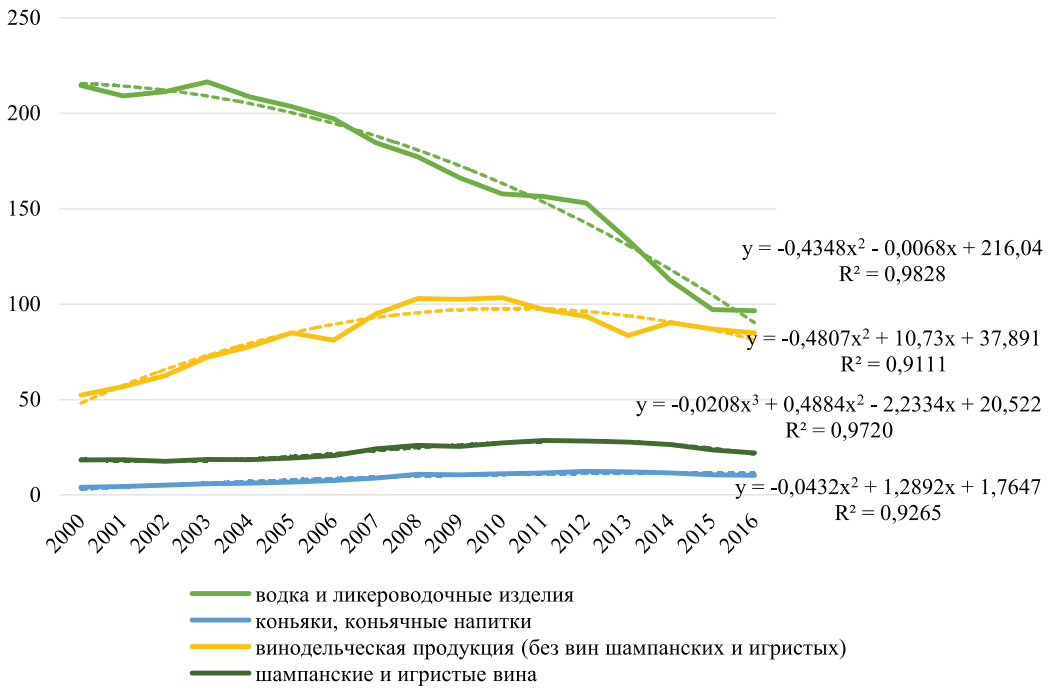

Рис. 2. Динамика продаж отдельных видов алкогольной продукции населению Российской Федерации в 2000–2016 гг., млн дкл (построено на основе [3])

Прогнозируемый объем продаж отдельных видов алкогольной продукции населению Российской Федерации в 2018–2019 гг., млн дкл

Вид алкогольной продукции	2018	2019	Темп роста, % 2019/2016	Темп роста, % 2019/2018
Пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива	638,7	530,7	63,1	83,1
Водка и ликероводочные изделия	58,9	42,0	43,5	71,2
Коньяки и коньячные напитки	10,7	10,3	99,7	96,3
Винодельческая продукция (без шампанских и игристых вин)	68,2	60,2	70,9	88,2
Шампанские и игристые вина	11,7	4,8	21,9	41,0

Примечание. Источник: рассчитано авторами на основе [3].

Вместе с тем меры, предпринимаемые государством с целью сокращения потребления алкогольной продукции и усиления контроля за ее оборотом, осложняют деятельность субъектов рынка, в том числе торговых. Новые требования, такие как введение Единой государственной автоматизированной информационной системы, существенно увеличивают расходы и ограничивают торговые организации в экономической сфере. При этом торговая деятельность предполагает ряд значимых социальных функций, включая удовлетворение потребностей населения и наполнение государственного бюджета [12], а изменение розничного товарооборота «прямым образом свидетельствует об изменениях жизненного уровня россиян» [13]. В этой связи важным направлением дальнейшего регулирования оборота алкогольной продукции является обеспечение баланса между мерами, направленными на ограничение ее продаж населению, и обеспечением нормальной среды функционирования субъектов рынка.

Заключение

На основе статистических данных, характеризующих изменение продаж отдельных видов алкогольной продукции россий-

скому населению в 2000–2016 г., можно сделать вывод о том, что в 2018–2019 гг. объем продаж пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, водки и ликероводочных изделий, коньяков и коньячных напитков, винодельческой продукции, шампанских и игристых вин российскому населению сократится. Наибольшее сокращение продемонстрируют шампанские и игристые вина, а также водка и ликероводочные изделия. Согласно прогнозу, в 2018 г. их продажи составят 68,2 млн дкл и 58,9 млн дкл соответственно. Наиболее стабильными останутся продажи коньяков и коньячных напитков. Ожидается, что в 2018 г. их продажи составят 10,7 млн дкл, в 2019 г. – 10,3 млн дкл. При этом темп роста продаж коньяков и коньячных напитков в 2019 г. составит 99,7 % относительно продаж 2016 г.

Тенденция сокращения объемов продаж алкогольной продукции на российском рынке связана в первую очередь с ужесточением государственного регулирования, в том числе с запретом на рекламу в средствах массовой информации, введением Единой государственной автоматизированной информационной системы, повышением акцизов, ограничением объема тары. Указанные меры нацелены на сокращение потребления алкогольной продукции российским населением и усиление контроля за ее оборотом. Важным направлением дальнейшего регулирования оборота алкогольной продукции является обеспечение баланса между мерами, направленными на ограничение ее продаж населению, и созданием благоприятной среды деятельности хозяйствующих субъектов.

Список литературы

1. Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (ред. от 28.12.2017). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8368/ (дата обращения: 14.07.2018).

2. Немцов А.В. Потребление алкоголя в России: 1956–2012 гг. / А.В. Немцов, К.В. Шелыгин // Вопросы наркологии. – 2014. – № 5. – С. 3.

3. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения: 03.07.2018).

4. Алексейчева Е.Ю. Современные тенденции развития рынка пива в Российской Федерации / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, А.Л. Оганесянц, Г.И. Саркисов // Пиво и напитки. – 2012. – № 3. – С. 10–12.

5. Кадырова Г.М. Социальные проблемы снижения нелегального рынка алкогольной продукции в Российской Федерации / Г.М. Кадырова, К.В. Крохмальная // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2017. – Т. 8, № 4. – С. 18.

6. Каширина М.В. Проблемы уплаты акцизов на алкогольную продукцию в России / М.В. Каширина, Б.Б. Ташполатова // Московский экономический журнал. – 2017. – № 5. – С. 32.

7. Клещевский Ю.Н. Лицензирование розничной торговли алкогольной продукцией в Кемеровской области / Ю.Н. Клещевский, О.А. Рязанова, В.В. Трихина // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2017. – № 5 (46). – С. 96–100.

8. Корнекова С.Ю. Потребление алкогольной продукции в современной России: региональный уровень / С.Ю. Корнекова, Е.В. Байкова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 2 (98). – С. 85–89.

9. Мудуев Ш.С. Анализ потребления алкогольной продукции в Республике Дагестан / Ш.С. Мудуев, М.М. Мельхашев, Г.А. Султанахмедов // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2014. – № 2 (40). – С. 54–58.

10. Сергиенко О.А. Особенности продвижения алкогольной продукции на российском рынке / О.А. Сергиенко, Т.Б. Суржикова // Инновационная экономика и общество. – 2015. – № 3 (9). – С. 79–84.

11. Скульская Л.В. Проблемы качества алкогольной и табачной продукции / Л.В. Скульская, Т.К. Широкова // Проблемы прогнозирования. – 2017. – № 1. – С. 77–86.

12. Ivanov G.G. Social trading performance in Russian regions / G.G. Ivanov, E.A. Mayorova, A.F. Nikishin // International Journal of Economic Research. – 2016. – T. 13, № 9. – C. 3955–3963.

13. Панасенко С.В. Направления развития современной розничной торговли / С.В. Панасенко, И.Б. Стукалова, Т.А. Мазунина // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19, № 3. – С. 599–608.