УДК 338

А. Н. Тимошин

К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЫНКА АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье описывается существующая социальная, производственная и фискальная проблематика алкогольного рынка, особенности его управления и предложены меры по совершенствованию формирования данной отрасли экономики. Автором, в целях активизации эффективности работы отрасли предложено создание стратегии развития алкогольного рынка, выраженного в комплексной программе его вывода из кризиса и становления на новый уровень работы.

Ключевые слова: *особенности алкогольного рынка, управление развитием, эффективные меры.*

UDC 338

A. N. Timoshin

TO THE QUESTION OF MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF THE MARKET OF ALCOHOL PRODUCTS

This article describes the current social, industrial and fiscal problems of the alcohol market, features of its management and propose measures to improve the formation of this sector. The author, in order to enhance the efficiency of the industry prompted the creation of strategy of the development of the alcohol market, expressed in a comprehensive program of its withdrawal from the crisis and the formation of a new level of work.

Keywords: *features of the alcohol market, management development, effective action.*

Для анализа особенностей управления алкогольным рынком, требуется систематизация основных явлений, свойств, целей и задач данного сектора экономики.

Особенности алкогольного рынка можно ранжировать на несколько плоскостей: исторические, географические, экономические и социальные, рассмотрение каждой из которых в отдельности позволит глубже взглянуть на специфику аспекта и рекомендовать меры по совершенствованию управлением указанной сферы.

Характерной особенностью алкогольного рынка является чрезвычайная важность его эффективного регулирования с сохранением баланса интересов производителей, продавцов и потребителей алкогольной продукции. Поскольку отрасль является высокоприбыльной, малоэффективный контроль может отрицательно отразиться на ее криминализации, а чрезмерное потребление алкогольной продукции населением влечет дестабилизацию важных социально-экономических показателей, таких как производительность труда, смертность, рождаемость.

Рассматривая исторический аспект, сложившихся тенденций развития алкогольного рынка современной России следует отметить этапность его формирования. С 1992г. государство 6 раз значительным образом меняло механизм работы алкогольного рынка, в том числе в этот период произошел от государственной монополии на производство этилового спирта и алкогольной продукции.

Выявленная этапность, формирования рынка, позволяет рассматривать современное состояние регулирования рынка алкоголя не как окончательно сформировавшуюся систему, а как очередной этап развития на пути формирования совершенной модели государственного регулирования в сфере производства и оборота алкогольной продукции.

Стоит отметить, что сформированную в настоящий момент систему с учетом ее основных социально-экономических показателей, несмотря на извлечение ошибок прошлого при формировании, нельзя признать эффективной.

К географическим особенностям российского алкогольного рынка можно отнести следующие. Производство спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции на территории Российской Федерации сосредоточено в основном на территории Центрального, Северо-Западного и Южного федеральных округов. Так, производство спирта, водки и ликероводочных изделий сконцентрировано в основном в Московской, Ленинградской и Омской областях, г. Москве и г. Санкт-Петербурге, а также в республиках Северная Осетия-Алания и Кабардино-Балкария. Производство вин и коньяков сосредоточено преимущественно в Ставропольском и Краснодарском крае, Республике Дагестан, г. Москве и Московской области, пива – в Московской, Тульской, Калужской и Ленинградской областях, Москве и Санкт-Петербурге.

Алкогольные рынки, отмеченных округов РФ составляют отдельные системы взаимодействия производителей спирта, алкогольной продукции, оптовых, розничных продавцов и потребителей алкогольной продукции, представляющих замкнутый цикл. Сформировавшиеся системы можно рассматривать как алкогольные кластеры федеральных округов. Как известно кластерная политика рассматривается как альтернатива препятствующих конкуренции мер традиционной «промышленной политики», в рамках которой осуществляется поддержка конкретных предприятий или отраслей. В этой связи полагаем в целях активизации эффективности управления развитием алкогольного рынка страны рассматривать его сквозь призму кластерного развития, поскольку в настоящее время развитие алкогольного рынка проводится в рамках развития целой отрасли, без выделения подотраслей. В связи с чем отдельным секторам рынка не уделяется достаточного внимания и не принимается необходимых мер совершенствования работы с учетом специфики направления. Представляется более актуальным разделить отрасль на несколько кластеров по производимой продукции:

– спиртовой кластер;
– пивной;
– винный;
– крепких алкогольных напитков.

Адресная система государственных мер и механизмов поддержки кластеров, обеспечивающих повышение конкурентоспособности, предприятий, входящих в кластер, а также обеспечивающих внедрение инноваций позволит развиваться каждому кластеру в отдельности более продуктивно, что в совокупности и приведет к улучшению показателей всей отрасли в целом.

Основными направлениями государственной, кластерной политики развития алкогольного рынка должны являться:

– содействие институциональному развитию кластеров, предполагающее, в том числе, инициирование и поддержку создания специализированной организации развития кластера, а также деятельности по подготовка программ стратегического планирования развития кластеров, установление эффективного информационного взаимодействия между участниками кластера и стимулированию укрепления сотрудничества между ними;

– развитие механизмов поддержки проектов, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий и содействие эффективности их взаимодействия;

– содействие развитию сотрудничества между предприятиями и образовательными организациями, повышение эффективности системы профессионального образования, осуществление целевых инвестиций в развитие инженерной и транспортной инфраструктуры, предоставление, налоговых льгот, в соответствии с действующим законодательством и снижение административных барьеров.

Исследование социально-экономических тенденций алкогольного рынка должно быть основано на анализе основных показателей и выявлении закономерностей их изменений. Основными экономическими и социальными показателями алкогольного сектора являются:

– производство и реализация алкогольной продукции;
– собираемость налогов;
– объем и структура потребления алкогольной продукции.

Алкогольный рынок в России исторически являлся важной составляющей доходной части бюджета, чего нельзя сказать в настоящее время. В недалеком прошлом, в советское время, средства от продажи алкоголя, которого производилось и реализовывалось, по сравнению с нынешним, поч-

ти в 2 раза меньше, составляли почти 25% доходов государства. Сегодня удельный вес таких доходов не более 2-3%. Т.е. львиная часть так называемых «пьяных» денег идет мимо государственного кармана.

Эффективное государственное управление алкогольным рынком могло бы стать важной составляющей экономики региона и государства в целом, поскольку в соответствии с Бюджетным кодексом РФ 50% от акциза, уплаченного за производство спирта и алкогольных напитков идет в региональный бюджет. А государственная пошлина за выдачу лицензии на розничную продажу алкогольной продукции, лицензирование которой осуществляет региональная власть, полностью поступает в бюджет региона. Таким образом, эффективное управление алкогольным рынком может и должно являться значимой составляющей региональной экономики.

Это подтверждается ярким примером в Брянской области. Где было доведено до банкротства предприятие, образующее алкогольный кластер Брянской области – ОАО «Брянскспиртпром», насчитывающее в своей структуре 7 спиртзаводов, 1 ликероводочный завод, 7 оптовых складов и 35 магазинов и образующее полный производственный цикл. Предприятие являлось примером сформированного алкогольного кластера с полным замкнутым циклом производства и уплачивало в бюджет региона 400 млн. рублей в год. Однако предприятие даже при такой хорошей инфраструктуре, образовывавшей кластер, из-за неэффективного менеджмента не смогло работать эффективно и приносить прибыль. У предприятия стали накапливаться долги и оно было доведено до банкротства.

Важным социальным фактором является уровень потребления алкоголя населением, который за последние сорок лет не претерпел значительных изменений и находился на завышенном уровне в диапазоне 8-10 литров абсолютного алкоголя в год на душу населения. Единственным исключением за этот период являются статистические данные за 1990 г., когда потребление составило 5,4 л. Данное явление можно объяснить только последствиями проведенной в конце 80-х годов «Горбачевской» антиалкогольной кампании, которая дала свои результаты в снижении уровня потребления алкоголя. Данная статистика выявляет неэффективность существующей системы регулирования рынка в части формирование необходимого уровня потребления алкоголя населением.

К существенным социальным факторам следует отнести религиозный. Если проанализировать потребление алкоголя в мусульманских регионах России, а так же в мусульманских странах мира, то мы увидим, что уровень потребления алкоголя в них гораздо ниже чем в христианских. Сложившуюся ситуацию можно обусловить полным запретом алкоголя в мусульманстве, а так же большей религиозностью населения в данных регионах. В связи с чем в борьбе с алкоголизацией населения важным аспектом является религиозное направление.

За период с 1970г. по 2008г. существенным образом изменилась структура потребления алкогольных напитков. В 4,6 раза увеличилось потребления пива и если считать натуральном выражении пиво в структуре потребления стало занимать в 2008 г. почти 80%, по сравнению с 40% в 1970 г. Продажи водки и ликероводочных изделий снизились с 27% в общем удельном весе до 12%. Рост потребления пива намечен после вступления в силу в 1995 г. 171 Федерального закона, который не относит пиво к алкогольным напиткам, в связи с чем его продажа разрешена без лицензии, разрешена реклама пива, оно продается на «каждом углу». Однако говорить о переходе России на «средиземноморский» стиль потребления алкогольных напитков не приходится, поскольку если перевести алкоголь из натурального выражения в абсолютный мы увидим несколько другую картину. Водка в 1970 г. занимала в структуре потребления 63%, а пиво 8 %, виноградные и плодовые вина 25%, т.е. если сложить слабоалкогольные напитки их удельный вес в общем объеме потребления будет составлять 32%. К 2008г. картина существенным образом изменилась, в части потребления пива, которое стало занимать 31% рынка. Доля виноградных и плодовых вин уменьшилась до 10,3%, водка занимает 52%. Общий удельный вес слабоалкогольных напитков в 2008 г. составил 41%, т.е потребление крепких и слабоалкогольных напитков практически сравнялось.

К специфическим экономическим особенностями регулирования алкогольного рынка можно отнести сезонность спроса, который в летнее время спадает и отсутствие эластичности спроса на алкогольную продукцию. После вступления в силу приказа Росалкогольрегулирования от 30 ноября 2009 года № 17н «Об установлении и введении с 1 января 2010 года минимальной цены на водку для розничной продажи», установившего минимальную цену 89 рублей за 0,5 литра, колебаний спроса выявлено не было, несмотря на то, что произошло существенное повышение цены на водку, которая до подорожания могла продаваться по цене 55 рублей. Продажа водки в Брянской области за 1 квартал 2009г. составляла 218,5 тыс.дал., а в аналогичном периоде 2010 г. увеличилась до 225,2 тыс. дал, в 2011 г. произошел спад реализации общего объема алкогольной продукции в Брянской области с ней и реализации водки до 191,81 тыс.дал. Причем общий спад в 15% реализации тяжело чем-либо объяснить. В этот период не происходило никаких значимых социально-экономических потрясений, не было и изменений в законодательстве. В связи с этим трудно прогнозировать реализацию алкоголя в 1 квартале 2012 г.

Полагаем, что регулирование уровня потребления алкоголя ценовым способом нужно проводить в другом формате. Водку продолжают пить по прежнему, поскольку употреблять ее дешевле в переводе на абсолютный алкоголь, чем например пиво или вино, поскольку содержание в ней спирта в разы больше. В этой связи целесообразным представляется введение ранжирования стоимости алкоголя в зависимости от содержания спирта, чтобы крепкий алкоголь был значительно дороже.

Подводя итог вышеописанным особенностям алкогольного рынка и предложенным мерам по совершенствованию управления, следует отметить, что управление алкогольным рынком в России в настоящее время не является эффективным. Сегодня государство только регулирует алкогольный рынок, в то время как необходимо его развивать. Для чего требуется создание стратегии развития алкогольного рынка, выраженной в комплексной программе вывода рынка из кризиса и становления на новый уровень организации. Основными направлениями данной программы должны быть отмеченные в статье положения, являющиеся проблемными. Достижение приоритетных целей программы должно осуществляться поэтапно. На каждом из этапов следует сформировать конкретные желаемые социально-экономические показатели. Только наличие указанной программы с конкретными целями может создать в России эффективный алкогольный рынок, потому как «для корабля, который не знает куда плывёт, ни один ветер не будет попутным».

ЛИТЕРАТУРА

1. Электронный ресурс: сайт Википедия http:// ru.wikipedia.org.

2. Доклад заместителя председателя ЦК КПРФ В. И. Кашина на пленарном заседании Государственной Думы РФ при обсуждении проекта федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и признании утратившим силу федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления(распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе).

3. Электронный ресурс, официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main.