



Институт экономической политики им. Е.Т.Гайдара
125993, Россия, Москва, Газетный переулок д. 3-5 Тел./ факс 629 6596, www.iet.ru

**Исследование акцизной нагрузки на отдельные
категории алкогольных продуктов (вино, пиво,
крепкий алкоголь) в разных странах мира**

Руководитель темы – И.А. Соколов

Москва
2013 г.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ АКЦИЗНОЙ НАГРУЗКИ НА ПИВО, ВИНО И КРЕПКИЕ АЛКОГОЛЬНЫЕ НАПИТКИ В ОТДЕЛЬНЫХ СТРАНАХ МИРА	5
1.1. Подходы к формированию перечня подакцизной алкогольной продукции в странах-членах ОЭСР и странах-партнерах ОЭСР	5
1.2. Мониторинг уровня ставок акцизов при обложении пива, вина и крепкого алкоголя и его динамика за последние 5 лет и на среднесрочную перспективу. Факторы, обуславливающие уровень акцизных ставок в рассматриваемых странах, включая мониторинг ситуации с акцизной нагрузкой в странах Таможенного Союза	22
1.3. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ПИВА, ВИНА И КРЕПКОГО АЛКОГОЛЯ В РАССМАТРИВАЕМЫХ СТРАНАХ. Анализ влияния потребления отдельных видов алкогольной продукции на состояние здоровья населения страны	43
1.3.1. Характеристика структуры потребления алкогольной продукции в России и отдельных странах мира	43
1.3.2. Влияние потребление алкоголя на здоровье населения в России	51
1.4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНОВОЙ ДОСТУПНОСТИ ОТДЕЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ АЛКОГОЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ (ВИНО, ПИВО, КРЕПКИЙ АЛКОГОЛЬ) В СТРАНАХ-ЧЛЕНАХ ОЭСР И СТРАНАХ-ПАРТНЕРАХ ОЭСР	63
1.5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО И ЭКОНОМИЧЕСКИ ОБОСНОВАННОГО УРОВНЯ ОБЛОЖЕНИЯ АКЦИЗОМ ОТДЕЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ АЛКОГОЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ (ВИНО, ПИВО, КРЕПКИЙ АЛКОГОЛЬ) В РОССИИ НА СРЕДНЕСРОЧНУЮ И ДОЛГОСРОЧНУЮ ПЕРСПЕКТИВУ	72
2. АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ НАЛОГОВОГО И ТЕХНИЧЕСКОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ВЗИМАНИЯ АКЦИЗОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ОТДЕЛЬНЫХ СТРАНАХ МИРА	80
2.1. ТЕХНОЛОГИЯ УПЛАТЫ АКЦИЗОВ В БЮДЖЕТ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКАМИ АЛКОГОЛЬНОЙ ОТРАСЛИ	80
2.1.1. Общие правила уплаты акцизов на алкогольную продукцию, определяемые законодательством ЕС	80
2.1.2. Особенности уплаты акцизных сборов с алкогольной продукции в ряде стран-членов ОЭСР	83
2.1.3. Сравнительный анализ уплаты акцизов на алкогольную продукцию в странах Таможенного Союза	87
2.2. СУЩЕСТВУЮЩИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ И ПРОДАЖИ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ В СТРАНАХ ОЭСР И СНГ	109
2.2.1. Ограничения при реализации алкогольной продукции в странах ОЭСР и СНГ	109
2.2.2. Автоматизированные системы контроля за сырьем в странах ОЭСР и СНГ	127
2.2.3. Значимость акцизов как инструментов антиалкогольной кампании	131
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	148
ЛИТЕРАТУРА	151
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СТАВКИ АКЦИЗОВ НА АЛКОГОЛЬНУЮ ПРОДУКЦИЮ В АВСТРАЛИИ	154
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. НАЛОГОВОЕ И ТЕХНИЧЕСКОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В НЕКОТОРЫХ СТРАНАХ ОЭСР	155
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В СТРАНАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА	165
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ОГРАНИЧЕНИЯ ПО РЕКЛАМЕ ПИВА В СТРАНАХ ОЭСР И СНГ	181
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ОГРАНИЧЕНИЯ ПО РЕКЛАМЕ ВИНА В СТРАНАХ ОЭСР И СНГ	183
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. ОГРАНИЧЕНИЯ ПО РЕКЛАМЕ КРЕПКОГО АЛКОГОЛЯ В СТРАНАХ ОЭСР И СНГ	185
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. ОГРАНИЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ СПОНСОРСТВА И ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ПИВА, ВИНА И АЛКОГОЛЯ В СТРАНАХ ОЭСР И СНГ	187



ВВЕДЕНИЕ

Основной целью научно-исследовательской работы является определение социально и экономически обоснованного уровня обложения акцизом отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в России на среднесрочную и долгосрочную перспективы.

Достижение поставленной цели предполагает реализацию следующих задач:

- 1) исследование среднесрочной и долгосрочной политики стран-членов ОЭСР и стран-партнеров ОЭСР в отношении алкогольной продукции и регулирования акцизной нагрузки на алкогольные напитки;
- 2) анализ различий в уровне акцизной нагрузки и регулирования алкогольной отрасли в зависимости от крепости алкогольных напитков;
- 3) определение ценовой доступности отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира;
- 4) оценка возможных последствий разные сценариев повышения акцизных ставок на алкогольную продукцию в России.

В рамках организации данной работы выделено два этапа. На первом этапе основные акценты были расставлены на следующих направлениях исследования:

- подходы к формированию перечня подакцизной алкогольной продукции в странах-членах ОЭСР и странах-партнерах ОЭСР;
- мониторинг уровня ставок акцизов при обложении пива, вина и крепкого алкоголя и его динамика за последние 5 лет и на среднесрочную перспективу. Факторы, обуславливающие уровень акцизных ставок в рассматриваемых странах, включая мониторинг ситуации с акцизной нагрузкой в странах Таможенного союза;
- определение структуры потребления пива, вина и крепкого алкоголя в рассматриваемых странах. Анализ влияния потребления отдельных видов алкогольной продукции на состояние здоровья населения страны;
- определение ценовой доступности отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в странах-членах ОЭСР и странах-партнерах ОЭСР;
- определение социально и экономически обоснованного уровня обложения акцизом отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в России на среднесрочную и долгосрочную перспективы.



На втором этапе основные акценты были расставлены на следующих направлениях исследования:

- описание технологий уплаты акцизов в бюджет налогоплательщиками алкогольной отрасли;
- существующие законодательные требования и ограничения при производстве и продаже алкогольной продукции в рассматриваемых странах.

По итогам исследования подготовлен настоящий отчет на 188 стр., 19 табл., 40 рис., 7 приложений.



1. Исследование уровня акцизной нагрузки на пиво, вино и крепкие алкогольные напитки в отдельных странах мира

1.1. Подходы к формированию перечня подакцизной алкогольной продукции в странах-членах ОЭСР и странах-партнерах ОЭСР

В большинстве государств пиво, вино, ликеро-водочные изделия классифицируются отдельно внутри категории алкогольных напитков. Вместе с тем подходы к формированию перечня алкогольных напитков могут различаться не только от одного государства к другому, но и с учетом участия государств в различных интеграционных объединениях, в правилах международных организаций. В последнем случае речь можно вести о различных таможенных союзах или об особой международной организации, в которой степень интеграции государств является самой высокой в мире – Европейском союзе.

В аналитическом обзоре ОЭСР содержится пожелание государствам, участвующим в этой международной организации, чтобы они применяли *Комбинированную номенклатуру товаров* (Customs Combined Nomenclature Code)¹. Согласно позиции ОЭСР, выраженной в этом обзоре, использование государствами указанной номенклатуры позволит создать единообразие, а также избежать противоречивых определений в части применения ставок на подакцизные товары.

В связи с этим следует отметить, что согласно правилам ЕС указанная номенклатура, предложенная ОЭСР в качестве документа рекомендуемого к применению во всех государствах-членах ОЭСР, должна применяться на всей территории государств-членов ЕС. Подобная международная номенклатура товаров была утверждена в Регламенте Совета N 2658/87 от 23 июля 1987 г.² с последующими изменениями и дополнениями.

В соответствии положениям учредительного акта ЕС устанавливается, что такой вид нормативного правового акта, как регламент, предназначен для общего применения. Он является обязательным во всех своих частях и подлежит прямому применению во всех государствах-членах. В свою очередь директива обязательна для каждого государства-члена, которому она адресована, в отношении ожидаемого результата, но сохраняет за национальными властями свободу выбора форм и методов действий. В связи с этим следует отметить, что состав перечня подакцизной алкогольной продукции регулируется не только посредством директив, но и регламента. Соответственно, регламент рассматривается в

¹ OECD «Consumption Tax Trends 2012. VAT/GST and Excise Rates, Trends and Administration Issues» p.120

² OJ L 256, 7.9.1987, p. 1–675



качестве нормативного правового акта, который способствует унификации права, в то время как директива содействует гармонизации (сближению) национальных правовых систем. Таким образом, Регламент Совета, который утвердил комбинированную номенклатуру товаров, является обязательным для применения во всех государствах-членах ЕС без дополнительного принятия нормативных правовых актов во исполнение регламента. Регламент имеет прямое действие на территории всех государств-членов ЕС.

Комбинированная номенклатура товаров применяется главным образом в контексте экспортно-импортных операций в ЕС, что является основной ее целью, хотя указанная номенклатура применяется и внутри ЕС. Вспомогательный характер такой номенклатуры для внутригосударственных целей определяется тем, что в ней содержатся не ставки акцизных сборов, а таможенные пошлины. Кроме того, она представляет значение для таможенных и акцизных сборов, а также для сбора статистической информации.

Согласно положениям комбинированной номенклатуры товаров к алкогольной продукции **не** относятся:

а) продукты 22 группы (напитки, этиловый спирт, уксус) (кроме продуктов товарной позиции 2209), приготовленные для кулинарных целей и тем самым непригодные для употребления в качестве напитков (в основном товарная позиция 2103);

б) морская вода (товарная позиция 2501);

в) дистиллированная или кондуктометрическая вода или вода аналогичной чистоты (товарная позиция 2853);

г) уксусная кислота с концентрацией более 10 мас.% (товарная позиция 2915);

д) лекарственные средства товарной позиции 3003 или 3004;

е) парфюмерные или туалетные средства (группа 33).

В данной группе, а также в группах 20 (готовые пищевые продукты из овощей, фруктов, орехов и иных частей растений) и 21 (различные пищевые продукты) концентрация спирта по объему определяется при температуре 20 °С.

В то же время поясняется, что в товарной позиции 2202 термин «безалкогольные напитки» означает напитки с концентрацией спирта не более 0,5 об.%.

Алкогольные напитки включаются в товарные позиции 2203 - 2206 или товарную позицию 2208. Далее мы раскроем особенности их регулирования в контексте применения комбинированной товарной номенклатуры.



Наряду с этим Совет ЕС принял директивы, регулирующие взимание акцизных сборов с алкогольных напитков: Council Directive 92/83/ЕЕС, гармонизирующую структуру акцизов, и Council Directive 92/84/ЕЕС, устанавливающую ставки акцизов (далее также – Директивы, Директива). Директивы распространяют свое действие на вино, смешанные напитки и винный спирт. Налогооблагаемая база исчисляется в гектолитрах. За пиво Директивой установлен акцизный сбор 0,748 евро за гектолитр/градус Плато или 1.87 евро за гектолитр/градус фактической спиртовой крепости (концентрация спирта об.%). По крепленным винам и ликерам установлена ставка в размере 45 евро за гектолитр, в то время как за крепкие спиртные напитки и этиловый спирт минимальная ставка составляет 550 евро за гектолитр чистого алкоголя. По вину установлена нулевая минимальная ставка акциза³. Так же как и в случае с другими подакцизными товарами, Совет по рекомендации Комиссии вправе пересматривать ставки акцизных сборов. В связи с этим в 1995 году Комиссия ЕС в своем первом докладе, посвященном ставкам акцизов алкогольных напитков, табачных изделий и минеральных масел, не рекомендовала пересматривать ставки акцизов в сторону увеличения, поскольку общая ситуация внутреннего рынка ЕС на тот момент этого не требовала. Несмотря на предложения Европейского парламента и нескольких государств, Комиссия ЕС долгое время не выпускала рекомендации об изменении ставок акцизов алкогольных напитков. И только в 2004 году Комиссия ЕС выпустила новые рекомендации относительно ставок акцизов с алкогольных напитков. Однако и во втором докладе Комиссия ЕС не рекомендовала пересматривать минимальные ставки акцизных сборов с алкогольных напитков в силу ряда нерешенных проблем (в частности, указываются региональные и местные особенности, различия в экономических системах государств-членов и др.).

1) Пиво

Положения комбинированной номенклатуры товаров отражены в директивах ЕС. В соответствии со ст. 2 Council Directive 92/83/ЕЕС для целей реализации положений этой директивы под термином «пиво» (1) понимается совокупность товаров, подпадающих под код 2203 или товары, содержащие смесь пива с безалкогольными напитками под кодом 2206 в случае превышения содержания объемной доли этилового спирта свыше 0,5 процента. Код 2203 в целом относится к категории «солодовое пиво». У этой товарной

³ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0223:FIN:EN:PDF>



позиции есть следующие субпозиции: 2203 00 01 «пиво в бутылках»; 2203 00 09 – «другое»; 2203 00 10 – в таре, превышающей 10 литров.

Законодательство государств-членов ЕС устанавливает формирования перечня подакцизной алкогольной продукции согласно комбинированной товарной номенклатуре. В частности, согласно Закону ФРГ об акцизных сборах с пива подакцизная продукция формируется в соответствии товарной номенклатурой ЕС (код 2203), а специфические ставки устанавливаются за гектолитр/градус Plato. Такая же налогооблагаемая база устанавливается и в других государствах-членах ЕС: Чехии, Австрии, Нидерландах, Болгарии. Во Франции, Великобритании, Италии, Дании налогооблагаемая база определяется с гектолитров пива в расчете на объемный процент спирта.

2) Вина

Согласно ст. 8 Council Directive 92/83/ЕЕС под термином «неигристое вино» понимаются товары, которые подпадают под коды 2204 и 2205, за исключением игристых вин. В то же время игристые вина обозначены кодами 2204 10; 2204 21 10; 2204 2910 и 2205. Содержание алкоголя в вине (2) должно составлять не менее 1,2 процента объемной доли этилового спирта и не более 15 процентов. К «игристым» винам относятся вина в закрытых резервуарах, имеющие избыточное давление не ниже 3 бар при температуре 20°C.

В соответствии с положениями директив государства-члены ЕС устанавливают в своих законодательствах структуру акцизных сборов за вина. Так, в Австрии, Испании, Италии, Португалии, ФРГ и др. странах ставки акцизных сборов устанавливаются применительно к гектолитрам вина в зависимости от концентрации спирта (об.%); в большинстве этих стран ставки являются специфическими. Как правило, регулирование акцизных сборов и пива и вин осуществляется посредством единого нормативного правового акта в форме закона. Однако есть государства, которые осуществляют регулирование посредством специальных актов. Например, в Великобритании действует Акт 1979 г. (с изменениями и дополнениями), непосредственно относящийся к винам, в соответствии с которым налогооблагаемая база определяется с гектолитров вина в зависимости от концентрации спирта (об.%).

3) Спиртные напитки

В соответствии со ст. 20 Council Directive 92/83/ЕЕС к спиртным напиткам относится продукция с концентрацией спирта выше 1,2 об.% и относящаяся к следующим кодам:



- код 2207 (спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта 80 об.% или более; этиловый спирт и прочие спиртовые настойки, денатурированные, любой концентрации);

- код 2208 (денатурированные, любой спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки);

- код 2204 (вина виноградные натуральные, включая крепленые; сушло виноградное, кроме указанного в товарной позиции 2009);

- код 2205 (вермуты и виноградные натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ);

- код 2206 (напитки прочие сброженные (например, сидр, перри, или сидр грушевый, напиток медовый); прочие смеси из сброженных напитков и смеси сброженных напитков и безалкогольных напитков). Эти алкогольные напитки относятся к категории спиртных напитков, *при условии, если концентрация спирта в них превышает 22 об.%.*

Государства-члены ЕС обязаны использовать положения указанной выше Директивы в своем законодательстве, и в настоящее время во всех государствах ЕС действуют правила, касающиеся товарной номенклатуры, поскольку они устанавливаются в регламенте и к ним есть отсылки в директиве. Таким образом, при формировании перечня алкогольной продукции государства-члены ЕС руководствуются правом ЕС. Например, в Австрии действует специальный закон о спиртных напитках. Согласно этому закону к спиртным напиткам относится продукция, с концентрацией спирта выше 1,2 об.%. В отношении спиртных напитков в Австрии действуют специфические ставки акцизных сборов. То же самое содержится в законах ФРГ, Бельгии, Нидерландов, Чехии и других государствах. В большинстве законодательных актов государств-членов ЕС содержатся ссылки как на Council Directive 92/83/EEC, так и на комбинированную товарную номенклатуру. Таким образом, на уровне ЕС действуют общие правила формирования перечня подакцизной алкогольной продукции, основные принципы которых устанавливаются на уровне права ЕС.

22 государства из 34, участвующих в ОЭСР, являются членами ЕС. Следовательно, рассмотренные положения права ЕС, регулирующие формирование перечня подакцизной алкогольной продукции, распространяют свое действие на большинство государств-участников ОЭСР и выражают общие закономерности регулирования этого сегмента.



Поэтому как особенности регулирования, так и проблемы в этой сфере представляют значение для формирования перечня алкогольной продукции. В связи с этим рассмотрим более подробно позицию Комиссии ЕС по этому вопросу.

Позиция Комиссии ЕС по формированию подакцизной алкогольной продукции

В Докладе Комиссии ЕС от 26 мая 2004 «О ставках, устанавливаемых в отношении алкогольных напитков» говорится следующее.⁴ Хотя ст.8 Council Directive 92/83/ЕЕС требует докладов Комиссии ЕС только в отношении ставок на подакцизные товары, тем не менее, Комиссия считает, что изменения в структуре налогооблагаемых товаров также следует рассматривать, тем более она непосредственно связана со ставками. И это особенно важно в связи с комбинированной номенклатурой товаров, которая упоминается в Council Directive 92/83/ЕЕС. В связи с этим Комиссия ЕС установила три основных проблемы:

1) проблема допускаемого правом ЕС разграничения для целей налогообложения игристых и других вин в государствах-членах ЕС;

2) упорядочение кодов классификации подакцизных товаров и учет всех произошедших изменений и дополнений в комбинированной номенклатуре товара, начиная с 1992 года;

3) различие в налогообложении алкогольных напитков в связи с формулировками Council Directive 92/83/ЕЕС, приводящими к разнообразию классификаций алкогольных напитков в государствах-членах ЕС. В частности, в Австрии среди всех подакцизных спиртных напитков только в отношении бренди установлены пониженные ставки акциза, что обусловлено исторически.⁵ В Германии для этого алкогольного напитка не предусмотрены пониженные ставки.

Что касается первой проблемы, то положения директив 92/83/ЕЭС и 92/84/ЕЭС позволяют государствам-членам ЕС устанавливать разные ставки применительно к игристым и обычным винам. Эта возможность, установленная правом ЕС, реализуется в частности, в Австрии, Великобритании, Бельгии, Дании, Ирландии, Нидерландах, Германии, Франции. Традиционно в Австрии и Германии нулевые и пониженные ставки действуют применительно к обычному вину, вместе с тем игристые вина облагаются достаточно высоким акцизным сбором. В то же время в других государствах-членах ЕС:

⁴ COM(2004) 223 Final

⁵ Distilled Spirits Industry Council of Australia Inc. Tax Forum Submission 2011



Великобритании, Бельгии, Дании, Ирландии, Нидерландах, Франции ставки на игристые вина выше, чем на обычные. Одним из объяснений такого порядка вещей является традиционное восприятие в этих странах игристых вин как «товаров роскоши».⁶

По мнению Комиссии ЕС, подобное разграничение ставок оправдано, поскольку в государствах-членах ЕС возрастает спрос на указанные вина, которые в свою очередь подразделяются на разные ценовые категории: от высоких до низких. В некоторых государствах-членах ЕС существуют качественные игристые вина: игристое вино с отметкой «качественное», действительное содержание алкоголя в котором составляет не менее 10 процентов; а также качественное игристое вино KPN (отметка «качественное» наряду с обозначением вина с защищенным указанием региона происхождения, либо специальное наименование Sekt b.A, Cava, Champagne, Asti). В последнем случае игристое вино происхождения из определенного географического региона, действительное содержание алкоголя в котором составляет не менее 10 процентов. В ЕС создана специальная база данных «Бахус»⁷, которая содержит обширную информацию о винах и других алкогольных напитках, произведенных в различных регионах ЕС.

Согласно позиции Комиссии ЕС определение игристых вин, содержащееся в ст. 8 Council Directive 92/83/EEC может привести к неравномерности налогообложения. Согласно этому определению к игристым винам относится продукция, изготовленная при повышенном барометрическом давлении изделия, в бутылках с грибообразной формой пробок. В связи с этим Комиссия полагает, что такое определение может привести к злоупотреблениям при их интерпретации и вольному толкованию. При этом полуигристое вино, полученное из вина и изготовленное при повышенном давлении изделие, но разлитое производителем в бутылки без грибообразных пробок, во многих государствах-членах ЕС может подпадать под нулевую ставку акцизных сборов. Позиция Комиссии ЕС по вопросу унификации регулирования вин отражает возможные сценарии регулирования акцизных сборов алкогольной продукции на территории ЕС. С одной стороны, на современном этапе развития такого регулирования в ЕС осуществляется процесс гармонизации – сближения регулирования на уровне государств-членов ЕС с учетом особенностей каждого государства, однако в качестве цели дальнейшего обсуждения с представителями государств-членов ЕС Комиссия ЕС обозначила унификацию регулирования, т.е.

⁶ Terra B. J. M., Wattèl P. J. «European Tax Law», Kluwer, 2008, P.217

⁷ <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/>



достижение полного единообразия структуры акцизных сборов, ставок на алкогольную продукцию. Вместе с тем позиция Комиссии ЕС не является для государств-членов ЕС руководством к инициированию тех или иных законодательных инициатив по изменению налогообложения алкогольной продукции, поскольку в данном случае речь идет о необязательных для исполнения рекомендациях Комиссии и ее мнении.

Вторая проблема, отмеченная в докладе Комиссии ЕС, касается соответствия кодов классификации в комбинированной товарной номенклатуре практике в национальных органах государств-членов ЕС. В Council Directive 92/83/ЕЕС содержится много бланкетных норм⁸, которые отсылают к указанной номенклатуре. Согласно ст.26 этой Директивы устанавливается, что следует применять те коды номенклатуры, которые действовали на момент принятия директивы (19.10.1992). Вместе с тем на практике государства-члены ЕС используют разные коды номенклатуры применительно к одним и тем же товарам, которые перемещаются как внутри ЕС, так и за его пределы. Здесь речь идет о разных редакциях комбинированной товарной номенклатуры, начиная с 1992 года. В настоящее время в ЕС действует редакция комбинированной товарной номенклатуры от 31 октября 2012 года, которая вступила в силу с 1 января 2013 года. По мнению Комиссии ЕС в целях соответствия комбинированной товарной номенклатуры, действующей в ЕС всем международным стандартам и для удобства всех заинтересованных субъектов экономической деятельности, следует применять последнюю версию комбинированной товарной номенклатуры. Таким образом, здесь мы можем увидеть противоречие мнения Комиссии, выраженного в Докладе, положениям Council Directive 92/83/ЕЕС.

Кроме того, Комиссия ЕС предложила государствам-членам ЕС выработать позицию по вопросу обновлений и дополнений комбинированной номенклатуры товаров, которую можно увязать с процедурой, закрепленной в ст. 43, 44 Council Directive 2008/118/ЕС от 16 декабря 2008 года «Об общем режиме акцизных сборов». В соответствии с этой статьей учреждается орган, обозначаемый как «Комитет по акцизным сборам», который должен оказывать содействие Комиссии. Комитет по акцизным сборам должен рассматривать вопросы, поставленные его руководителем, по инициативе участников, или по просьбе представителя одного из Государств-членов ЕС. При этом вопросы должны касаться применения в ЕС норм об акцизных сборах.

⁸ Норма права, предоставляющая государственным органам, должностным лицам право самостоятельно устанавливать правила поведения. Энциклопедический словарь экономики и права, 2005



Вероятно, представив такое предложение на обсуждение государствам, Комиссия стремится устранить правовую коллизию между своим рекомендациями и положениями Council Directive 92/83/ЕЕС. Однако в настоящее время государства-члены ЕС не выработали общую позицию по указанному предложению, следовательно, приоритет должны иметь положения Директивы, которые устанавливают, что следует применять коды товарной номенклатуры в редакции 1992 года.

В отношении проблемы классификации подакцизной алкогольной продукции имеется противоречие в определении алкогольной продукции, содержащиеся в Council Directive 92/83/ЕЕС, которое в свою очередь содержат отсылку к комбинированной номенклатуре товаров. Поэтому вопрос таможенной классификации товаров непосредственно влияет на всю систему акцизных сборов.

Согласно сообщению Комиссии, многие субъекты экономической деятельности и национальные органы власти неоднократно обращали внимание на различные подходы к классификации подакцизной алкогольной продукции, приводящие к неравномерному налогообложению в государствах-членах ЕС. Большинство из этих обращений относились к кодам 2206 «алкогольные напитки, полученные путем сбраживания (сидр, перри, медовое вино), смеси из сброженных напитков и смеси сброженных напитков и безалкогольных напитков» и 2208 «спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки». Соответственно, государства-члены ЕС по-разному интерпретируют это положение и устанавливают различные ставки в зависимости от отнесения таких алкогольных напитков к разным категориям: от спиртных напитков до алкогольных напитков, полученных путем сбраживания.

Для того, чтобы сгладить возникшие противоречия между регулированием на уровне государств-членов ЕС, Комиссия предложила подходить к вопросу классификации подакцизной алкогольной продукции единообразно. В связи с этим, основным инструментом подобной унификации классификации товаров рассматривается Обязательная Тарифная Информация (ОТИ, Binding Tariff Information (BTI)). Обязательная Тарифная Информация является системой, которая позволяет субъектам экономической деятельности получать информацию, отражающую правильную классификацию товаров при экспортно-импортных операциях. ОТИ предоставляется всем субъектам экономической деятельности по их запросу и является обязательной для применения вне



зависимости от таможенного органа государства-члена ЕС, который предоставил такую информацию. Процедура получения информации регулируется ст.6-12 Регламента Комиссии ЕС от 2 июля 1993 года №2454/93⁹, устанавливающего положения по имплементации Таможенного кодекса ЕС.

Таким образом, на всей территории ЕС обеспечивается большая определенность относительно номенклатуры товаров. По общему правилу, информация, предоставленная таможенным органом какого-либо государства-члена ЕС, действительна в течение шести лет. Вместе с тем из этого правила есть свои исключения - так, изменения и дополнения, касающиеся комбинированной товарной номенклатуры, принятие новых руководств по их применению или решений Суда ЕС, могут привести к недействительности подобной информации. Однако субъект, просивший предоставление информации по ОТИ, может заявлять ходатайство о продлении срока ее действия в случае возникновения указанных обстоятельств.

Вся информация, предоставляемая органами власти государств-членов ЕС, объединяется под эгидой Комиссии ЕС в отдельную базу данных: Европейскую Обязательную Тарифную Информацию (ЕОТИ, EBТИ-database).¹⁰ Как отмечается в Докладе Комиссии ЕС, посвященном ЕОТИ 2012 года, «главная цель системы ЕОТИ состоит в обеспечении правовой определенности для субъектов экономической деятельности в области тарифной классификации их товаров и, следовательно, обращения с этими товарами таможенных органов государств-членов ЕС». ¹¹ Наряду с этим в Докладе оговаривается, что субъекты экономической деятельности могут совершать экспортно-импортные операции, во-первых, без наличия информации по ОТИ, во-вторых, даже при наличии такой информации могут не следовать данным, которые в ней указаны. Соответственно, она выступает в роли ориентира при совершении сделок с товарами, но не влияет на правовую квалификацию таких сделок и не может в случае спора быть обязательной для суда. Кроме того, вся система ОТИ применима только к экспортно-импортным операциям с третьими странами, но не действует между государствами-членами ЕС.

⁹ OJ L 253, 11.10.1993, P. 1

¹⁰ http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/ebti/ebti_home.jsp?Lang=en

¹¹ http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/common/publications/info_docs/customs/ebti_report_page1_en.pdf



Формирование перечня подакцизной алкогольной продукции в Турции

В связи с изложенными аспектами отметим, что система ОТИ действует, в частности, в отношении экспортно-импортных операций ЕС и Турции. С одной стороны, Турция является государством, участвующим в ОЭСР¹², с другой стороны, она является государством-кандидатом на вступление в ЕС и участвует в качестве полноправного члена в Таможенном союзе ЕС¹³. Таким образом, Турция приняла на себя международные обязательства по нормам и правилам, действующим в Таможенном союзе ЕС, в частности, по применению комбинированной тарифной номенклатуры товаров.

В своих экспортно-импортных операциях с алкогольной продукцией с государствами членами ЕС Турция руководствуется следующей комбинированной номенклатурой товаров¹⁴:

2203.00 солодовое пиво;

22.04 столовые вина;

2204.10 игристые вина;

22.05 вермут и другие вина, полученные исключительно путем полного или частичного сбраживания свежего измельченного или неизмельченного винограда или виноградного сусла;

2206.00 другие алкогольные напитки, полученные путем сбраживания (сидр, перри, медовое вино);

22.08 денатурированный этиловый спирт с объемной долей спирта не менее 80%;

2208.20 напитки, полученные посредством дистилляции винограда;

2208.50 джин;

2208.60 водка;

2208.70 ликеры;

2208.90 другие;

2208.90.48.00.11 раки (Rakı);

2208.90.71.00.11 раки (Rakı).

Для целей налогообложения акцизные ставки для алкогольной продукции подразделяется на три категории:

¹² <http://www.oecd.org/turkey/>

¹³ http://europa.eu/legislation_summaries/taxation/e10113_en.htm

¹⁴ Приведенный перечень не исчерпывает всё многообразие алкогольных напитков.



1) ставки, которые устанавливаются за градус алкоголя в литре напитка (специфические ставки);

2) ставки, устанавливаемые за литр алкогольной продукции (специфические ставки);

3) ставки, устанавливаемые за литр чистого алкоголя (специфические ставки).

В частности, к *первой категории* относится пиво (код 2203 комбинированной товарной номенклатуры). Ко *второй категории* относится следующая алкогольная продукция:

- вина виноградные натуральные, включая крепленые; сусло виноградное (код 2204);

- вина игристые (код 2204 10);

- вермуты и натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ (код 2205); с фактической концентрацией спирта 18 об.% или менее;

- напитки прочие сброженные, например, сидр, перри, или сидр грушевый, напиток медовый); смеси из сброженных напитков и смеси сброженных напитков и безалкогольных напитков, в другом месте не поименованные или не включенные (код 2206).

Таким образом, указанная структура классификации алкогольной продукции в Турции напрямую связана с размером ставок акциза.

Формирование перечня подакцизной алкогольной продукции в Австралии

В Австралии¹⁵ в соответствии с законом Excise Tariff Act 1921 акцизом облагаются следующие виды алкогольной продукции: пиво, бренди, иные алкогольные напитки, ликеры и иные готовые к употреблению напитки, но не вино. Вино облагается отдельным налогом - wine equalisation tax.

Для целей налогообложения ставки устанавливаются на литр этилового спирта в алкогольной продукции. Конкретные ставки указаны в Приложении 1 к настоящему отчету.

Товарная номенклатура в Таможенном союзе

¹⁵ <http://law.at0.gov.au/atolaw/view.htm?Docid=PAC/BL030002/1&PiT=99991231235958>



Россия является государством-кандидатом на вступление в ОЭСР. Следовательно, будучи активным участником переговорного процесса по вступлению в эту международную организацию, а также участвуя в других интеграционных объединениях (ВТО, Таможенный союз и проч.), мы не можем не учитывать международный опыт, в частности, классификацию товаров согласно международным стандартам.

Такие международные стандарты являются взаимосвязанными и применительно к ним можно выделить несколько уровней:

- 1) Гармонизированная система описания и кодирования товаров.
- 2) Комбинированная номенклатура товаров ЕС.
- 3) Товарные номенклатуры региональных международных организаций (в частности, Таможенного союза России, Беларуси и Казахстана).

Каждый последующий уровень основан на предыдущем¹⁶.

Таким образом, Комбинированная номенклатура товаров ЕС, которую рекомендует ОЭСР государствам-членам, партнерам и кандидатам, основана на Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (далее – ГС; Harmonized commodity description and coding system), разработанной под эгидой Совета таможенного сотрудничества. ГС, представляющая собой детализированный и унифицированный внешнеторговый классификатор, обеспечивающий сбор, сопоставимость и анализ статистических данных международной торговли, разрабатывалась на основе действовавших в торговле международных, региональных и национальных классификационных систем, номенклатур и тарифов.

Первоначальным намерением Совета являлось введение Конвенции по ГС в действие с 1 января 1985 г., однако различные задержки административного характера и переговоры повлекли за собой изменение запланированной даты, и новый срок введения Конвенции был установлен на 1 января 1988 г. В настоящее время к Конвенции присоединилось уже более 100 государств, таможенных и экономических союзов. СССР стал участвовать в Конвенции 12 августа 1988 г. Россия как правопреемник СССР продолжает участвовать в этой конвенции в полном объеме.

Международная конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров состоит из 20 статей. В преамбуле к Конвенции о ГС указано, что номенклатура предназначена для широкого применения не только при построении таможенно-

¹⁶ См. приложение «Международные системы товарных номенклатур»



статистических номенклатур, но и при создании на ее основе транспортных тарифов и даже производственных классификаторов. Сближение внешнеторговых статистических классификаторов и производственных - это новая задача, которую призвана решить Гармонизированная система. В Преамбуле Конвенции перечисляются цели ее принятия:

- содействие международной торговле;
- упрощение сбора, сопоставления и анализа статистических данных;
- крайне малая степень детализации классификаций, отвечающая требованиям таможенных органов, а также требованиям, предъявляемым к статистике со стороны правительств и торговых кругов.

Таким образом, в первую очередь ГС служит упрощению и развитию внешней торговли, уменьшению расходов субъектов экономической деятельности, вызванных повторным описанием, классификацией и кодированием товаров при их переходе из одной системы классификации в другую в процессе международной торговли.

В статье 1 Конвенции о ГС закрепляются основные понятия, такие как:

- «Гармонизированная система описания и кодирования товаров» – это номенклатура, включающая в себя товарные позиции, субпозиции и относящиеся к ним цифровые коды, примечания к разделам, группам и субпозициям, а также основные правила классификации для толкования Гармонизированной системы;

- номенклатура таможенных тарифов – номенклатура, разработанная в соответствии с законодательством Договаривающейся Стороны для взимания таможенных пошлин при импорте товаров;

- статистические номенклатуры – номенклатуры товаров, разработанные Договаривающейся Стороной для сбора статистических данных по экспорту и импорту товаров;

- единая таможенно-статистическая номенклатура – номенклатура, объединяющая номенклатуру таможенных тарифов и статистическую номенклатуру, которую по законодательству Договаривающаяся Сторона требует использовать при декларировании товаров при импорте, и др.

Государства, участвующие в ГС, обязаны:

- использовать все товарные позиции и субпозиции ГС, а также относящиеся к ним цифровые коды без каких-либо дополнений или изменений;



- применять основные правила классификации, а также все примечания к разделам, группам и субпозициям и не изменять содержание разделов, групп, товарных позиций и субпозиций ГС;

- соблюдать порядок кодирования, принятый в Гармонизированной системе;

- публиковать свои статистические данные в соответствии с шестизначным кодом ГС.

Государствам, участвующим в Конвенции о ГС, разрешается создавать в своей номенклатуре таможенных тарифов или статистической номенклатуре подразделы для классификации товаров по большему числу знаков, чем в ГС, при условии, что эти подразделы будут добавлены и кодированы сверх шестизначного цифрового кода. В соответствии с Конвенцией о ГС государства не принимают никаких обязательств в части ставок таможенных пошлин. Срок действия конвенция не определен. Таким образом, ГС является основой для товарных номенклатур как в ЕС, так и в России. Эта система является также общим фундаментом для государств, участвующих в ОЭСР.

В настоящее время для России и государств, участвующих в Таможенном союзе (России, Беларуси и Казахстана), являются обязательными положения единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (далее - ТН ВЭД ТС). В Таможенном кодексе Таможенного союза устанавливается, что ТН ВЭД ТС основывается на ГС Всемирной таможенной организации и единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности СНГ (ст.51). По своей структуре ТН ВЭД ТС совпадает также с комбинированной товарной номенклатурой ЕС. Что касается алкогольной продукции, то ее положения по большинству товарных позиций и субпозиций совпадают с номенклатурой ЕС.

В отличие от директив ЕС Налоговый кодекс РФ (НК РФ) не содержит отсылок к товарной номенклатуре. Так, согласно п.3 ст.181 НК РФ к подакцизным товарам относится «алкогольная продукция (водка, ликероводочные изделия, коньяки, вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво, напитки, изготавливаемые на основе пива, иные напитки с объемной долей этилового спирта более 0,5 процента, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации». Таким образом, в НК РФ вопросы налогообложения подакцизной алкогольной продукции, в частности, формирование ее перечня, напрямую не ставятся в зависимость от тех или иных товарных



позиций и субпозиций, определенных в ТН ВЭД ТС.

В Беларуси и Казахстане можно наблюдать несколько иной подход к формированию перечня подакцизной алкогольной продукции. Этот подход выражает то, что и Беларусь, и Казахстан в своих налоговых кодексах при закреплении ставок акцизов делают ссылки на коды ТН ВЭД ТС.

Вместе с тем у этих государств есть и своя специфика. Она заключается не только в различающихся, не унифицированных ставках, но и самом типе ставок. Так, согласно ст. 280 НК Республики Казахстан (НК РК) ставки акцизов устанавливаются в абсолютной сумме на единицу измерения (твердые) в натуральном выражении. В то же время в соответствии со ст. 112 НК Республики Беларусь (НК РБ) определяется, что ставки на алкогольную продукцию могут быть как специфическими, так и адвалорными.

На примере пива мы можем рассмотреть особенности регулирования в каждом из государств. Так, согласно НК РБ раскрыто содержание термина «пиво», «пивной коктейль». Пивным коктейлем признается продукт, изготовленный путем купажирования пива или специального пива и других компонентов без добавления этилового ректифицированного спирта из пищевого сырья, с содержанием пива в готовом пивном коктейле не менее 50 процентов. Следует отметить, что ни НК РФ, ни НК РК не содержат такого определения пива.

В Приложении № 1 к НК РБ устанавливаются разновидности пива:

- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли этилового спирта до 0,5 процента включительно (код 2202 90 100 1);
- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли этилового спирта свыше 0,5 процента до 7 процентов (код 22 03);
- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли этилового спирта 7 процентов и более (код 22 03);
- пивной коктейль (код 2206 00).

В Казахстане наименее детальное регулирование перечня видов пива. НК РК содержит только две позиции: пиво (код 22 03) и пиво с объемным содержанием этилового спирта не более 0,5 процента (код 2202 90 100 1).

Таким образом, можно увидеть, что Беларусь в рамках кода 22 03 товарной номенклатуры формирует большой перечень видов пива, следовательно, в НК РБ существует большая дифференциация правового регулирования этой сферы.



Что касается России, то в НК РФ нет ссылок на коды ТН ВЭД ТС, а перечень видов пива следующий:

- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли этилового спирта до 0,5 процента включительно;
- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли этилового спирта свыше 0,5 процента и до 8,6 процента включительно, напитки, изготавливаемые на основе пива;
- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли этилового спирта свыше 8,6 процента.

Таким образом, на примере трех стран видно, что наиболее детальное регулирование осуществляется в Беларуси.

В связи с указанными моментами следует отметить, что ни в Таможенном кодексе ТС, ни в ТН ВЭД ТС не содержится положений, которые бы обязывали государства, участвующих в Таможенном союзе, устанавливать в своих налоговых законодательных актах ссылки на коды товарной номенклатуры. Вместе с тем нельзя не заметить, что формулировка налоговых законов Беларуси и Казахстана ближе по этому параметру к стандартам ЕС, чем НК РФ. С другой стороны, это вопрос юридической техники и удобства применения норм налоговых законодательств, а не содержания прав и обязанностей, поскольку нормативные правовые акты, действующие под эгидой Таможенного союза, имеют приоритет перед нормами национального законодательства России, которое, в свою очередь, не должно им противоречить.

* * *

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что рассмотренные системы товарных номенклатур - Гармонизированная система описания и кодирования товаров Совета таможенного сотрудничества, Комбинированная номенклатура товаров ЕС, Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза - являются гармонизированными. Две последние системы находятся в соответствии с положениями первой. В то же время товарная номенклатура Таможенного союза была создана по образцу номенклатуры ЕС, соответственно, рекомендация ОЭСР по применению номенклатуры ЕС была реализована в рамках Таможенного союза.

Представляется, что опыт государств-членов ЕС может быть реализован Россией в процессе дальнейшей интеграции в рамках Таможенного союза. Как следует из опыта ЕС,



вопросы номенклатуры товаров регулируются, прежде всего, на уровне ЕС. Регламент содержит комбинированную товарную номенклатуру, в то время как директивы содержат отсылки к номенклатуре. Государства-члены ЕС не вправе вносить какие-либо изменения или корректировки в номенклатуру.

Что касается гармонизации в Таможенном союзе, то можно сделать вывод, что, несмотря на ряд общих моментов с ЕС (совпадение товарных номенклатур, предоставление обязательной тарифной информации), есть и различие. Оно состоит в том, что правила Таможенного союза не предусматривают обязательства государств-участников формировать перечень подакцизной алкогольной продукции в соответствии с Единой Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности. Кроме того, в отличие от государств-членов ЕС налоговое законодательство Российской Федерации в статьях Налогового кодекса, посвященных акцизным сборам (ст. 181 НК РФ), не содержит ссылок на указанную номенклатуру товаров.

1.2. Мониторинг уровня ставок акцизов при обложении пива, вина и крепкого алкоголя и его динамика за последние 5 лет и на среднесрочную перспективу. Факторы, обуславливающие уровень акцизных ставок в рассматриваемых странах, включая мониторинг ситуации с акцизной нагрузкой в странах Таможенного союза

Акцизы на определенные товары взимаются с целью сдерживать или контролировать потребление этих товаров, а также для компенсации внешних затрат, связанных с их использованием.¹⁷ Во многих странах акцизы на алкоголь являются налогом, пожалуй, с самой долгой историей. В настоящее время уровень налогообложения существенно различается между странами и для разных видов напитков, хотя многие страны предпринимали попытки гармонизировать налогообложение алкогольных напитков. Для стран Евросоюза в качестве основы законодательной базы уже 20 лет действуют две директивы - Council Directive 92/83/EEC и Council Directive 92/84/EEC, которые призваны гармонизировать систему налогообложения алкогольной отрасли и сблизить уровень ставок акцизов для разных категорий продукции.¹⁸ Так, директиве Council Directive

¹⁷ Rabinovich L., Hunt P., Staetsky L., Goshev S., Nolte E., Pedersen J.S., Tiefensee C. «Further study on the affordability of alcoholic beverages in the EU», The RAND Corporation, 2012;

<http://new-futures.org/sites/default/files/PolEcon%20Executive%20SummaryFINAL.pdf>

¹⁸ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0083:en:HTML;>

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0084:en:HTML>



92/83/ЕЕС для всех стран ЕС было установлено, что вино, напитки брожения и промежуточные продукты облагаются акцизами в расчете на единицу объема готовой продукции, а пиво и спиртосодержащие напитки – пропорционально содержанию чистого спирта в готовой продукции. Аналогичный подход в вопросе установления акцизов на алкоголь используют и другие страны-члены ОЭСР, не входящие в ЕС. В качестве основного преимущества подобного подхода эксперты ОЭСР называют обложение повышенной ставкой менее затратных с точки зрения производства алкогольных продуктов по сравнению с более дорогими напитками, но которые чаще всего является более вредными для здоровья.¹⁹

Таким образом, в большинстве стран акциз на пиво взимается с единицы измерения «гектолитр/1°алк.» или «гектолитр/1°Плато» (иногда предусматривается многоступенчатая ставка в зависимости от крепости пива), на спиртосодержащую продукцию – с единицы измерения «гектолитр чистого спирта», т.е. в пересчете на 100° алк. Исключением из общей практики являются, к примеру, Нидерланды и Мексика, которые взимают акциз на пиво в расчете на объемную единицу. В России, а также Украине и Белоруссии аналогичная ситуация - применительно к пиву установлен акциз в расчете на единицу объема готового продукта, а в отношении спиртосодержащей продукции, как и в мировой практике, – за литр безводного этилового спирта, содержащегося в готовом продукте. В отношении вина во всех странах, включая Россию, акциз установлен в расчете на гектолитр готовой продукции. Впрочем, встречаются и весьма специфические схемы налогообложения алкогольной продукции. Так, в Корее ставка акциза установлена в размере 72% от цены производителя алкогольного напитка, в Израиле до 2007 года ставка акциза на игристое вино была на уровне 45% от оптовой цены.²⁰

В директиве Council Directive 92/84/ЕЕС установлены минимальные ставки на все виды алкогольных напитков, которые с 1992 года не пересматривались. Соответственно, каждая страна ЕС может устанавливать свой уровень акцизов на алкоголь, но не ниже указанных значений (см. табл. ниже).

ТАБЛИЦА 1

Минимальные ставки акцизов на алкогольную продукцию в странах ЕС

¹⁹ OECD «Consumption Tax Trends 2010: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Administration Issues», OECD Publishing, 2012

²⁰ OECD «Consumption Tax Trends 2010: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Administration Issues», OECD Publishing, 2012



<i>Продукция</i>	<i>Ставка в расчете на:</i>	<i>Минимальная ставка, евро</i>
Вино и напитки брожения	гектолитр	0
Пиво	гектолитр / градус Плато <i>или</i>	0,748 <i>или</i>
	гектолитр / градус алкоголя	1,87
Промежуточные продукты	гектолитр	45
Этиловый алкоголь	гектолитр чистого алкоголя	550

Источник: Directive 92/84/EEC on the approximation of the rates of excise duty on alcohol and alcoholic beverages

На основе приведенных значений экспертами Еврокомиссии были рассчитаны минимальные ставки по акцизам на алкогольную продукцию для одного литра готовой продукции на основании наиболее распространенных алкогольных напитков (см. табл. ниже).²¹

ТАБЛИЦА 2

Минимальные ставки акцизов на наиболее распространенные виды алкогольной продукции в странах ЕС

<i>Продукция</i>	<i>Минимальная ставка на 1 литр готовой продукции, евро</i>	<i>Минимальная ставка на 1 гектолитр готовой продукции и 1°алкоголя</i>
Вино и напитки брожения	0	0
Пиво (с содержанием алкоголя 5%)	0,1	1,87
Промежуточные продукты (с содержанием алкоголя 18%)	0,45	2,5
Этиловый алкоголь (с содержанием спирта 40%)	2,2	5,5

Источник: European Commission, 2004

Также в документах ЕС приведена классификация пива для целей налогообложения, которая не меняется на протяжении двух десятилетий:

- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли спирта этилового до 0,5% включительно;

- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли спирта этилового свыше 0,5% и до 8,6% включительно, а также напитки, изготавливаемые на основе пива;

²¹ European Commission, Taxation and Customs Union «Excise duties on alcohol: the EU perspective», 2010



- пиво с нормативным (стандартизированным) содержанием объемной доли спирта этилового свыше 8,6%.

Несмотря на подобное разделение пива по крепости, слабоалкогольным пивом в странах ЕС может считаться пиво крепостью до 2,8%. И поэтому является весьма распространенной ситуация, когда пиво крепостью не более 0,5% вообще не облагается акцизом, тогда как для пива крепостью от 0,5% до 2,8% установлена пониженная ставка акциза. Существуют примеры (в Дании, Ирландии, Испании) с установлением нулевой ставки акциза для пива крепостью до 1,2%.

В настоящее время по пути Европейского союза идут страны Таможенного союза – Россия, Белоруссия и Казахстан. Гармонизация акцизной политики, а также системы контроля за производством, оборотом и реализацией алкогольной продукции в странах Таможенного союза начнется с 2014 года, а оптимального уровня гармонизации планируется достичь к 2020 году.

В России, как и во всех странах мира, акцизному обложению подлежат этиловый спирт, спиртосодержащая и алкогольная продукция. Что касается алкогольной продукции, то до недавнего времени существовала законодательная норма, согласно которой акцизному налогообложению подлежали все напитки (спирт питьевой, водка, ликероводочные изделия, коньяки, вино, пиво, напитки, изготавливаемые на основе пива, и проч.) с объемной долей этилового спирта более 1,5%, но, несмотря на это, акцизом облагалось пиво крепостью свыше 0,5%. В прошлом году это противоречие в Налоговом Кодексе РФ было устранено и теперь вся алкогольная продукция с объемной долей этилового спирта более 0,5% облагается акцизом. Таким образом, классификация пива для целей налогообложения в России полностью соответствует практике ЕС. Для пива крепостью свыше 0,5% Налоговым Кодексом РФ установлены следующие акцизы в расчете на 1 литр напитка (см. рис. ниже).

РИСУНОК 1

Динамика номинальных ставок акциза на пиво в России





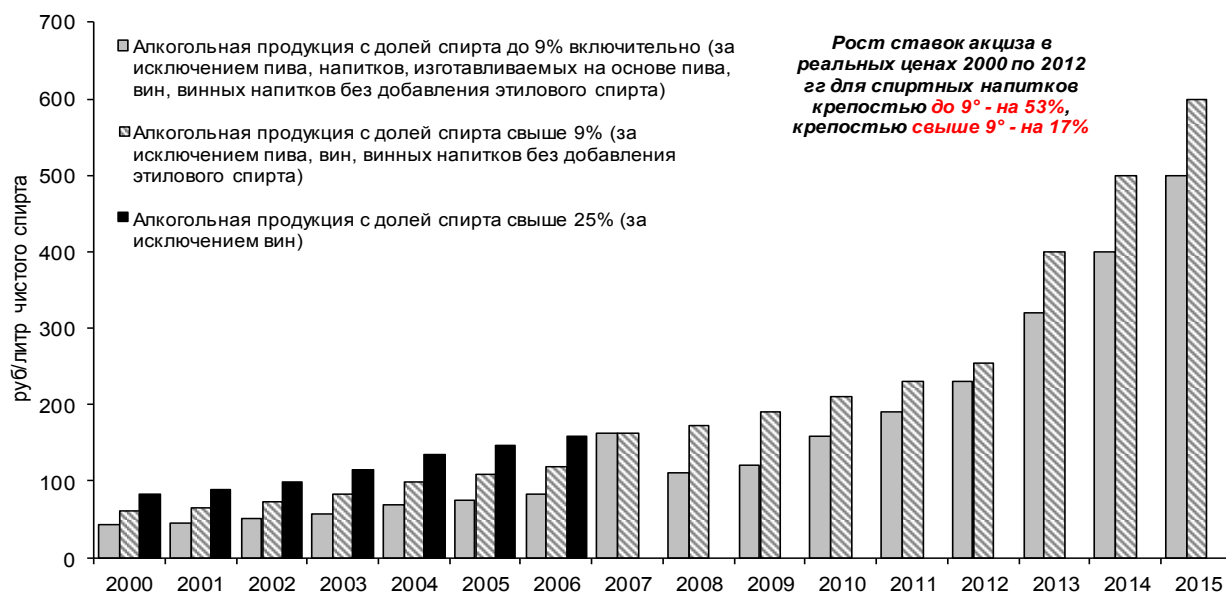
Источник: Налоговый Кодекс РФ

В отношении спиртосодержащих напитков в настоящее время существует двухступенчатая шкала ставки акциза: для алкогольной продукции с объемной долей этилового спирта до 9% и свыше 9%, хотя до 2007 г. существовала более детализированная классификация: алкогольная продукция с объемной долей этилового спирта до 9%, от 9% до 25% и свыше 25% (см. рис. ниже). В отличие от пива, акциз на алкогольные напитки, как было сказано выше, взимается не из расчета на объемную единицу готового продукта, а за 1 литр безводного этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре, что соответствует общемировому подходу к определению единицы измерения ставки акциза.

РИСУНОК 2

Динамика номинальных ставок акциза на спиртосодержащую продукцию в России



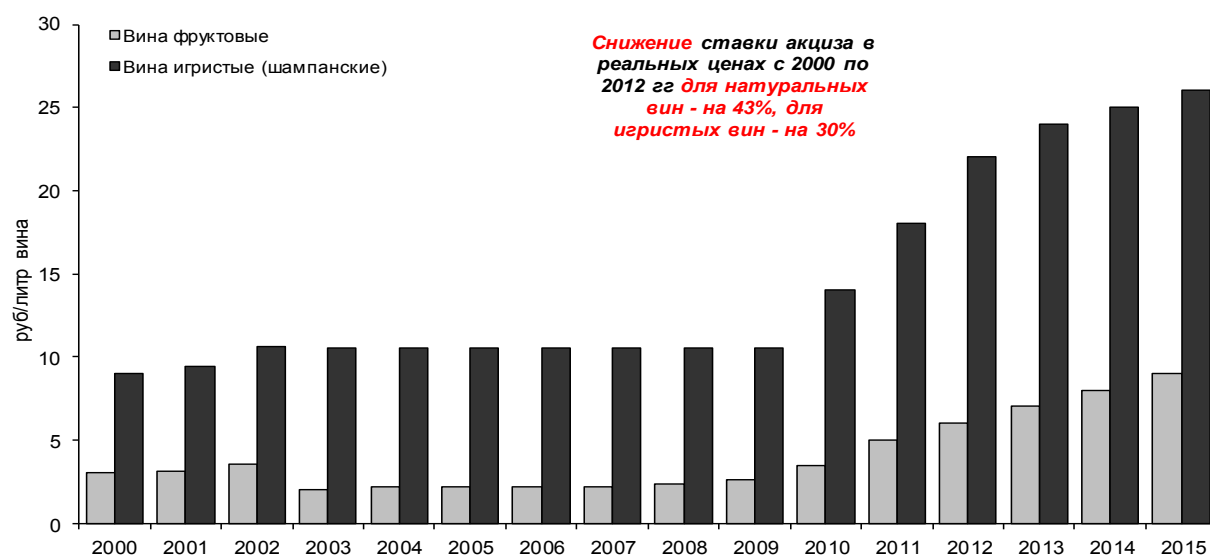


Источник: Налоговый Кодекс РФ

Для целей налогообложения винных напитков до 2007 г. также существовала весьма детализированная классификация, которая корректировалась примерно один раз в два года. Однако начиная с 2007 г. установлены всего две ставки акциза: для натуральных вин и прочих вин (шампанских, игристых, газированных, шипучих), поэтому ниже приведена динамика ставок начиная с 2000 года на два основных вида вин (см. рис. ниже).

РИСУНОК 3

Динамика номинальных ставок акциза на вино в России



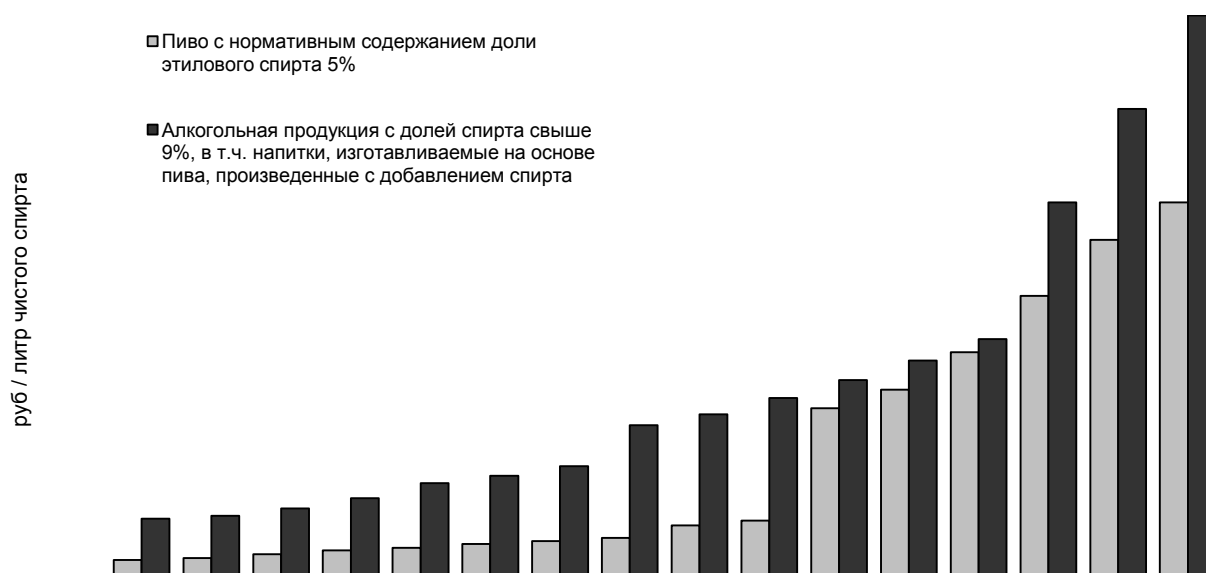
Источник: Налоговый Кодекс РФ



Как показывают приведенные выше иллюстрации, акцизная политика последнего десятилетия была направлена на постоянное увеличение ставок акцизов в реальном выражении (за исключением вина, производство которого в России осуществляется в крайне малых объемах, а спрос удовлетворяется преимущественно за счет импорта) и такая динамика, скорее всего, сохранится в среднесрочной перспективе. Но обращает на себя внимание достаточно негативная тенденция – непропорциональный рост ставок акцизов по видам алкогольных напитков, т.е. ставки акциза на слабоалкогольные напитки растут более быстрыми темпами по сравнению с крепким алкоголем. Причем это касается не только сравнения акцизов на пиво с акцизами на спиртосодержащие напитки, но и сопоставления акцизов по группам каждого вида напитка, т.е. акцизы на пиво меньшей крепостью растут более быстрыми темпами, чем ставки на пиво с долей этилового спирта свыше 8,6%. Аналогичная ситуация и со спиртосодержащими напитками. В результате такой налоговой политики ставки акцизов в сопоставимых единицах измерения (т.е. в пересчете на чистый спирт) к 2012 году практически были уравнены по пиву и крепкому алкоголю (см. рис. ниже).

РИСУНОК 4

Динамика соотношения номинальных ставок акциза на пиво и крепкоалкогольные напитки в России в пересчете на 1 л чистого спирта



Источник: Налоговый Кодекс РФ

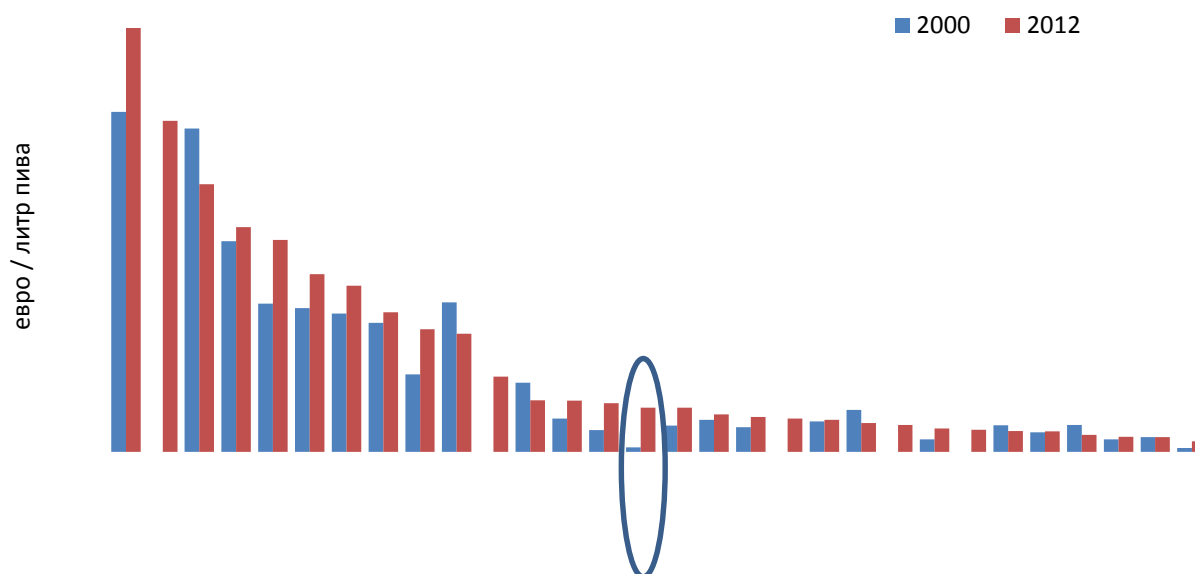


Однако следует сказать, что в планах российского правительства все же обозначена тенденция увеличить разрыв в налогообложении на слабые и крепкие алкогольные напитки, и таким образом приблизиться к международной практике. Поэтому теперь целесообразно рассмотреть уровень налогообложения алкогольной продукции в отдельных странах ОЭСР.

По уровню акцизного налогообложения пива Россия относится к странам со средним уровнем ставки (см. рис. ниже). Однако ставка акциза на пиво за минувшее десятилетие возросла более чем в 13 раз в рублях, или в 10 раз в пересчете на евро по текущему курсу. В результате, к настоящему моменту ставка акциза на пиво в нашей стране существенно выше не только по сравнению другими странами СНГ (Украина, Белоруссия), но и относительно таких признанных лидеров по производству и потреблению пива, как Германия, США, Чехия. Также обращает на себя внимание то, что в отличие от России и стран СНГ, в большинстве стран с развитым производством пива ставка в течение многих лет находится практически на неизменном уровне.

РИСУНОК 5

Динамика номинальных ставок акцизов на пиво в странах ОЭСР, СНГ и России



Примечание: расчеты производились для пива с наиболее распространенной крепостью (5°алк.). Для стран, где ставка менялась в течение года, указывалось ее значение на начало соответствующего года. Источник: расчеты авторов на основании данных Европейской Комиссии, ОЭСР, Налогового Кодекса РФ, Налогового кодекса Украины, Налогового кодекса Республики Беларусь.



В большинстве стран акцизы на алкоголь устанавливаются федеральным правительством и поэтому едины на всей территории страны. Однако в некоторых странах установление ставки акцизов отнесено к компетенции региональных властей. В частности, подобный подход к налогообложению характерен для США: наиболее высокие ставки на пиво установлены на территории Аляски, Гавайев, Северной Каролины, Флориды, Миссисипи, Нью-Мексико, Юты; наиболее низкие ставки - в Вайоминге, Миссури, Висконсине, Колорадо, Кентукки, Орегоне, Пенсильвании, Мериленде.²² Разница в величинах ставок в указанных региональных группах составляет несколько раз. В связи с этим на вышеприведенном на рисунке приведена усредненная ставка.

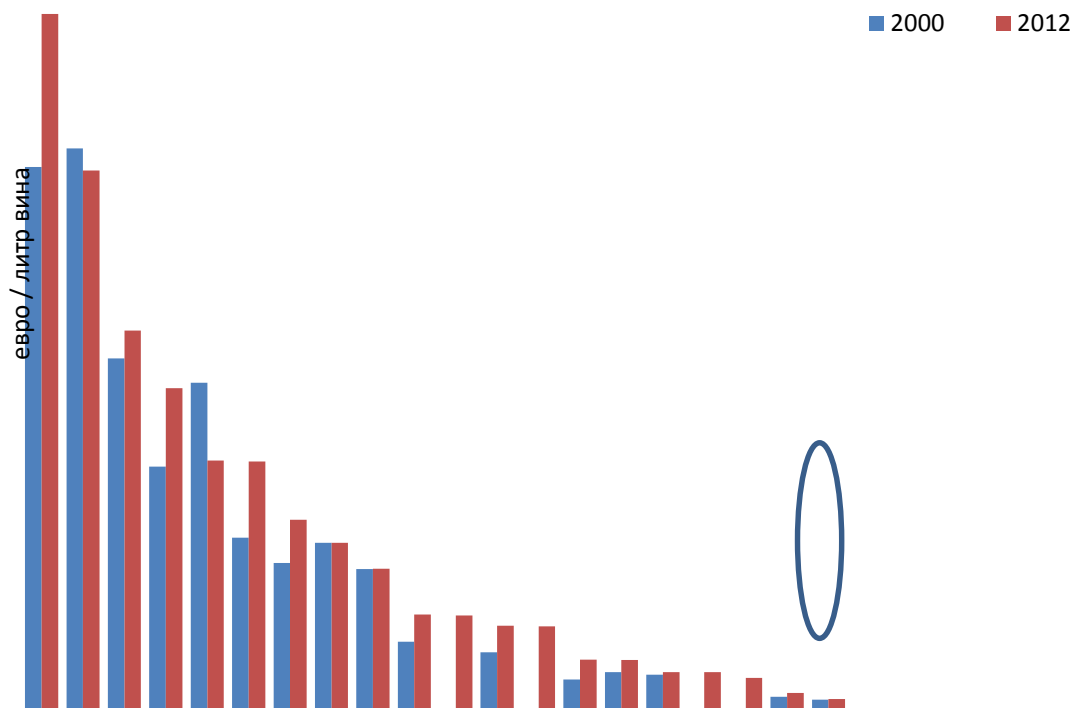
Что касается вина, то во многих странах в настоящее время существует нулевая или экономически незначимая ставка акциза. Это касается в первую очередь основных винодельческих стран - Испании, Италии, Португалии, Франции, что является одной из мер поддержки винодельческой отрасли. Также распространена практика, согласно которой ставка акциза на игристые вина превышает ставку для натуральных вин. Есть примеры прогрессивной ставки в зависимости от крепости вина - в Дании и Ирландии. Среди стран, которые устанавливают акцизы на вино, Россия относится к группе стран с достаточно низким уровнем налогообложения даже по сравнению со странами Восточной Европы (см. рис. ниже), однако следует еще раз подчеркнуть, что треть рассматриваемых

²² The Tax Policy Center: <http://www.taxpolicycenter.org/index.cfm>



РИСУНОК 6

Динамика номинальных ставок акцизов на игристое вино в странах ОЭСР, СНГ и России

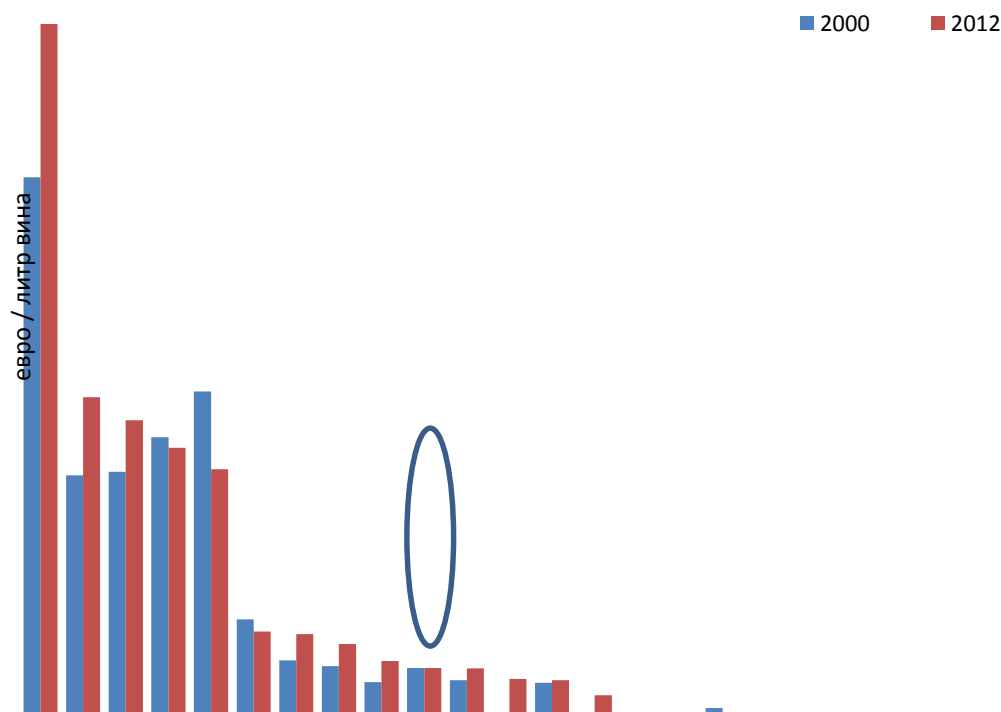


Примечание: расчеты производились для вина крепостью не более 15°алк. Для стран, где ставка менялась в течение года, указывалось ее значение на начало соответствующего года.

Источник: расчеты авторов на основании данных Европейской Комиссии, ОЭСР, Налогового Кодекса РФ, Налогового кодекса Украины, Налогового кодекса Республики Беларусь. По США, Словакии, Белоруссии,



Динамика номинальных ставок акцизов на натуральное вино в странах ОЭСР, СНГ и России



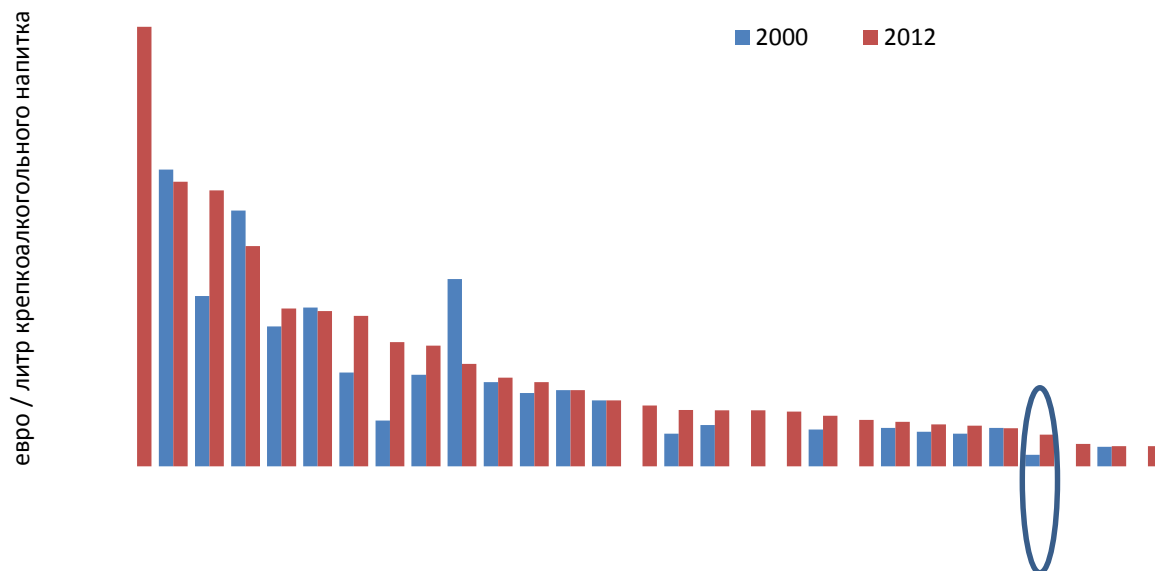
Примечание: расчеты производились для вина крепостью не более 15°алк. Для стран, где ставка менялась в течение года, указывалось ее значение на начало соответствующего года. В отношении Венгрии и Украины рассматривался уровень налогообложения для натуральных вин, кроме виноградных, поскольку ставка применительно к виноградным винам существенно ниже.

Источник: расчеты авторов на основании данных Европейской Комиссии, ОЭСР, Налогового Кодекса РФ, Налогового кодекса Украины, Налогового кодекса Республики Беларусь. По США, Белоруссии, Украине, Израилю отсутствуют данные за 2000 год.

Таким образом, по уровню налогообложения слабоалкогольных напитков Россия приближена к средним мировым показателям. Межстрановое сравнение акцизов на крепкий алкоголь (в пересчете на европейскую валюту) показал, что наша страна, наравне с другими представителями СНГ, относится к группе стран с минимальным уровнем налогообложения, что нехарактерно для других стран северных широт. Так, Норвегия, Финляндия, Великобритания, Швеция, Ирландия, наоборот, удерживают лидерство по уровню налогообложения в отношении всех основных видов алкогольной продукции.



Динамика номинальных ставок акцизов на крепкоалкогольные напитки в странах ОЭСР, СНГ и России



Примечание: расчеты производились для напитков крепостью 40°алк. Для стран, где ставка менялась в течение года, указывалось ее значение на начало соответствующего года.

Источник: расчеты авторов на основании данных Европейской Комиссии, ОЭСР, Налогового Кодекса РФ, Налогового кодекса Украины, Налогового кодекса Республики Беларусь. По Словакии, Польше, Белоруссии отсутствуют данные за 2000 год.

При анализе акцизной политики часто сравниваются ставки на пиво и крепкий алкоголь в сопоставимых единицах измерения. Ряд экспертов придерживаются точки зрения, что в сопоставимых единицах измерения ставки на все виды алкоголя должны быть примерно одинаковы.²³ Однако противники такой позиции указывают на то, что это не способствует переориентации потребительского спроса в сторону слабоалкогольных напитков, не говоря уже о том, что пивоварение – гораздо более затратный процесс, чем производство крепкоалкогольных напитков.

На рисунке ниже приведено соотношение ставок акциза на крепкий алкоголь и пиво (использовались ставки в расчете на 1°алк). Высокое соотношение говорит о том, что крепкие напитки облагаются налогом, в несколько раз превышающим налог на пиво.

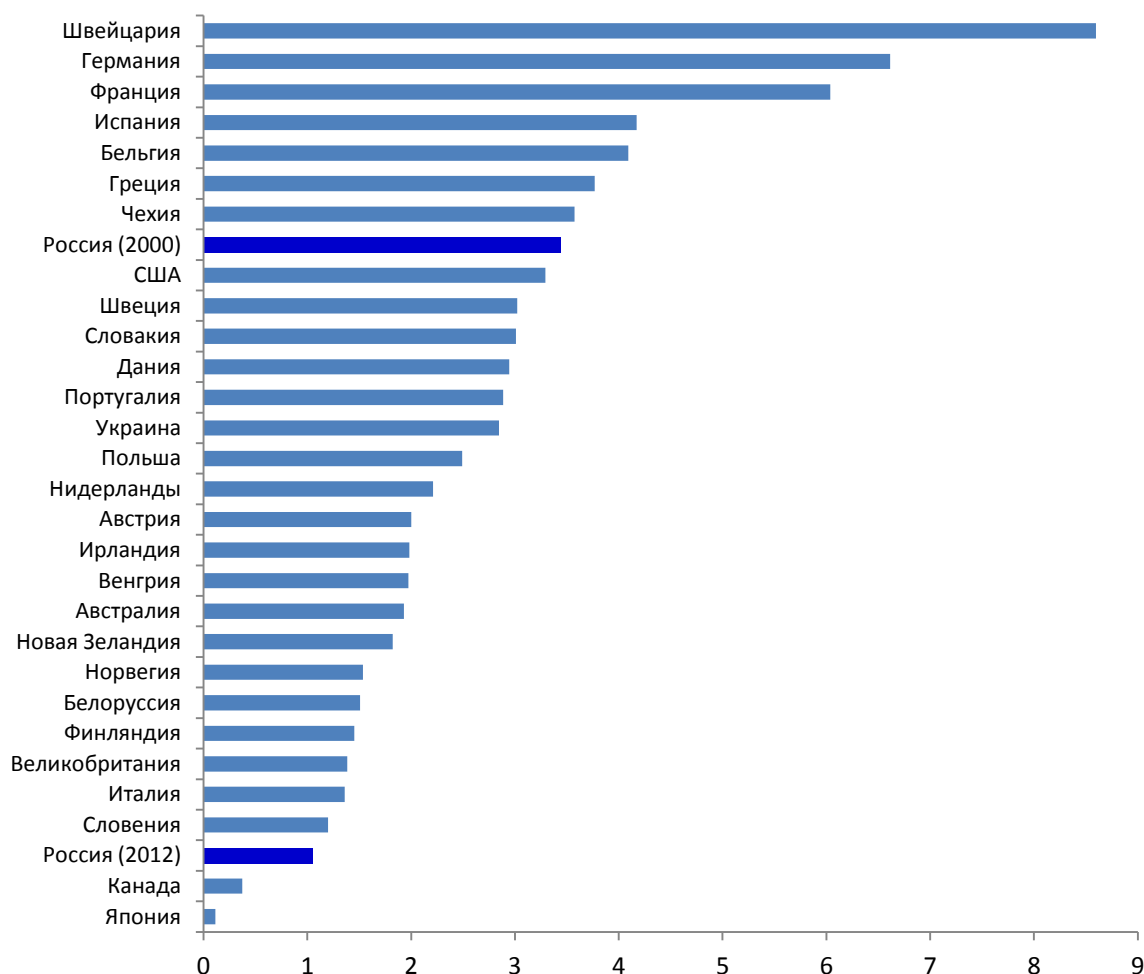
²³ <http://www.camra.org.uk/>



Вполне логично, что на протяжении продолжительного времени высокое соотношение сложилось в странах-лидерах по производству пива (Германия, Чехия, Бельгия) и странах-крупнейших поставщиках вина на мировой рынок (Франции, Испании). Еще в начале 2000-х гг. Россию по данному показателю можно было причислить к данной группе стран. Однако к 2012 году показатели акцизов практически сравнялись, что в данном случае является негативной тенденцией. К странам, которые характеризуются минимальной разницей в налогообложении производства пива и крепких алкогольных напитков, относятся, к примеру, Япония, Канада, Словения, Италия, Великобритания, Финляндия, Белоруссия. Но здесь стоит сделать акцент на том, что большинство из них в целом характеризуются весьма высоким уровнем ставок акцизов на все виды алкоголя.

РИСУНОК 9

Соотношение номинальных ставок акцизов (в пересчете на 1 л чистого спирта) на крепкоалкогольные напитки и пиво в странах ОЭСР, СНГ и России в 2012 году



Институт экономической политики им. Е.Т.Гайдара

Таким образом, в России пока не использован весь потенциал акцизной политики как инструмента антиалкогольной кампании, которая начала активно реализовываться в мире в последнее десятилетие. Дифференциация акцизов в зависимости от крепости алкогольного напитка способствовали бы усилению процесса переориентации спроса от крепких напитков в сторону слабоалкогольных напитков.

Следует также уделить внимание вопросу применения льготного и дополнительного налогообложения реализации алкогольных напитков. В большинстве стран предусмотрена пониженная (далее по тексту также - сокращенная, льготная) ставка акциза:

- при производстве слабоалкогольных напитков: в отношении пива и спиртосодержащей продукции – при крепости не выше 2.8°алк. и в отношении вина – при крепости не выше 6.0°-8.5°алк.;
- в отношении небольших самостоятельных заводов, производящих ограниченный объем алкогольной продукции: в отношении пива в большинстве стран ЕС - до 200 тыс. гл. в год, в Австрии - до 50 тыс. гл., в Германии – до 40 тыс. гл., в Ирландии – до 20 тыс. гл.; в отношении спиртосодержащей продукции – до 10 гл. чистого спирта в год.

Льготные ставки акциза на пиво предусмотрены практически во всех странах: они обычно ниже базовых ставок в 2-3 раза и более. Причем некоторые страны при сохранении политики повышения стандартной ставки акцизов на алкоголь в последние годы снижали ставки по льготной шкале. К примеру, в Великобритании с 2011 года в отношении пива с низким содержанием алкоголя акциз был двукратно снижен, для наиболее распространенного 5-процентного пива остался без изменений, а для крепкого пива (свыше 8°алк) повышен. Такая модернизация системы налогообложения может изменить структуру потребления пива в пользу слабого алкоголя, хотя, вполне вероятно, что и не приведет к снижению общего уровня потребления.²⁴

Для небольших пивоварен акцизы снижены на 10-20% относительно базовых ставок, хотя в некоторых случаях, для наиболее мелких производителей, льготные ставки могут быть ниже в 2 раза. Льготы по производству крепких алкогольных напитков предусмотрены

²⁴ Leicester A. «Alcohol pricing and taxation policies», IFS Briefing Note, BN124, 2011



в Чехии, Германии, Испании, Австрии, Португалии, Словакии (примерно в 2 раза ниже стандартных ставок).

В некоторых странах существуют дополнительные налоги, которые связаны с тарой для напитков. В Бельгии взимается плата в размере 9,86 евро за 1 гл, если упаковка изготовлена из перерабатываемых материалов, и 1,41 евро, если есть возможность повторного использования упаковки; в Финляндии и Германии взимается акциз в размере 51 евро за 1 гл продукта и 5,55 тыс. евро за 1 гл чистого спирта соответственно.

На акцизную политику в стране влияет несколько факторов, которые можно разделить, исходя из определения функций акцизов. Акцизная политика в отношении алкогольных напитков всегда рассматривалась в двух аспектах:

- как возможность увеличения бюджетных доходов;
- как инструмент контроля (управления) за потреблением алкогольных напитков.

Что касается возможности пополнения бюджета, то до недавнего времени данный фактор не являлся определяющим. Во-первых, роль акцизов на алкоголь в общем объеме налоговых поступлений большинства стран весьма незначительна – по отношению к ВВП объем поступлений, как правило, не превышает 1% (см. рис. ниже), а во-вторых, значительное повышение акцизов на алкоголь неизбежно ведет к определенному снижению собираемости налогов и заставляет увеличивать расходы на налоговое администрирование. Более того, в минувшее десятилетие наблюдалось снижение налоговых поступлений в большинстве стран-членов ОЭСР. Масштаб сокращения существенно варьируется: в большинстве стран снижение доли акцизов к ВВП составило не более 0,10-0,15 п.п., а, например, в Финляндии, Польше, Словакии, Ирландии налоговые поступления за десятилетие сократились на величину от 0,2 до 0,3 п.п. Россия не стала исключением и зафиксировала весьма значимое снижение показателя, однако это было связано не со снижением налоговых поступлений от акцизов (наоборот, практически все годы в рассматриваемом периоде наблюдался прирост поступлений в денежном эквиваленте), а с опережающим ростом ВВП по сравнению с темпами изменения налоговой базы и динамикой ставок.



Изменение налоговых поступлений от акцизов на алкоголь с 2000 по 2011 гг.



Источник: Европейская Комиссия, ОЭСР, Федеральное казначейство РФ; по России - вместо 2000 г. приведены данные за 2003 год, по Дании, Японии, Корее, Норвегии и Новой Зеландии вместо 2011 года приведены данные за 2010 год

Однако тенденция снижения налоговых поступлений относительно ВВП страны в пределах рассматриваемого периода не была единообразной. В некоторых странах в 2008-2010 гг. наблюдался рост налоговых поступлений относительно ВВП (к примеру, в Великобритании, Финляндии, Греции), что было связано с несколькими факторами - сокращением объемов созданного внутреннего продукта в кризисный период 2008-2010 гг., повышением налоговых ставок, увеличением объема потребления алкоголя.

В России тенденция была иной. С 2003 года объем собираемых акцизов на алкоголь в процентах ВВП устойчиво снижался и минимальный уровень показателя был достигнут в 2008-2009 гг. (0,29% ВВП). В последующие годы показатель вновь стал расти и в 2011 году составил 0,38% ВВП, что преимущественно было связано с изменением приоритетов акцизного налогообложения. Динамика структуры налоговых поступлений по видам алкогольных напитков в России также идет вразрез с общемировыми тенденциями. Так, практически все страны ОЭСР зафиксировали сокращение доли налоговых поступлений от

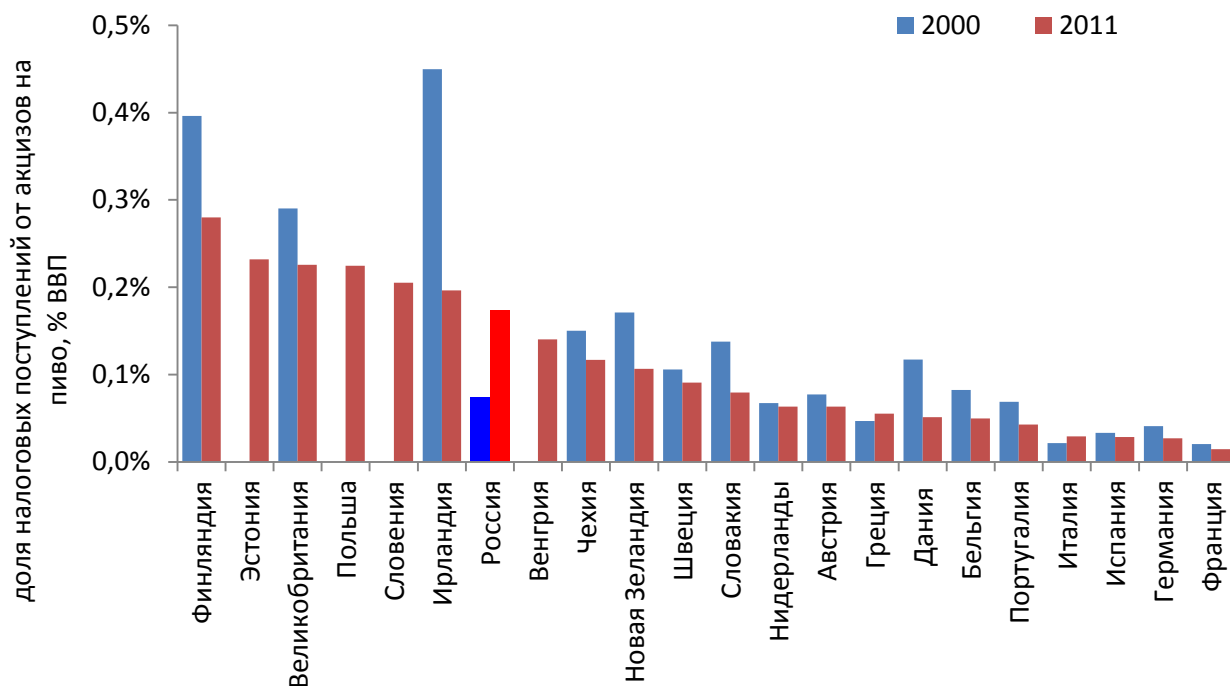


Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

акцизов на пиво относительно ВВП за период 2000-2011 гг., причем в Германии, Дании, Бельгии, Нидерландах – странах-производителях самых известных торговых марок пива – относительная доля поступлений от акцизов на пиво в разы ниже российского показателя (см. рис. ниже).

РИСУНОК 11

Динамика налоговых поступлений от акцизов на пиво с 2000 по 2011 гг.



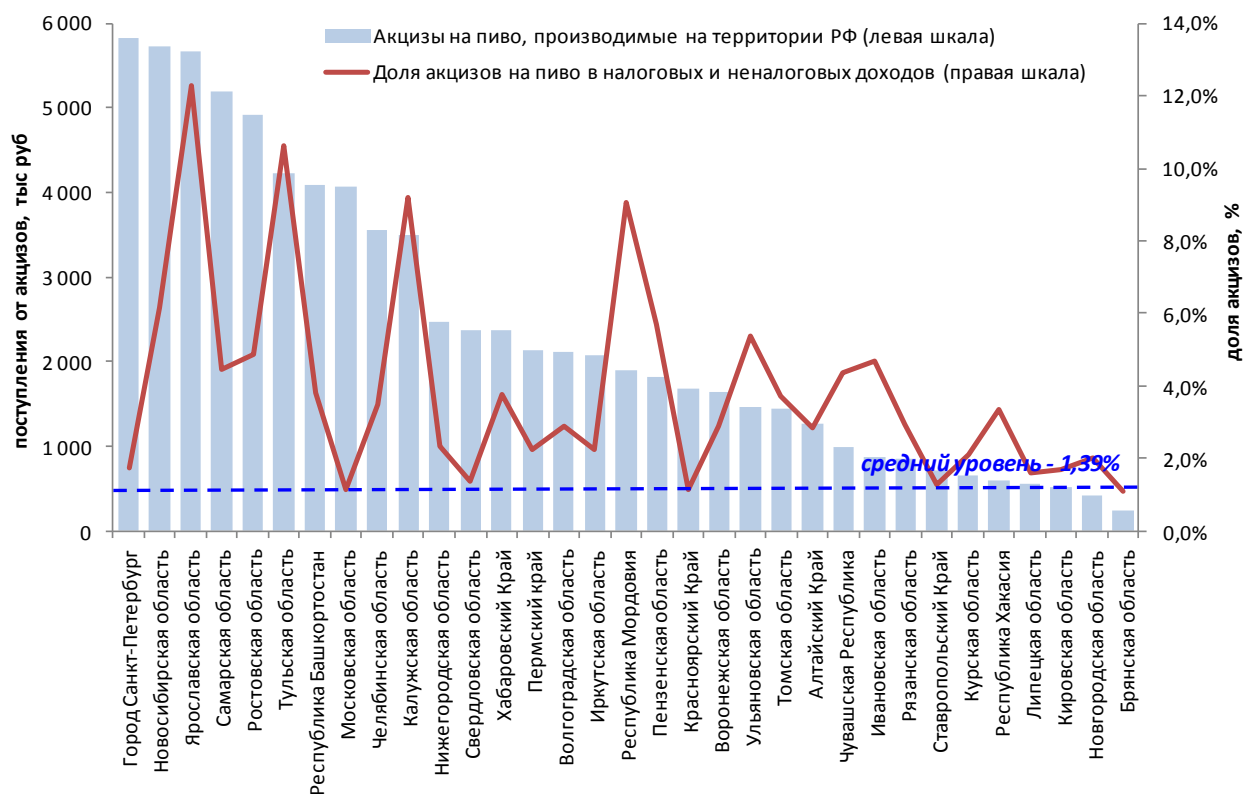
Источник: Европейская Комиссия, ОЭСР, Федеральное казначейство РФ; по России - вместо 2000 г. приведены данные за 2003 год, по Дании и Новой Зеландии вместо 2011 года приведены данные за 2010 год

В России акциз на пиво, производимый в территории страны, полностью поступает в региональные бюджеты. Однако доля этих поступлений даже в структуре налоговых и неналоговых доходов крайне низка. Так, по итогам 2011 года вообще имели поступления от акцизов 73 субъекта РФ, и только в семи из них поступления от акцизов в совокупных доходах бюджета превысили 5% (см. рис. ниже).



РИСУНОК 12

Значимость акцизов на пиво для региональных бюджетов РФ в 2011 гг.

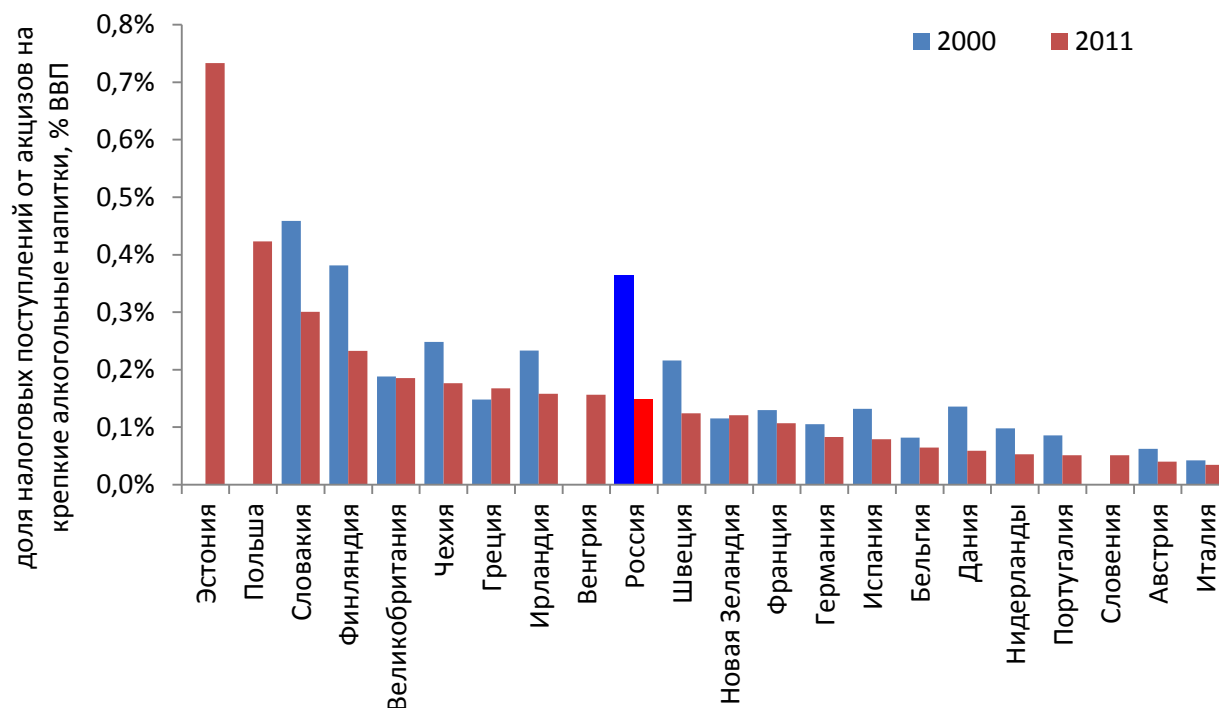


Источник: расчеты авторов.

Динамика поступлений от акцизов на крепкий алкоголь не столь выражена, как в отношении поступлений от акцизов на пиво. Некоторые страны ОЭСР (Греция, Новая Зеландия) продемонстрировали значительный рост поступлений от акцизов на крепкий алкоголь (см. рис. ниже). В России, наоборот, произошло двукратное снижение поступлений от акцизов на крепкий алкоголь относительно ВВП. Но в любом случае к настоящему моменту относительный уровень налогообложения крепкого алкоголя в нашей стране в целом соответствует европейским странам.



Динамика налоговых поступлений от акцизов на крепкоалкогольные напитки с 2000 по 2011 гг.



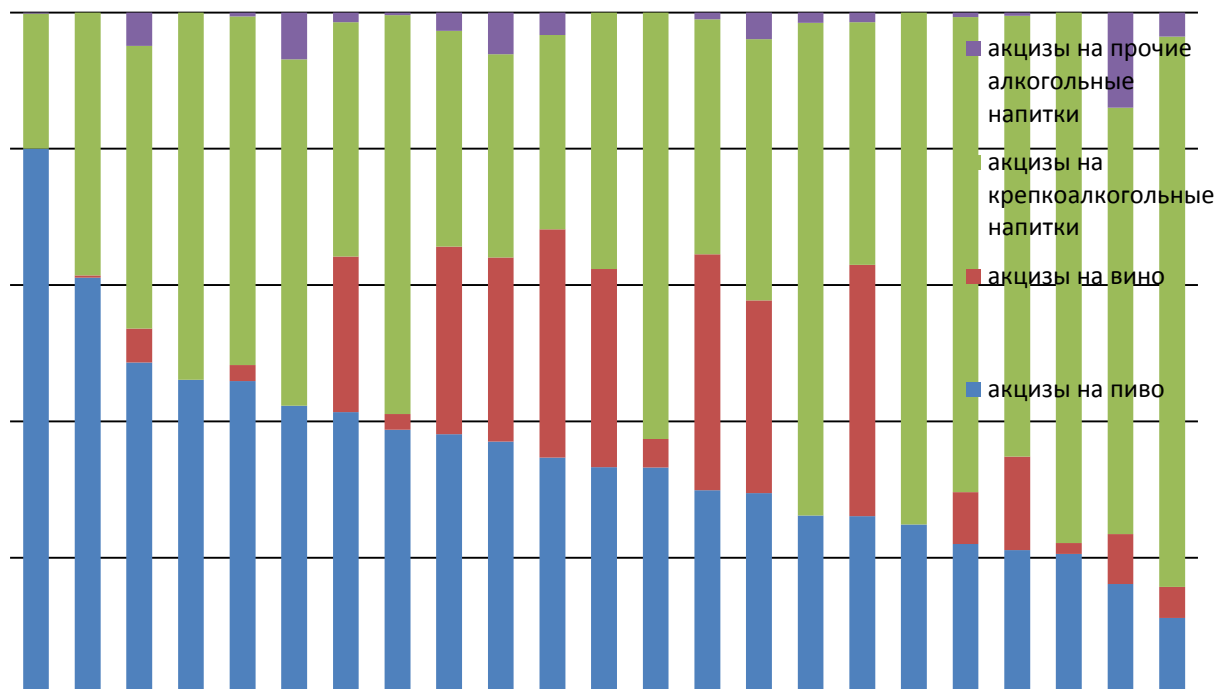
Источник: Европейская Комиссия, ОЭСР, Федеральное казначейство РФ; по России - вместо 2000 г. приведены данные за 2003 год, по Дании и Новой Зеландии вместо 2011 года приведены данные за 2010 год

Объем поступлений от акцизов на вино крайне низкий либо вообще отсутствует, поскольку во многих странах отсутствует акциз на вино. Исключением являются Великобритания, Финляндия, Ирландия и Швеция, где показатель превышает 0,1 п.п. В России этот показатель в последние годы установился на уровне 0,02%.

В результате, в структуре налоговых поступлений от акцизов на алкоголь в большинстве стран-членов ОЭСР акцизы на пиво составляют менее половины рассматриваемого показателя. При этом в России еще в 2000-х гг. доля акцизов на пиво по сравнению с другими странами была на весьма низком уровне, однако к 2011 г. произошло перераспределение акцизных сборов от крепкого алкоголя в пользу пива и сейчас доля пива составляет почти половину всех акцизов на алкоголь (см. рис. ниже).



Структура поступлений акцизов на алкогольную продукцию в странах ОЭСР и России в 2011 году



Источник: расчеты авторов по данным ОЭСР, Европейской комиссии и Федерального казначейства РФ

Таким образом, несмотря на то, что зачастую основным мотивом повышения акцизов на алкоголь называется именно рост налоговых поступлений в бюджеты стран, фискальная функция акцизной политики вряд ли может служить основным фактором, влияющим на изменение уровня ставок.

Если рассматривать акцизную политику с позиции выполнения ею социальной функции, то здесь ситуация более определенная – большинство экспертов сходятся во мнении, что низкий уровень акцизов в стране является угрозой благополучия общества. По мнению экспертов, основными социальными рисками, стимулирующими власти повышать акцизы на алкоголь, а, следовательно, и отпускные цены, является снижение производительности труда, рост безработицы, большое число дорожно-транспортных происшествий, производственного травматизма, преступлений, происходящих в результате чрезмерного употребления алкогольных напитков.²⁵ С помощью активной акцизной

²⁵ Rabinovich L., Hunt P., Staetsky L., Goshev S., Nolte E., Pedersen J.S., Tiefensee C. «Further study on the



политики власти стараются изменить структуру потребления алкоголя, т.е. воздействовать на поведение населения.

На протяжении нескольких десятилетий правительства развитых стран пытаются увязать величину ставок акцизов на алкоголь с государственными расходами на услуги здравоохранения (расходы на лечение от алкогольной зависимости, неотложную медицинскую помощь, лечение хронических заболеваний, связанных с чрезмерным употреблением алкоголя, пособия по инвалидности от несчастных случаев вследствие алкогольного опьянения²⁶), дополнительными расходами на безопасность, систему уголовного правосудия и дорожно-транспортные службы. Также при формировании акцизной политики должны учитываться расходы на превентивные меры борьбы со злоупотреблением алкоголем. В то же время скептики говорят о том, что определенная связь между ставкой акциза и уровнем потребления, конечно, существует, но является не столь очевидной,²⁷ не говоря уже о том, что установление крайне высоких ставок акциза, приводящее к существенному удорожанию алкогольных напитков, активизирует процесс передвижения населения между странами в целях покупки алкогольных напитков.

Наконец, стоит сказать о перспективах изменения акцизной политики в среднесрочной перспективе в России и в мире. В России до недавнего времени (и согласно действующей редакции Налогового Кодекса РФ) планировалось повышать ставки акцизов достаточно быстрыми темпами, существенно превышающими уровень инфляции. Однако коррективы в эти планы внесло создание Таможенного союза. Тот факт, что в Белоруссии и Казахстане ставки на алкоголь существенно ниже российских, является значимым ограничением для России в решении вопроса об индексировании ставок акцизов на алкоголь, так как приходится занимать «выжидательную позицию» с тем, чтобы две другие страны-участницы Таможенного союза могли «подтянуть» свой уровень ставок до российского к 2020 году.²⁸

Прогнозы в отношении акцизной политики в ЕС менее определенные. Во многих странах ЕС на протяжении двух десятилетий до 2008 года ставки акцизов (а реальном

affordability of alcoholic beverages in the EU», The RAND Corporation, 2012;

<http://new-futures.org/sites/default/files/PolEcon%20Executive%20SummaryFINAL.pdf>

²⁶ Cook P.J. «Increasing the Federal Excise Taxes on Alcoholic Beverages», USA, Journal of Health Economics, №7 (1988), pp. 89-91, North-Holland

²⁷ Levy D., Sheflin N. «The Demand for Alcoholic Beverages: An Aggregate Time-Series Analysis», Journal of Public Policy & Marketing, Vol. 4 (1985), pp. 47-54.

²⁸ <http://www.foodnewsweek.ru/alchogol/eeek-razrabotaet-edinye-pravila-proizvodstva-i-oborota-alkogolya-dlya-tc.html>



выражении) имели тенденцию к снижению, причем наиболее выраженной была динамика в отношении крепкого алкоголя. Поэтому экспертами Еврокомиссии еще в 2006 году был вынесен на обсуждение вопрос о повышении минимального уровня ставок акцизов на 31%, чтобы учесть накопленную инфляцию с 1992 по 2005 годы.²⁹ Решения по вопросу индексации пока не принято, но и в случае повышения минимального уровня ряд экспертов не ожидает резкого роста ставок акцизов на алкоголь в европейских странах: во-первых, ставки почти во всех странах ЕС на протяжении последнего десятилетия были выше установленного минимума, а во-вторых, крупнейшие производители и отраслевые объединения на территории ЕС (к примеру, объединение «Campaign for Real Ale» в Великобритании) активно выступают за сохранение ставок на прежнем уровне в течение ближайших лет.

Тем не менее уже с 2009 года в некоторых странах ЕС началась тенденция роста акцизных ставок темпами, превышающими инфляцию, которая, согласно прогнозам, продолжится в среднесрочной перспективе.³⁰ Это касается в первую очередь периферийных стран Европы (Греция, Испания, Португалия и др.), где причиной существенного повышения всех основных косвенных налогов стали масштабные программы бюджетной консолидации для снижения чрезмерного дефицита бюджета. Однако ожидается, что и в Великобритании акцизы на алкоголь в ближайшие годы будут расти темпами выше инфляции, хотя поступления в бюджет от акцизов на алкоголь относительно ВВП страны будут оставаться практически неизменными до 2015 года.

1.3. Определение структуры потребления пива, вина и крепкого алкоголя в рассматриваемых странах. Анализ влияния потребления отдельных видов алкогольной продукции на состояние здоровья населения страны

1.3.1. Характеристика структуры потребления алкогольной продукции в России и отдельных странах мира

Выше уже говорилось, что посредством акцизной политики власти стремятся повлиять на уровень и структуру потребления алкоголя, поскольку это является одним из основных факторов риска смертности и инвалидности. В большинстве случаев положительный эффект влияния акцизной политики на уровень потребления алкоголя

²⁹ Jones H., Liolios C. «Excise duties on alcohol: the EU perspective and policy development», European Commission, 2010

³⁰ Leicester A. «Alcohol pricing and taxation policies», IFS Briefing Note, BN124, 2011



населением, действительно, прослеживается. Однако американские эксперты Д.Леви и Н.Шефлин, рассматривая эффекты налоговой политики, еще в 1980-е гг. призывали разграничивать понятия «потребление» и «злоупотребление» алкоголем.³¹ В контексте такого разделения понятий авторы сходятся во мнении, что в отношении людей, злоупотребляющих алкоголем, акцизная политика не способствует снижению уровня алкоголя и изменению структуры потребления в сторону слабоалкогольных напитков, а, следовательно, ценовой фактор как следствие акцизной политики не является эффективным способом влияния на злоупотребление алкоголем (в противовес повышению цены приводились такие меры антиалкогольной кампании как образовательные программы, наказание за вождение в нетрезвом виде и т.д.). Другие исследователи, которые придерживаются аналогичной точки зрения, приводят в качестве примера скандинавские страны, где в последние 10-15 лет наблюдалось умеренное повышение уровня потребления алкоголя, но это не привело к резкому росту смертности или количества преступлений вследствие алкогольного опьянения.³²

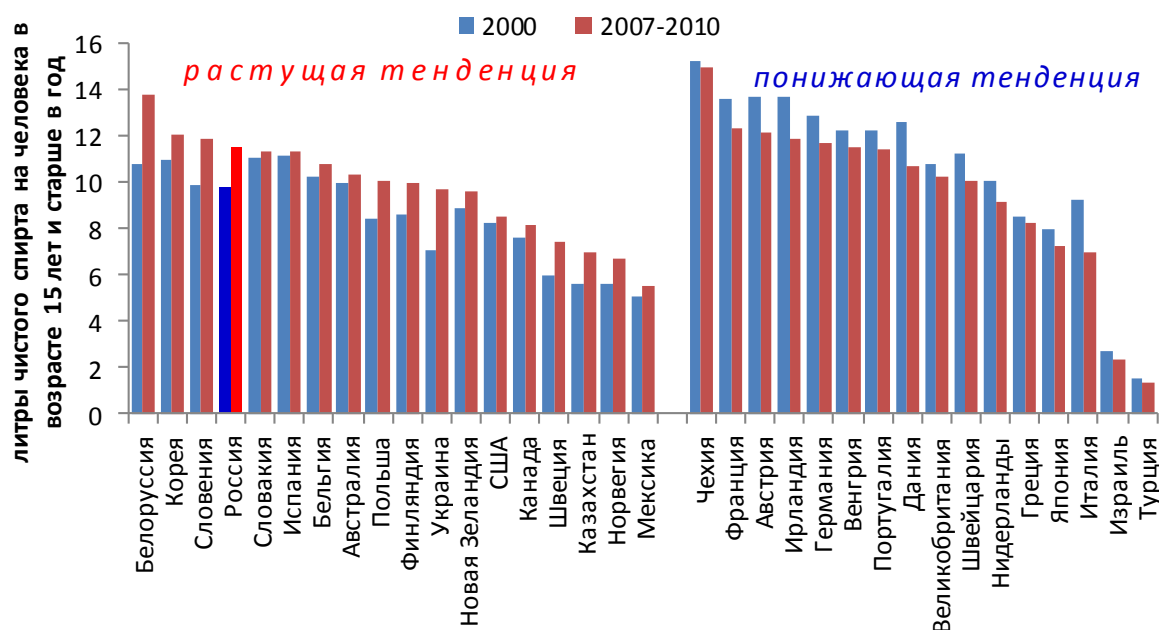
Анализ удельного уровня потребления алкоголя в мире показал, что в странах ЕС данный показатель является одним из самых высоких в мире. И особенно этому риску, согласно исследованиям европейских экспертов, подвержена молодежь в возрасте от 15 до 24 лет. К группе стран с высоким уровнем потребления относятся Россия и Белоруссия (см. рис. ниже). При этом другие страны северных широт – Канада, США, Швеция, Норвегия – характеризуются удельным потреблением примерно в полтора раза ниже российских значений. Минимальный уровень потребления зафиксирован в Турции и Израиле, что объясняется не столько агрессивной акцизной политикой, сколько культурными особенностями этих стран.

³¹ Levy D., Sheflin N. «The Demand for Alcoholic Beverages: An Aggregate Time-Series Analysis», Journal of Public Policy & Marketing, Vol. 4 (1985), pp. 47-54.

³² <http://spirits.eu/files/98/alcohol-taxation-pricing-and-alcohol-related-harm2.pdf>



Динамика ежегодного потребления алкогольных напитков в странах ОЭСР, СНГ и России



Примечание: приведены данные официальной статистики (учтенного потребления), полученной на основании сведений о производстве, импорте, экспорте, продаже и налогообложении алкогольных напитков. Источник: Всемирная организация здравоохранения

Также стоит сказать, что минимальный разрыв в уровне потребления между мужчинами и женщинами наблюдается в странах южной Европы, в частности, в Италии, Греции, тогда как в странах Восточной и Северной Европы эта разница составляет более двух раз.³³ Однако южные страны в целом отличаются относительно низким уровнем потреблением алкоголя.

На основании приведенной статистики нельзя обозначить какой-либо выраженной динамики уровня потребления. Ощутимое сокращение потребления алкоголя за минувшее десятилетие продемонстрировали Ирландия, Дания, Италия. В странах СНГ и Восточной Европы прослеживается негативная тенденция. Впрочем, по России Всемирная организация здравоохранения дает цифры за 2008 год, тогда как активная антиалкогольная кампания в нашей стране началась последние 3-4 года, а следовательно, положительный эффект пока не проявился статистически. При этом Министерство здравоохранения РФ уже

³³ Anderson P., Braddick F., Reynolds J., Gual A. «Alcohol Policy in Europe: Evidence from AMPHORA», AMPHORA, 2012

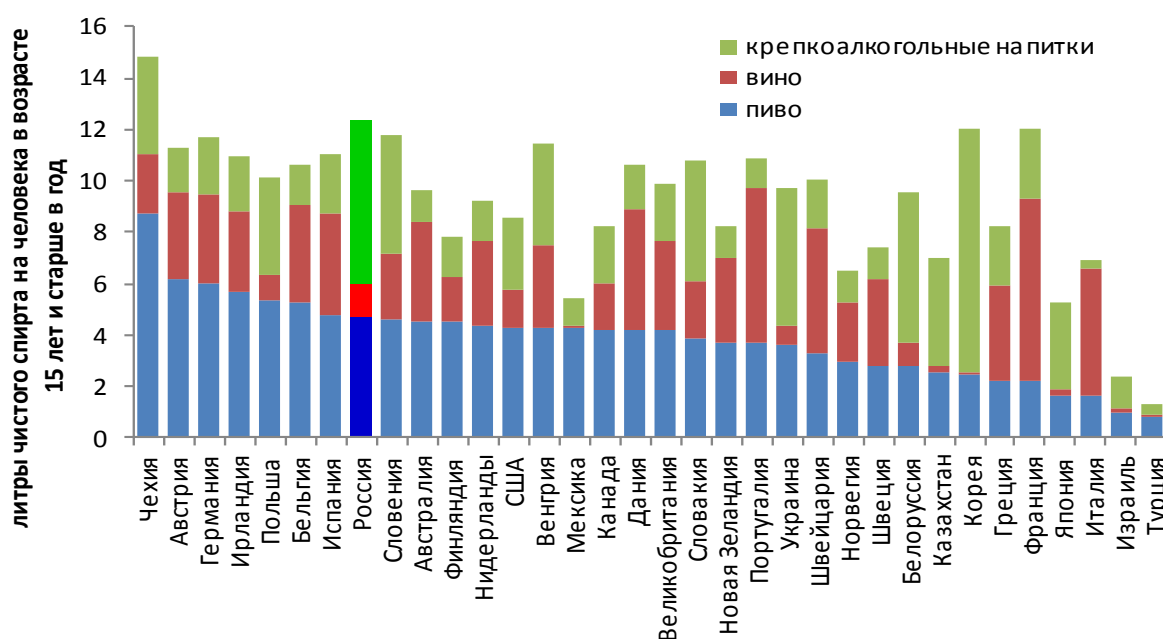


дает свои оценки динамики показателя последних лет, фиксируя позитивную тенденцию сокращения потребления алкоголя взрослым населением. Также отличает Россию и другие страны СНГ от остального мира высокий показатель неучтенного потребления – до 5-7 литров чистого спирта на человека, т.е. более 30%-35% от учтенного потребления. При этом для большинства развитых стран нерегистрируемое потребление составляет 5-20%.³⁴ Таким образом, совокупное потребление алкоголя взрослым населением в России по оценкам ВОЗ в 2008 году составило свыше 16 литров чистого спирта на человека в год (из него учтенное потребление – 11,5 литров), а в 2011 году, по данным Минздрава РФ, - 14,5 литров.

Второй важнейшей характеристикой при анализе потребления алкоголя в стране является структура потребления (или как еще называют – тип потребления). Структура потребления характеризует состав алкогольных напитков по крепости, месту потребления и т.д. Так, несмотря на то, что уровень потребления алкоголя во многих развитых странах (в частности, Германии, Франции, Австрии, Ирландии) выше, чем в России, в этих странах потребление ориентировано на слабоалкогольные напитки (см. рис. ниже).

РИСУНОК 16

Структура потребления алкогольных напитков в странах ОЭСР, СНГ и России



Примечание: приведены данные официальной статистики (учтенного потребления), полученной на основании сведений о производстве, импорте, экспорте, продаже и налогообложении.

Источник: Всемирная организация здравоохранения

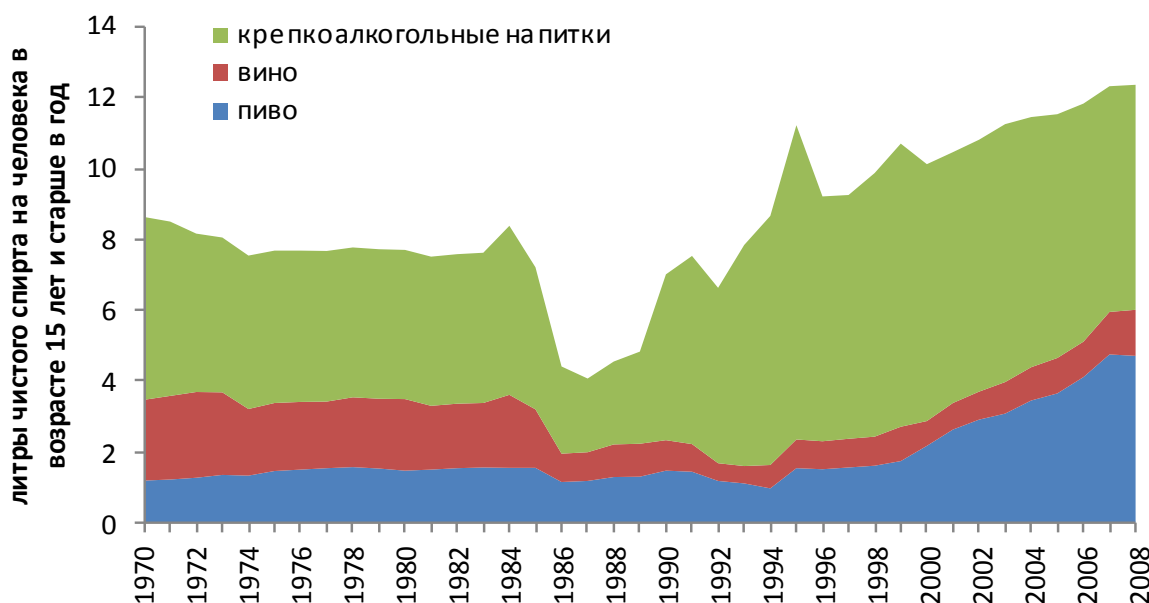
³⁴ По данным Всемирной организации здравоохранения



Как показывают приведенные данные, в России уровень потребления крепких напитков (лидером продаж является водка, остальные крепкие напитки, прежде всего, бренди и коньяк, составляют лишь около 10%) практически равен объему потребления пива и вина в совокупности. Столь высокое потребление крепкоалкогольных напитков (не только в относительном, но и в абсолютном выражении) зафиксировано также в других странах СНГ и Корее. При этом высказываются мнения, что российский показатель в отношении крепких напитков явно занижен, поскольку, не учитывает нелегальное производство (как промышленное, так и домашнее),³⁵ которое представлено именно крепкими напитками и, как было сказано выше, составляет более трети потребляемого алкоголя. Что касается анализа состава потребляемых напитков в динамике, то крепкий алкоголь всегда доминировал в российской структуре, хотя нельзя не отметить, что последние 20 лет растет доля пива и при этом сократилась доля потребления вина по сравнению с периодом 1970-1980-х гг. (см. рис. ниже).

РИСУНОК 17

Изменение структуры потребления алкогольных напитков в СССР и России



Примечание: приведены данные официальной статистики (учтенного потребления), полученной на основании сведений о производстве, импорте, экспорте, продаже и налогообложении.
Источник: Всемирная организация здравоохранения

³⁵ <http://polit.ru/article/2010/12/20/demoscope443/>



Стоит отметить, что во второй половине 1980-х гг. наблюдалась непродолжительная тенденция сокращения потребления крепких напитков, когда действовал Указ Президиума Верховного Совета СССР «О мерах по усилению борьбы против пьянства и алкоголизма, искоренению самогонварения». В соответствии с этим указом, антиалкогольная кампания включала снижение производства крепких напитков, ограничения по продаже крепких напитков (по времени и месту продажи) и т.д.³⁶ Примеры введения так называемого «сухого» закона можно найти и других странах, однако в большинстве своем они признавались недостаточно эффективными в борьбе с высоким уровнем потребления алкоголя. Хотя есть и противоположные мнения, в том числе среди некоторых российских экономистов. Так, С.Ю.Глазьев говорит о том, что положительный эффект от ввода ограничений на потребление алкоголя в этот период в 3-4 раза превысил снижение поступлений в бюджет от продажи алкоголя.³⁷

Также обращает на себя внимание, что в советское время была весьма высокая доля вина в общей структуре потребления алкоголя. И во многом это объясняется тем, что большая часть вина производилась на территории СССР. В 1990-х гг. доля вина сократилась до минимума: собственное виноделие практически исчезло, а доступность импортного вина была крайне низка, учитывая уровень жизни населения тех лет. Едва заметный перелом тенденции стал проявляться только последние годы. И связано это в том числе с переориентацией потребительского спроса от дорогих европейских марок в сторону вина из стран СНГ, Латинской Америки, Австралии, которого выгодно отличает соотношение цены и качества.³⁸

Более 20 лет назад учеными (Г.Эдвардс, П.Андерсон, Т.Бабор и др.) была предпринята попытка определить так называемую «идеальную» структуру потребления алкогольной продукции, т.е. соотношение, которое минимизирует негативные последствия для здоровья населения. В этой структуре пиво составляет 50%, вино - 35%, а крепкие напитки — 15%. Россию традиционно относили к так называемому «северному» типу потребления алкоголя, т.е. с высокой долей крепкоалкогольных напитков. Однако в Скандинавии и странах Восточной Европы, где не так давно был схожий с российской

³⁶ <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3203997&nt=0&p=1&sec=0>

³⁷ <http://rutas.euro.ru/info/slovo/v5/s46.htm>

³⁸ Agriculture and Agri-Food Canada «Consumer Trends Wine, Beer and Spirits in Russia», Market Indicator Report, March 2012



структурой тип потребления, слабоалкогольные напитки постепенно вытеснили крепкий алкоголь. Причем такая переориентация спроса, по мнению ряда российских аналитиков, не замедлила положительно сказаться на демографических тенденциях в этих странах.³⁹ Поэтому представляется более актуальным выделить следующие типы потребления – «пивной», «винный» и ориентированный на крепкий алкоголь (см. рис. ниже).

РИСУНОК 18

Распределение стран ОЭСР, СНГ и России по типу потребления алкогольных напитков



Источник: составлено авторами на основании данных Всемирной организации здравоохранения

Анализ структуры потребления по месту совершения покупки (месту потребления) позволяет судить о традициях населения страны и культуры потребления алкогольных напитков. В западноевропейских странах всегда была высока доля потребления алкоголя в барах, ресторанах, отелях и других общественных местах (показатель «on-trade»), чего

³⁹ <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3203997&nt=0&p=1&sec=0>

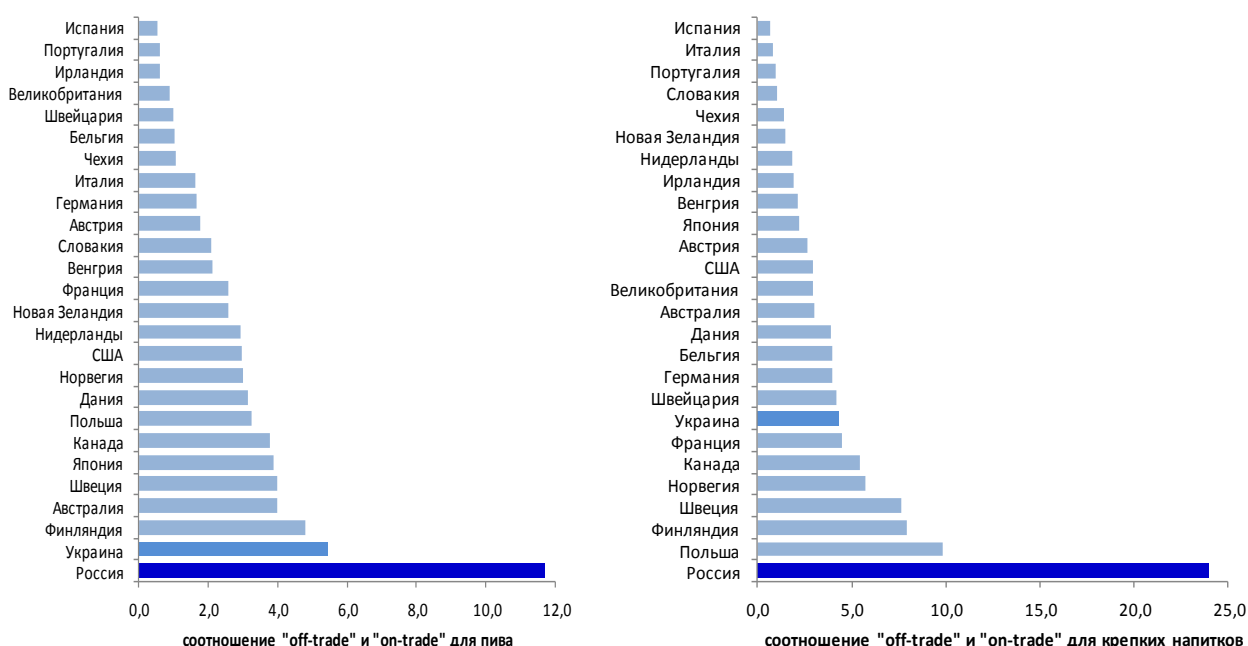


Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

нельзя сказать о России, где практически весь алкоголь, особенно крепкие напитки, реализуется через розничные сети (показатель «off-trade») (см. рис. ниже). Причем в этом отношении Россия существенно отстает не только от наиболее развитых стран, но даже от стран Восточной Европы и СНГ. Однако западные эксперты отмечают едва заметную тенденцию постепенного снижения показателя «on-trade», даже в таких странах, как Германия и Ирландия, где всегда была высока доля потребления алкоголя в общественных местах.

РИСУНОК 19

Соотношение объемов продаж алкогольных напитков через розничные сети и в общественных местах в среднем за 2006-2011 годы в странах ОЭСР, СНГ и России



Источник: расчет авторов на основании данных Евромонитора

Крайне низкий показатель «on-trade» для России эксперты видят в слишком больших надбавках к цене алкоголя, реализуемого в барах, ресторанах и проч. Также высказываются мнения, что низкое потребление алкогольных напитков в общественных местах является следствием неудовлетворительным развитием туризма, а также качества и доступности питейных заведений в стране.⁴⁰

⁴⁰ Agriculture and Agri-Food Canada «Consumer Trends Wine, Beer and Spirits in Russia», Market Indicator Report, March 2012



Что касается изменения структуры потребления алкоголя в России на среднесрочную перспективу, то зарубежными экспертами прогнозируется рост розничных продаж алкогольной продукции в России примерно на 17% (в реальном денежном выражении) к 2015 году по сравнению с 2011 годом.⁴¹ Причем такой прирост должен быть обеспечен за счет рынка слабоалкогольных напитков – увеличение объема продаж пива и вина ожидается на уровне 25% и 35% соответственно, тогда как увеличение продаж крепких напитков составит менее 2%. В то же время государственная программа РФ «Развитие здравоохранения» ставит своей целью снизить удельное потребление алкогольной продукции (в литрах чистого спирта, с учетом незарегистрированного потребления) с 14,5 л в 2011 году до 11,6 л в 2015 году и до 10,0 л к 2020 году.

Прогноз зарубежных экспертов в отношении России в целом соответствует общемировым тенденциям, хотя глобальный прирост потребления алкоголя ожидается все же в меньших масштабах. Так, эксперты исследовательской организации «Canadean» ожидают ежегодное увеличение мирового потребления пива до 2016 года включительно на уровне 2,4%, в основном за счет стран Латинской Америки, Азии и Африки (прирост в этих странах сопоставим с прогнозами по России – 3,5-4,6% в год). При этом в странах Западной Европы и Северной Америки ожидается ежегодное снижение потребления пива на 0,5-0,6%.⁴² Эти данные косвенно подтверждаются прогнозами потребления алкоголя в Великобритании на перспективу до 2017 года - снижение потребления пива (в том числе ввиду сокращения производства пива в стране), рост потребления вина и при этом стабильный уровень потребления крепкого алкоголя.

1.3.2. Влияние потребление алкоголя на здоровье населения в России

С учетом прогнозов относительно роста потребления алкоголя в России и мире необходимо провести анализ влияния потребления отдельных видов алкогольной продукции на состояние здоровья населения страны. Лучше всего для целей анализа подходит база панельных исследований домохозяйств «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом – Высшей школой экономики и ЗАО

⁴¹ Agriculture and Agri-Food Canada «Consumer Trends Wine, Beer and Spirits in Russia», Market Indicator Report, March 2012

⁴² http://www.sabmiller.com/files/reports/ar2012/2012_annual_report.pdf



«Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>). База RLMS-HSE содержит большой набор социально-экономических показателей о структуре доходов и расходов населения, о состоянии здоровья, материальном благосостоянии, образовании, структуре занятости, миграционном поведении и др.

Чтобы ответить на вопрос «Как потребление отдельных видов алкоголя влияет на состояние здоровья?», будем использовать два типа данных о здоровье человека: субъективная самооценка человеком собственного здоровья, а также объективные (установленные врачом) данные о наличии хронических заболеваний. Показатель самооценки здоровья – категориальная переменная, которая изменяется от 0 до 4 и является ответом респондента на вопрос «Как Вы оцениваете Ваше здоровье? Оно у Вас: очень хорошее, хорошее, среднее, плохое или совсем плохое?» Таким образом, человек выбирает один из пяти предложенных вариантов, в нашем обозначении 0 – это очень плохое здоровье, а 4 – очень хорошее. Среди всех имеющихся в базе RLMS-HSE хронических заболеваний, выбираем те, которые наиболее вероятно могут быть связаны с потреблением алкоголя, а именно: хроническое заболевание печени, почек и желудочно-кишечного тракта. В первой части нашего анализа необходимо оценить влияние различных факторов, в том числе и потребление разных алкогольных напитков, на здоровье человека, а во второй части – влияние тех же факторов на вероятность наличия перечисленных выше хронических заболеваний. Мы ограничиваем используемую в модели выборку людьми в возрасте от 18-ти лет. Во-первых, влияние потребления алкоголя на здоровье проявляется не сразу, а уже во взрослом возрасте. А, во-вторых, существуют физические ограничения на продажу алкоголя несовершеннолетним.

В модели выделяем следующие факторы, влияющие на здоровье индивида: возраст, пол, семейный статус, уровень образования, средний доход домохозяйства (приходящийся на одного члена домохозяйства) и статус занятости, статус курения, индекс массы тела и индекс массы тела в квадрате (из-за наличия параболической зависимости), тип населенного пункта (город или село), уровень физической активности, а также характер потребления спиртных напитков (водки и пива по отдельности). При моделировании следует принять во внимание следующий набор гипотез относительно возможного влияния указанных факторов на объясняющую переменную.



1) Общепринято, что возраст отрицательно влияет на здоровье человека, которое рассматривают как некоторый ресурсный потенциал, исчерпывающийся с годами. С возрастом проблемы со здоровьем накапливаются, тем самым сокращая запас здоровья, который восстанавливается достаточно слабо. Поэтому будем предполагать, что возраст отрицательно влияет на здоровье.

2) Влияние пола на здоровье неоднозначно. С одной стороны, в России наблюдается существенный разрыв между продолжительностью жизни мужчин и женщин (в среднем, женщины живут дольше). С другой стороны, в качестве «прокси» для переменной здоровья мы используем самооценку собственного здоровья респондентом, при этом известно, что женщины склонны занижать свое здоровье, а мужчины – наоборот, завышать. Таким образом, неизвестно, какой из эффектов перевесит. Поскольку в качестве зависимой переменной мы используем именно самооценку здоровья, то можно исходить из гипотезы о том, что женщины, при прочих равных условиях, будут рапортовать более низкий уровень здоровья, чем мужчины.

3) Мы исходим из того, что семейные и более образованные люди, про прочих равных, имеют уровень здоровья выше. Это связано с большей заботой о собственном здоровье и более высоким уровнем знаний о превентивных мерах и лекарственных препаратах, который позволяет максимально эффективно использовать ресурсы для поддержания или восстановления здоровья.

4) Социально-экономический статус в нашей модели учитывают переменные среднего дохода домохозяйства и статус занятости. Средний доход на одного члена домохозяйства лучше отражает материальное благополучие индивида, чем его заработная плата, так как существенная часть людей в выборке (порядка 40%) на момент опроса не работали. Средний доход домохозяйства рассчитывается как отношение суммы доходов его членов к общему числу людей в домохозяйстве. Более обеспеченные люди могут позволить себе своевременную диагностику и более эффективное лечение, в то же время отсутствие ограничений по здоровью позволяет человеку работать более интенсивно, тем самым повышая собственный доход. Считается, что занятость сама по себе положительно влияет на здоровье человека и его самочувствие, к тому же люди, имеющие серьезные проблемы со здоровьем, вероятнее не будут работать. Таким образом, наша гипотеза состоит в том, что как средний доход домохозяйства, так и статус занятости положительно связаны со здоровьем.



5) Курение и индекс массы тела – это так называемые факторы риска. Человек, который курит, может иметь здоровье хуже по двум основным причинам. Во-первых, курение само по себе подрывает здоровье человека, и, во-вторых, курящие люди могут с большей вероятностью пренебрегать собственным здоровьем. Мы исходим из предположения о том, что курение отрицательно влияет на здоровье. Индекс массы тела широко используется в медицинских исследованиях. Установлено, что как чрезмерно низкий индекс массы тела, так и чрезмерно высокий отрицательно влияют на здоровье человека. Поэтому мы предполагаем параболическую зависимость между здоровьем и индексом массы тела, ветви параболы направлены вниз, т.е. наилучшее здоровье должно наблюдаться у людей с нормальным весом.

6) Экологическая ситуация в городах хуже, чем в сельской местности. Однако жители городов имеют большие возможности своевременного лечения болезней и качественного диагностирования. В то же время жители городов больше информированы о своих болезнях. Поскольку в качестве зависимой переменной берется самооценка здоровья, мы предполагаем, что жители городов, при прочих равных условиях, отмечают более низкий уровень здоровья, поскольку они больше осведомлены о своих болезнях и могут иметь более высокие стандарты хорошего здоровья, с которыми они себя сравнивают.

7) Уровень физической активности должен быть положительно связан со здоровьем человека. С одной стороны, медициной установлено, что физическая активность значительно снижает вероятность возникновения определенных проблем со здоровьем (чрезмерный вес, ожирение, нарушение обмена веществ, сердечно-сосудистые заболевания).⁴³ С другой стороны, люди, занимающиеся спортом, вероятнее всего, склонны в целом более внимательно относиться к собственному здоровью. Наша гипотеза состоит в том, что уровень физической активности положительно коррелирует с уровнем здоровья человека.

8) В используемой базе данных содержится информация о том, сколько дней в последнем месяце респондент потреблял алкогольные напитки (по видам) и сколько в среднем грамм он выпивал за день. Поскольку данные такого типа содержат значительные ошибки измерения (люди, как правило, довольно приблизительно отвечают на подобные вопросы), то не имеет смысла использовать суммарное потребление алкоголя респондентом, поэтому введем четыре dummy-переменные (принимающие значения 1 или

⁴³ Veiga O.L. and others «Physical activity as a preventive measure against overweight, obesity, infections, allergies and cardiovascular disease risk factors in adolescents: AFINOS Study protocol.», BMC Public Health, 2009



0) в зависимости от частоты и объемов потребления алкоголя. Таким образом, можно выделить четыре типа потребления: частое потребление большими количествами, частое потребление умеренными количествами, нечастое потребление большими количествами, нечастое потребление умеренными количествами. К частому потреблению алкоголя мы отнесли такое количество дней в месяце, которое характерно примерно для 5% (наиболее пьющих) людей от общей выборки, это один из стандартных подходов. Для пива данная цифра составила 14 дней и более, для водки – 10 дней и более. Аналогичным образом определялись промежутки дней для категории относительно нечастого потребления (следующие 5% выборки). Для пива эта граница составила 10-13 дней, а для водки – 6-9 дней соответственно. По объемам потребления мы выделили такие границы, чтобы часть выборки, попадающая в одну из временных категорий (часто или относительно нечасто пьющих), поделилась приблизительно в соотношении 2:1 (2 доли составляют люди, пьющие умеренными количествами, и 1 долю те, кто пьет большими количествами). Для пива потребление умеренными количествами составляет от 0,5 литров до 1,5 литра, а интенсивное потребление составляет от 1,5 литра и выше. Для водки эти показатели равны 0,1-0,5 литра и выше 0,5 литров соответственно. Определение категорий потребления приведено в таблице 3. Стоит отметить, что при использовании других близких по смыслу количественных значений дней и объемов потребления алкоголя для разделения на используемые нами категории, результаты качественно не меняются.

Таким образом, мы оцениваем следующие модели:

$$\begin{aligned} \mathit{health}_i = & \beta_0^{(1)} + \beta_1^{(1)}\mathit{age}_i + \beta_2^{(1)}\mathit{gender}_i + \beta_3^{(1)}\mathit{marital_status}_i + \beta_4^{(1)}\mathit{educ_ptu_techn}_i + \\ & + \beta_5^{(1)}\mathit{educ_higher}_i + \beta_6^{(1)}\mathit{log_average_income}_i + \beta_7^{(1)}\mathit{working_status}_i + \beta_8^{(1)}\mathit{smoking}_i + \\ & + \beta_9^{(1)}\mathit{bmi}_i + \beta_{10}^{(1)}\mathit{bmi_square}_i + \beta_{11}^{(1)}\mathit{city}_i + \beta_{12}^{(1)}\mathit{phys_act}_i + \beta_{13}^{(1)}\mathit{pivo_freq_int}_i + \\ & + \beta_{14}^{(1)}\mathit{pivo_freq_mod}_i + \beta_{15}^{(1)}\mathit{pivo_mod_int}_i + \beta_{16}^{(1)}\mathit{pivo_mod_mod}_i + u_i^{(1)}, \quad (1) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \mathit{health}_i = & \beta_0^{(2)} + \beta_1^{(2)}\mathit{age}_i + \beta_2^{(2)}\mathit{gender}_i + \beta_3^{(2)}\mathit{marital_status}_i + \beta_4^{(2)}\mathit{educ_ptu_techn}_i + \\ & + \beta_5^{(2)}\mathit{educ_higher}_i + \beta_6^{(2)}\mathit{log_average_income}_i + \beta_7^{(2)}\mathit{working_status}_i + \beta_8^{(2)}\mathit{smoking}_i + \\ & + \beta_9^{(2)}\mathit{bmi}_i + \beta_{10}^{(2)}\mathit{bmi_square}_i + \beta_{11}^{(2)}\mathit{city}_i + \beta_{12}^{(2)}\mathit{phys_act}_i + \beta_{13}^{(2)}\mathit{vodka_freq_int}_i + \\ & + \beta_{14}^{(2)}\mathit{vodka_freq_mod}_i + \beta_{15}^{(2)}\mathit{vodka_mod_int}_i + \beta_{16}^{(2)}\mathit{vodka_mod_mod}_i + u_i^{(2)}, \quad (2) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \mathit{health}_{it} = & \beta_0^{(3)} + \beta_1^{(3)}\mathit{age}_{it} + \beta_2^{(3)}\mathit{gender}_{it} + \beta_3^{(3)}\mathit{marital_status}_{it} + \beta_4^{(3)}\mathit{educ_ptu_techn}_{it} + \\ & + \beta_5^{(3)}\mathit{educ_higher}_{it} + \beta_6^{(3)}\mathit{log_average_income}_{it} + \beta_7^{(3)}\mathit{working_status}_{it} + \beta_8^{(3)}\mathit{smoking}_{it} + \\ & + \beta_9^{(3)}\mathit{bmi}_{it} + \beta_{10}^{(3)}\mathit{bmi_square}_{it} + \beta_{11}^{(3)}\mathit{city}_{it} + \beta_{12}^{(3)}\mathit{phys_act}_{it} + \beta_{13}^{(3)}\mathit{pivo_freq_int}_{it} + \\ & + \beta_{14}^{(3)}\mathit{pivo_freq_mod}_{it} + \beta_{15}^{(3)}\mathit{pivo_mod_int}_{it} + \beta_{16}^{(3)}\mathit{pivo_mod_mod}_{it} + a_i^{(3)} + u_{it}^{(3)}, \quad (3) \end{aligned}$$



$$\begin{aligned} health_{it} = & \beta_0^{(4)} + \beta_1^{(4)}age_{it} + \beta_2^{(4)}gender_{it} + \beta_3^{(4)}marital_status_{it} + \beta_4^{(4)}educ_ptu_techn_{it} + \\ & + \beta_5^{(4)}educ_higher_{it} + \beta_6^{(4)}log_average_income_{it} + \beta_7^{(4)}working_status_{it} + \beta_8^{(4)}smoking_{it} + \\ & + \beta_9^{(4)}bmi_{it} + \beta_{10}^{(4)}bmi_square_{it} + \beta_{11}^{(4)}city_{it} + \beta_{12}^{(4)}phys_act_{it} + \beta_{13}^{(4)}vodka_freq_int_{it} + \\ & + \beta_{14}^{(4)}vodka_freq_mod_{it} + \beta_{15}^{(4)}vodka_mod_int_{it} + \beta_{16}^{(4)}vodka_mod_mod_{it} + a_i^{(4)} + u_{it}^{(4)}, \end{aligned} \quad (4)$$

где *health* – самооценка здоровья⁴⁴,

age – возраст индивида,

gender – пол (переменная равна 0, если респондент – мужчина, и 1, если женщина),

marital_status – семейное положение (переменная равна 0, если респондент не состоит в зарегистрированном браке, 1 – в обратном случае),

educ_ptu_tech – профессиональное образование (переменная равна 1, если у респондента самое высшее образование – оконченные ПТУ или техникум, 0 – во всех остальных случаях),

educ_higher – высшее образование (переменная равна 1, если человек имеет диплом о высшем образовании, и 0 – во всех других случаях),

log_average_income – логарифм реального дохода на одного члена домохозяйства (в ценах 2003-го года),

working_status – статус занятости (0, если человек не работает, и 1, если человек работает или находится в оплачиваемом отпуске),

smoking – статус курения (переменная равна 0 для некурящих и 1 – для курящих респондентов),

bmi, *bmi_square* – индекс массы тела и индекс массы тела в квадрате,

city – тип местности (0, если респондент проживает на селе, или ПГТ, 1 – проживает в городе),

phys_act – уровень физической активности (показатель принимает значения от 0 до 4, где 0 соответствует ответу «физкультурой не занимаюсь», а 1, 2 и 3 – по возрастанию степени интенсивности занятия спортом),

pivo_freq_int, *pivo_freq_mod*, *pivo_mod_int*, *pivo_mod_mod* и *vodka_freq_int*, *vodka_freq_mod*, *vodka_mod_int*, *vodka_mod_mod* – категории потребления пива и водки (см. таблицу ниже),

⁴⁴ В модели нижний индекс *i* означает номер индивида, а индекс *t* – номер года; для простоты изложения мы не приводим нижние индексы в описании переменных.



Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

α_i – постоянный фиксированный эффект,

u_i, u_{it} – случайная ошибка и ненаблюдаемые факторы.



ТАБЛИЦА 3

Определение категорий потребления алкогольных напитков (пиво, водка) в зависимости от частоты и объемов потребления

Категория потребления	Пиво				Водка			
	<i>Частое потребление большими количествами</i>	<i>Частое потребление умеренными количествами</i>	<i>Нечастое потребление большими количествами</i>	<i>Нечастое потребление умеренными количествами</i>	<i>Частое потребление большими количествами</i>	<i>Частое потребление умеренными количествами</i>	<i>Нечастое потребление большими количествами</i>	<i>Нечастое потребление умеренными количествами</i>
Характеристики								
Количество дней потребления (в месяц)	14 дней и более	14 дней и более	10-13 дней	10-13 дней	10 дней и более	10 дней и более	6-10 дней	6-10 дней
Объем потребления	1,5 литра и больше	0,5 – 1,5 литра	1,5 литра и больше	0,5 – 1,5 литра	0,5 литра и больше	0,1 – 0,5 литра	0,5 литра и больше	0,1 – 0,5 литра
Обозначение в модели	<i>pivo_freq_int (1)</i>	<i>pivo_freq_mod (2)</i>	<i>pivo_mod_int (3)</i>	<i>pivo_mod_mod (4)</i>	<i>vodka_freq_int (1)</i>	<i>vodka_freq_mod (2)</i>	<i>vodka_mod_int (3)</i>	<i>vodka_mod_mod (4)</i>

Источник: расчеты авторов.



Для того чтобы оценить влияние потребления алкоголя на здоровье будем использовать два типа анализа данных: совместную кросс-секцию (модели 1 и 2) и панельные оценки с фиксированными эффектами (модели 3 и 4). Полученные оценки будут иметь различную интерпретацию. Так, совместная кросс-секция сравнивает разных людей между собой. В этом случае мы предполагаем, что условно на год проведения опроса и множество используемых регрессоров, все респонденты идентичны. Панельное оценивание сравнивает одного и того же человека во времени, а затем усредняет результаты по всем таким оценкам. Здесь мы полагаем, что все индивидуальные особенности людей не меняются во времени (являются фиксированными эффектами). Результаты оценивания с помощью совместной кросс-секции и панельного анализа данных приведены в таблицах ниже.

Как видно из таблиц, все основные гипотезы подтвердились. В панельных оценках часть переменных оказалась незначимой (логарифм среднего дохода, статус курения и тип местности) в силу слабой вариации этих факторов для каждого отдельного человека в течение наблюдаемого периода (11 лет).

Как видно из анализа кросс-секции, на здоровье человека значимо и отрицательно влияют следующие типы потребления алкоголя: *частое потребление пива большими количествами*, а также *частое потребление водки большими количествами* и *нечастое потребление водки большими количествами*. Это означает, что люди, для которых характерен один из приведенных типов потребления спиртных напитков, при прочих равных условиях, имеют здоровье хуже в сравнении с теми людьми, которые не относятся ни к одному из используемых в модели типов потребления. Относительно величины коэффициентов при *dummy*-переменных различных типов потребления алкоголя можно отметить, что наибольший отрицательный вклад в здоровье вносит частое потребление водки большими количествами, далее идет нечастое потребление водки большими количествами; частое потребление пива большими количествами вносит наименьший вклад в ухудшение здоровья.

В панельных оценках *нечастое потребление пива умеренными количествами* связано с более хорошим здоровьем (коэффициент значимый и положительный). В данном случае нельзя говорить о причинно-следственной связи, а только о наличии значимой корреляции. Для водки коэффициент при частом потреблении большими количествами оказался незначим, так как люди, попадающие в эту группу потребления, находятся в ней достаточно долго (слабая вариация переменной). Тем не менее, коэффициенты при *частом потреблении водки умеренными количествами* и *нечастом потреблении водки большими количествами* значимы и отрицательны, т.е. переход к таким типам потребления водки ухудшает здоровье человека.

ТАБЛИЦА 4

Влияние потребление алкоголя на здоровье человека, кросс-секция (2000-2011 гг.)

Зависимая переменная: самооценка здоровья	(1)	(2)
Возраст	-0.0200*** (0.000125)	-0.0200*** (0.000125)
Пол: Женщины	-0.149*** (0.00424)	-0.149*** (0.00424)
Семейное положение: Женат/Замужем	0.0176*** (0.00399)	0.0176*** (0.00399)
Наличие профессионального образования	0.00778* (0.00425)	0.00764* (0.00425)
Наличие высшего образования	0.0647*** (0.00513)	0.0646*** (0.00513)
Логарифм среднего дохода домохозяйства	0.00807*** (0.00207)	0.00798*** (0.00207)
Статус занятости: Работает	0.101*** (0.00431)	0.100*** (0.00431)
Статус курения: Курит	-0.0653*** (0.00446)	-0.0646*** (0.00445)
Индекс массы тела	0.0619*** (0.00251)	0.0620*** (0.00251)
Индекс массы тела в квадрате	-0.00116*** (4.31e-05)	-0.00116*** (4.31e-05)
Тип местности: Город	-0.0726*** (0.00404)	-0.0725*** (0.00404)
Уровень физической активности	0.0263*** (0.00186)	0.0262*** (0.00186)
Пиво: тип потребления 1	-0.0590* (0.0332)	
Пиво: тип потребления 2	-0.0274 (0.0218)	
Пиво: тип потребления 3	-0.00526 (0.0324)	
Пиво: тип потребления 4	0.0311 (0.0217)	
Водка: тип потребления 1		-0.144*** (0.0354)
Водка: тип потребления 2		-0.0190 (0.0247)
Водка: тип потребления 3		-0.0870*** (0.0397)
Водка: тип потребления 4		-0.0216 (0.0258)
Константа	2.199*** (0.0382)	2.198*** (0.0382)
Временные эффекты (на годы)	Да	Да
Количество наблюдений	114,061	114,061
R-квадрат	0.291	0.291

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне; ** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

ТАБЛИЦА 5

Влияние потребление алкоголя на здоровье человека, панельный анализ (2000-2011 гг.)

Зависимая переменная: самооценка здоровья	(3)	(4)
Возраст	-0.0130*** (0.000617)	-0.0128*** (0.000617)
Семейное положение: Женат/Замужем	0.0160** (0.00724)	0.0160** (0.00724)
Наличие профессионального образования	0.0133* (0.00705)	0.0129* (0.00705)
Наличие высшего образования	0.0399*** (0.0111)	0.0392*** (0.0111)
Логарифм среднего дохода домохозяйства	0.00300 (0.00219)	0.00307 (0.00219)
Статус занятости: Работает	0.0615*** (0.00558)	0.0612*** (0.00558)
Статус курения: Курит	-0.0118 (0.00808)	-0.0114 (0.00808)
Индекс массы тела	0.0313*** (0.00391)	0.0313*** (0.00391)
Индекс массы тела в квадрате	-0.000476*** (6.63e-05)	-0.000476*** (6.63e-05)
Тип местности: Город	-0.0114 (0.138)	-0.0159 (0.138)
Уровень физической активности	0.00571*** (0.00190)	0.00562*** (0.00190)
Пиво: тип потребления 1	0.0262 (0.0320)	
Пиво: тип потребления 2	-0.0228 (0.0209)	
Пиво: тип потребления 3	0.0299 (0.0300)	
Пиво: тип потребления 4	0.0463** (0.0202)	
Водка: тип потребления 1		-0.00454 (0.0329)
Водка: тип потребления 2		-0.0999*** (0.0233)
Водка: тип потребления 3		-0.161*** (0.0360)
Водка: тип потребления 4		-0.0204 (0.0232)
Константа	2.200*** (0.112)	2.191*** (0.112)
Количество наблюдений	114,061	114,061
R-квадрат	0.27	0.27
Количество групп в наблюдениях	28,746	28,746

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне; ** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

Во второй части анализа мы оцениваем вклад разных факторов в вероятности наличия различных хронических заболеваний (ХЗ). Поскольку среди всех факторов нас в большей степени интересует влияние потребления алкоголя, то в итоговой таблице мы приводим только эти интересующие нас переменные (см. таблицу ниже).

ТАБЛИЦА 6

Влияние потребления алкоголя на вероятности наличия хронических заболеваний печени, почек и ЖКТ, probit-анализ (2000-2011 годы)

Тип потребления алкоголя	ХЗ печени	ХЗ почек	ХЗ ЖКТ
<i>pivo_freq_int</i>	0.266*** (0.101)	0.0943 (0.113)	-0.0126 (0.0869)
<i>pivo_freq_mod</i>	0.0651 (0.0739)	-0.0991 (0.0830)	-0.0821 (0.0579)
<i>pivo_mod_int</i>	0.274*** (0.101)	0.0944 (0.113)	0.113 (0.0825)
<i>pivo_mod_mod</i>	-0.00189 (0.0782)	-0.0772 (0.0818)	-0.0856 (0.0586)
<i>vodka_freq_int</i>	0.529*** (0.0890)	0.143 (0.109)	0.156* (0.0838)
<i>vodka_freq_mod</i>	0.0693 (0.0735)	-0.0676 (0.0828)	-0.0965 (0.0616)
<i>vodka_mod_int</i>	0.264** (0.116)	0.197 (0.123)	0.0577 (0.101)
<i>vodka_mod_mod</i>	-0.0479 (0.0845)	-0.117 (0.0917)	-0.0760 (0.0654)
Число наблюдений	118,497	118,497	118,497

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне; ** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

Как видно из таблицы, вероятность наличия хронического заболевания печени повышает как *частое*, так и *нечастое потребление пива большими количествами*, а также *частое* и *нечастое потребление водки большими количествами*. При этом наибольший вклад в вероятность наличия хронического заболевания печени вносит частое потребление водки большими количествами. На вероятность наличия хронического заболевания ЖКТ значимо влияет только *частое потребление водки большими количествами*. Значимого влияния типов потребления алкоголя на хроническое заболевание почек не выявлено.

1.4. Определение ценовой доступности отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в странах-членах ОЭСР и странах-партнерах ОЭСР

Цена является важнейшим фактором, влияющим на уровень потребления алкоголя, и ей посвящено большое количество исследований.⁴⁵ Большинство теоретических работ показывают, что снижение экономической доступности является одним из наиболее эффективных способов решения проблемы, связанной с экономическим и социальным ущербом от чрезмерного алкогольного потребления.⁴⁶ В практическом аспекте стоит отметить, что в последние годы в странах-членах ЕС усиливается роль ценового фактора при формировании акцизной политики и именно цена признается сейчас эффективным инструментом для решения проблемы чрезмерного потребления алкоголя, поскольку потребители реагируют на изменение цены на алкоголь так же, как в отношении любых других товаров.

Цена на алкогольную продукцию менее чем наполовину определяется издержками производителя, остальной вклад в формирование розничной цены составляют акциз, которым облагаются алкогольные напитки, НДС и торговые наценки со стороны дистрибьюторов и розничных сетей. Поэтому разница в розничной цене алкогольных напитков, реализуемых в разных странах, объясняется прежде всего уровнем налогообложения, в меньшей степени – издержками производителя. В частности, в большинстве стран доля акциза и НДС в литре пива составляет 30-35% в розничной цене,⁴⁷ чему соответствует и российская структура цены пива. При этом величина торговых наценок в отношении напитков, произведенных в стране и вне ее пределов, практически идентична. Таким образом, существенная разница в уровне налогообложения алкогольной продукции приводит к смещению спроса в сторону импортной продукции, причем покупаемой за ее пределами страны проживания (так называемый «cross-border shopping», о чем уже говорилось выше).⁴⁸

Сравнительный анализ средней розничной цены пива в мире выявил практически аналогичную картину, что и исследование уровня налогообложения. В так называемых «северных» странах (Норвегия, Финляндия, Канада, Великобритания, Дания) на протяжении достаточно длительного времени сохраняется высокий уровень розничных цен на алкогольную продукцию, в то время как Россию следует отнести к группе стран со средним

⁴⁵ Selvanathan E.A. «Cross-country alcohol consumption comparison: an application of the Rotterdam demand system», *Applied Economics*, 1991, №23, pp. 1613-1622

⁴⁶ Thomas G. «Analysis of Beverage Alcohol Sales in Canada», *Alcohol Price Policy Series*, Report 2 of 3, November 2012

⁴⁷ <http://www.camra.org.uk/>

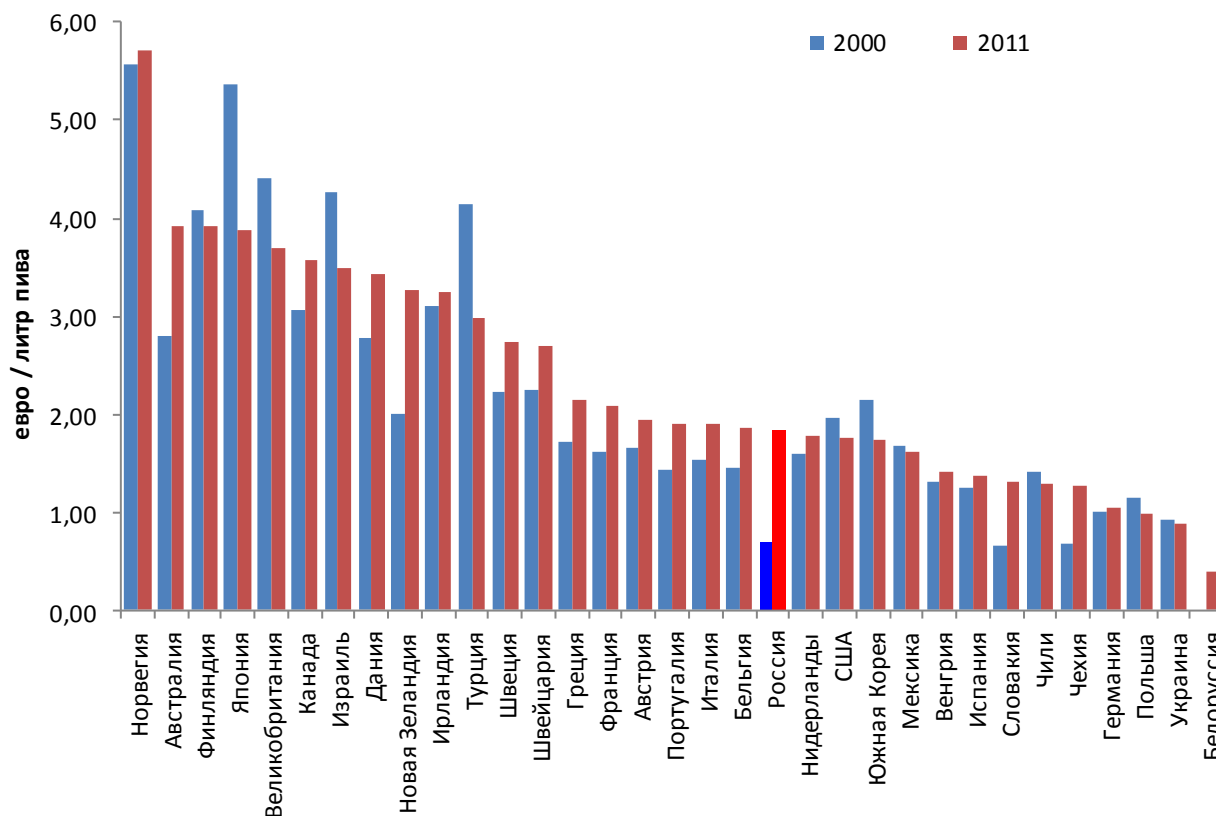
⁴⁸ Crawford I, Tanner S. «Bringing it all back home: Alcohol taxation and cross-border shopping», *Fiscal Studies*, May 1995, vol.16, no.2, p.94-114

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

уровнем цен (см. рис. ниже). Причем нынешний уровень цен является результатом антиалкогольной кампании последнего времени, тогда как десятилетие назад цены на пиво в России были минимальными по сравнению со странами ОЭСР и даже некоторых стран СНГ.

РИСУНОК 20

Динамика номинальных розничных цен на пиво в странах ОЭСР, СНГ и России



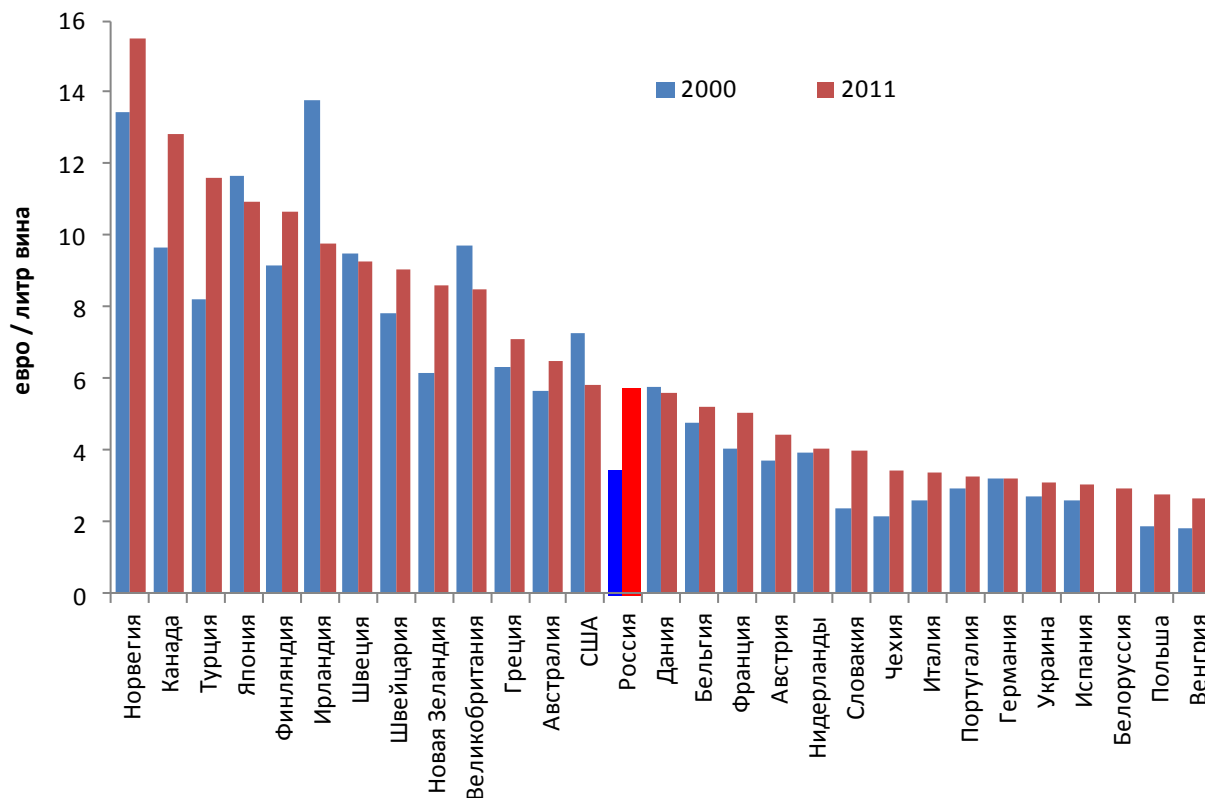
Примечание: при расчетах использовался среднегодовой валютный, за исключением Белоруссии – в связи с резким ослаблением национальной валюты для расчетов использовался обменный курс на конец 2011 г.
 Источник: расчеты авторов на основании данных Евромонитора

По стоимости вина Россия также находится в категории стран среднего ценового сегмента (см. рис. ниже), хотя рост розничных цен на вино (в пересчете на евро) за минувшее десятилетие был менее значимый, чем цен на пиво.

РИСУНОК 21

Динамика номинальных розничных цен на вино в странах ОЭСР, СНГ и России

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



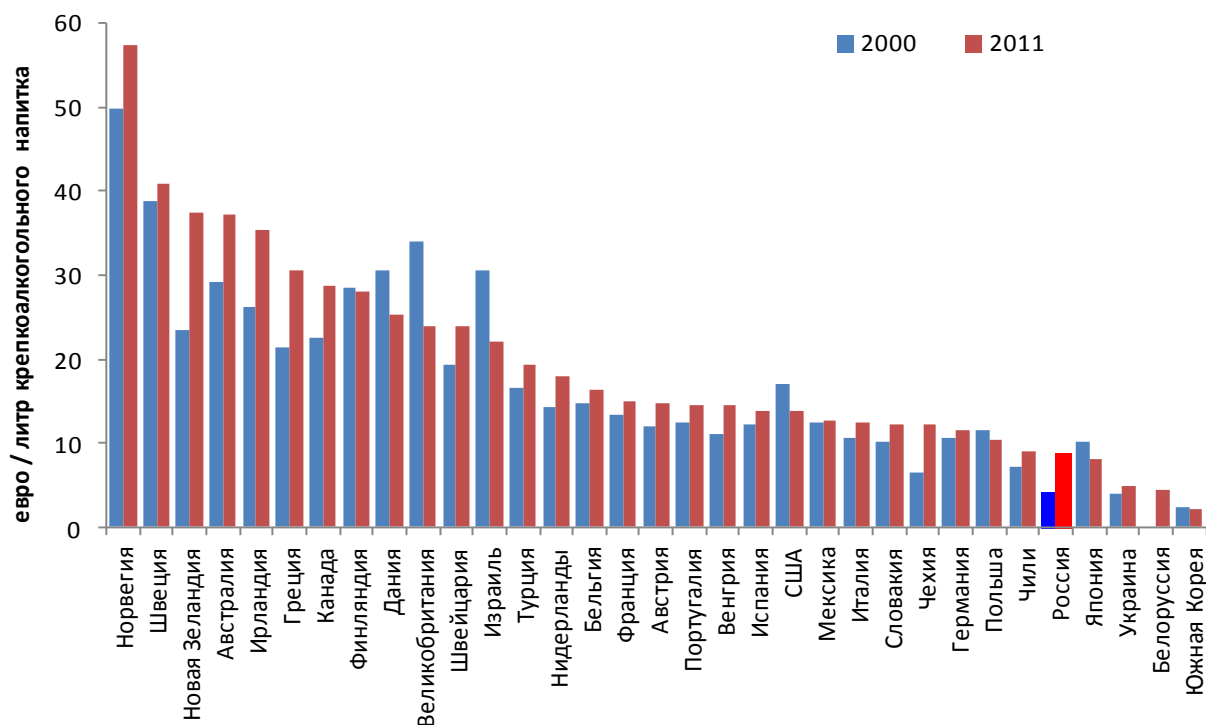
Примечание: при расчетах использовался среднегодовой валютный, за исключением Белоруссии – в связи с резким ослаблением национальной валюты для расчетов использовался обменный курс на конец 2011 г.
 Источник: расчеты авторов на основании данных Евромонитора

Наконец, если рассматривать межстрановую картину в отношении крепкого алкоголя, то состав стран-лидеров по уровню цен и стран с наиболее доступным алкоголем практически не поменялся. Именно поэтому ситуация в ценообразовании на крепкий алкоголь в России, так же как и в вопросе налогообложения, представляется весьма нетипичной: на крепкий алкоголь установились крайне низкие цены, сопоставимые с другими странами СНГ (см. рис. ниже).

РИСУНОК 22

Динамика номинальных розничных цен на крепкоалкогольные напитки в странах ОЭСР, СНГ и России

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



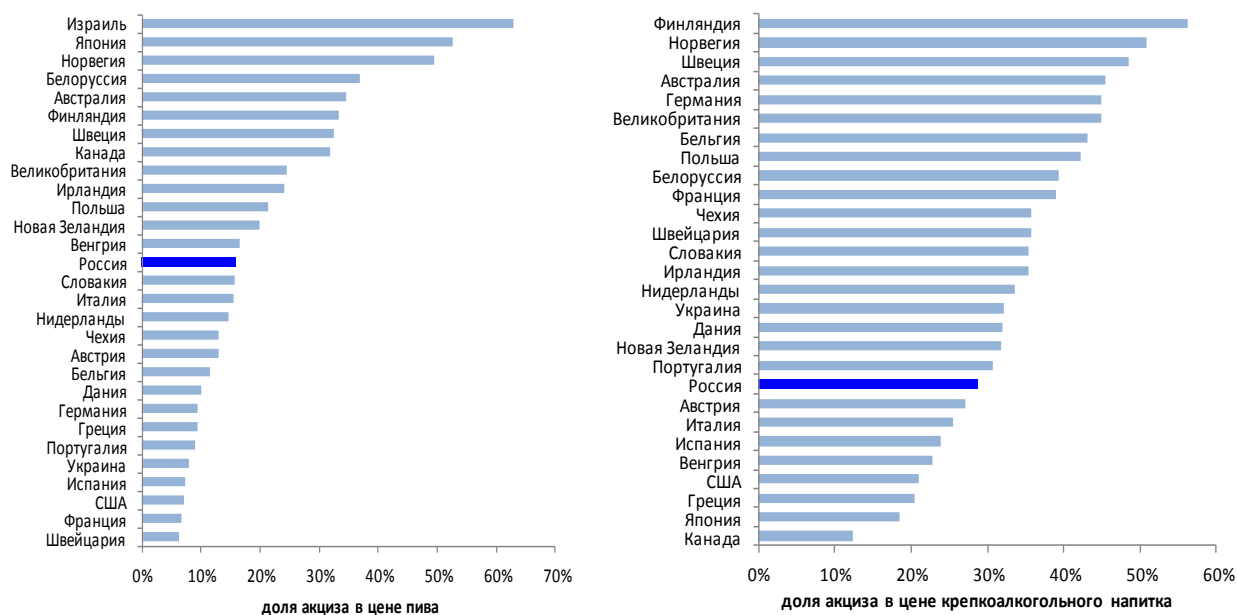
Примечание: при расчетах использовался среднегодовой валютный, за исключением Белоруссии – в связи с резким ослаблением национальной валюты для расчетов использовался обменный курс на конец 2011 г.
 Источник: расчеты авторов на основании данных Евромонитора

При столь существенном различии в розничных ценах на алкогольные напитки разной крепости имеет смысл привести долю акциза в цене пива и крепкого крепкоалкогольных напитков (см. рис. ниже). Приведенные расчеты показывают, что доля акциза в структуре цены на пиво превышает средний по ОЭСР уровень, тогда как акциз на крепкий алкоголь занимает гораздо меньшую долю в розничной цене, чем в странах с успешными примерами антиалкогольной кампании.

РИСУНОК 23

Доля акциза в розничной цене на алкогольные напитки в странах ОЭСР, СНГ и России в 2011 году

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



Источник: расчеты авторов на основании данных Еврокомиссии, ОЭСР и Евромонитора.

Примечание: ставки по Норвегии, Израилю, России, Белоруссии и Украине приведены на начало 2012 года.

Эксперты сходятся во мнении, что, так же как и акцизы, изменение цены на алкоголь должно быть не ниже уровня инфляции с тем, чтобы цена стала эффективным инструментом для решения проблем, связанных с вредом чрезмерного потребления алкоголя. Если же рост цены на алкоголь отстает от роста цен на другие товары, то возрастает угроза здоровью и безопасности населения. А ряд исследователей полагает, что ценовой фактор в данном случае может стать даже более эффективным по сравнению с акцизами, т.к. поступления от акцизов не компенсирует связанные с алкоголем издержки.⁴⁹ Так, незначительное повышение акцизов (к примеру, на уровне инфляции) может вообще не сказаться на цене реализации продукции, и если создается такая ситуация, то даже несмотря на рост налоговых поступлений в бюджет, не достигаются основные социальные цели политики повышения акцизов.

Впрочем, несмотря на полученные теоретические выводы, во многих странах наблюдается снижение реальной цены на алкоголь. Например, в Канаде такая тенденция прослеживается уже 10 лет.⁵⁰ В Великобритании и Ирландии за последние 20 лет цены на алкоголь, реализуемый в розницу, снижались (в реальном выражении), а на алкоголь, реализуемый в барах, ресторанах и других общественных местах – росли.⁵¹ Во многих других странах ЕС также наблюдается снижение реальных цен на алкоголь. Как показывают

⁴⁹ Rabinovich L., Hunt P., Staetsky L., Goshev S., Nolte E., Pedersen J.S., Tiefensee C. «Further study on the affordability of alcoholic beverages in the EU», The RAND Corporation, 2012;

<http://new-futures.org/sites/default/files/PolEcon%20Executive%20SummaryFINAL.pdf>

⁵⁰ Thomas G. «Analysis of Beverage Alcohol Sales in Canada», Alcohol Price Policy Series, Report 2 of 3, November 2012

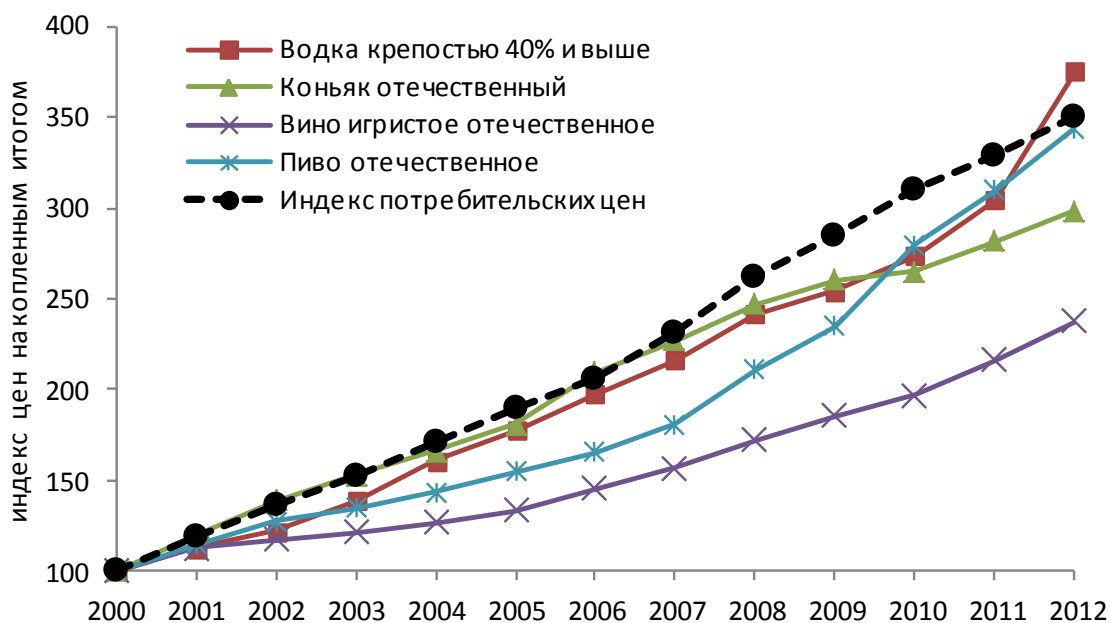
⁵¹ Leicester A. «Alcohol pricing and taxation policies», IFS Briefing Note, BN124, 2011

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

приведенные ниже данные, розничные цены на алкогольную продукцию в России демонстрируют аналогичную динамику, отставая от инфляции.

РИСУНОК 24

Динамика индекса номинальных средних потребительских цен за 1 литр готовой алкогольной продукции в России



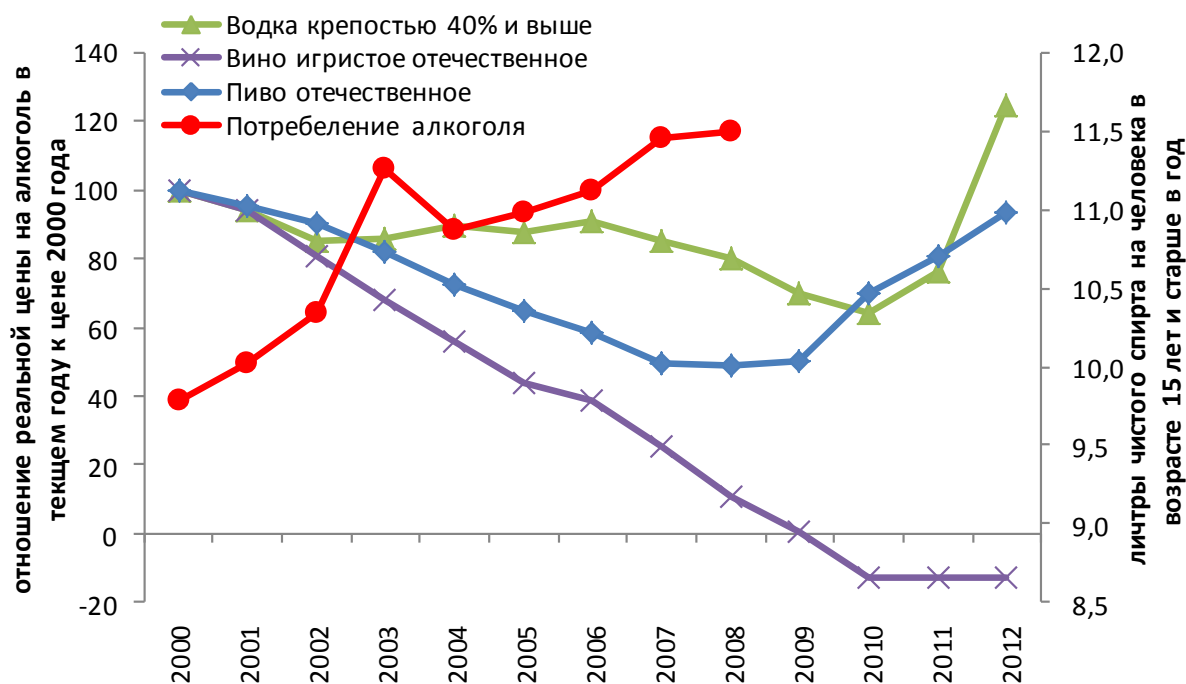
Источник: расчеты авторов на основании данных Росстата

Таким образом, несмотря на существующее противоречие между исследователями относительно зависимости цены на алкоголь и уровнем потребления, в отношении России такая связь подтверждается статистически (см. рис. ниже).

РИСУНОК 25

Динамика индекса реальных средних потребительских цен за 1 литр готовой алкогольной продукции и удельного потребления алкоголя в России

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



Источник: расчеты авторов на основании данных Росстата и Всемирной организации здравоохранения

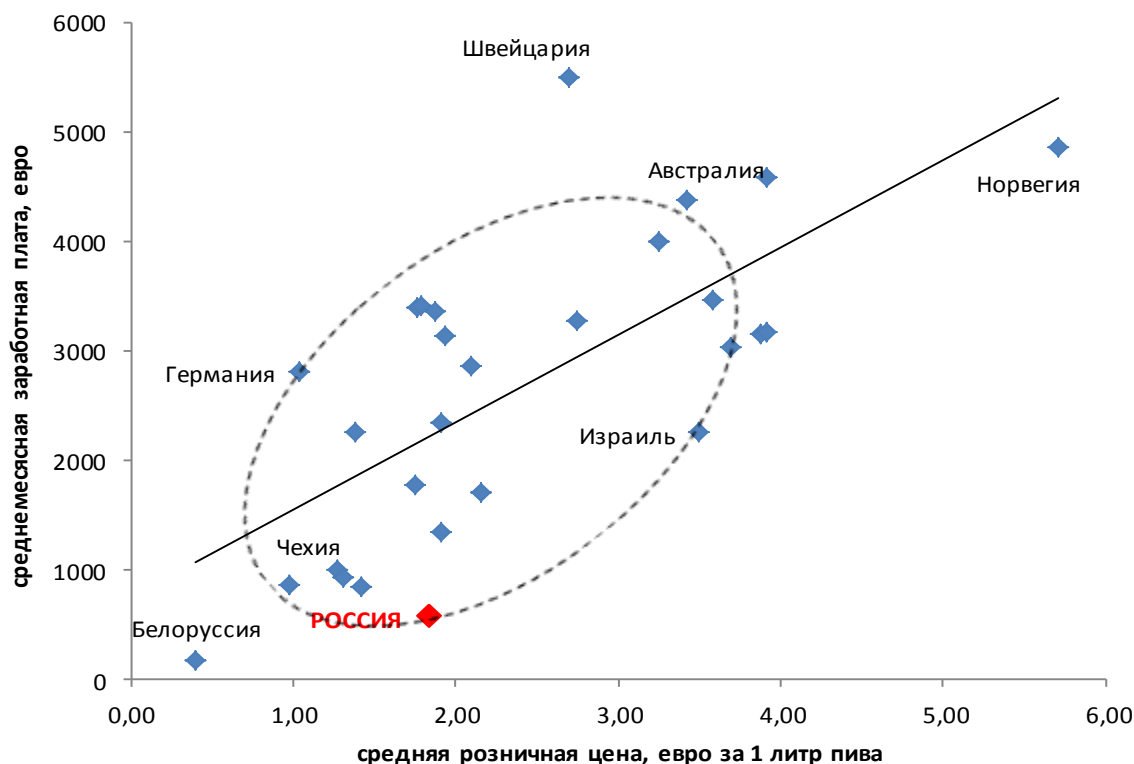
Наиболее целесообразным анализом ценовой доступности алкогольных напитков представляется сопоставление уровня дохода на душу населения и средней розничной цены, установившейся в каждой стране. При этом следует учесть, что расходы на потребление алкоголя для менее обеспеченных лиц отвлекают гораздо большую часть дохода, чем для обеспеченных граждан. Поэтому рост цены, который чаще всего является следствием повышения акциза на алкоголь, становится более тяжелым бременем для малообеспеченных слоев населения.

В настоящее время цена на пиво в России сопоставима с развитыми странами при том, что уровень доходов населения в существенно ниже аналогичных показателей в ЕС (см. рис. ниже). Это говорит о том, что потенциал дальнейшего роста цены на пиво (при умеренном росте доходов населения) крайне незначителен.

РИСУНОК 26

Ценовая доступность пива в странах ОЭСР, СНГ и России в 2011 году

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



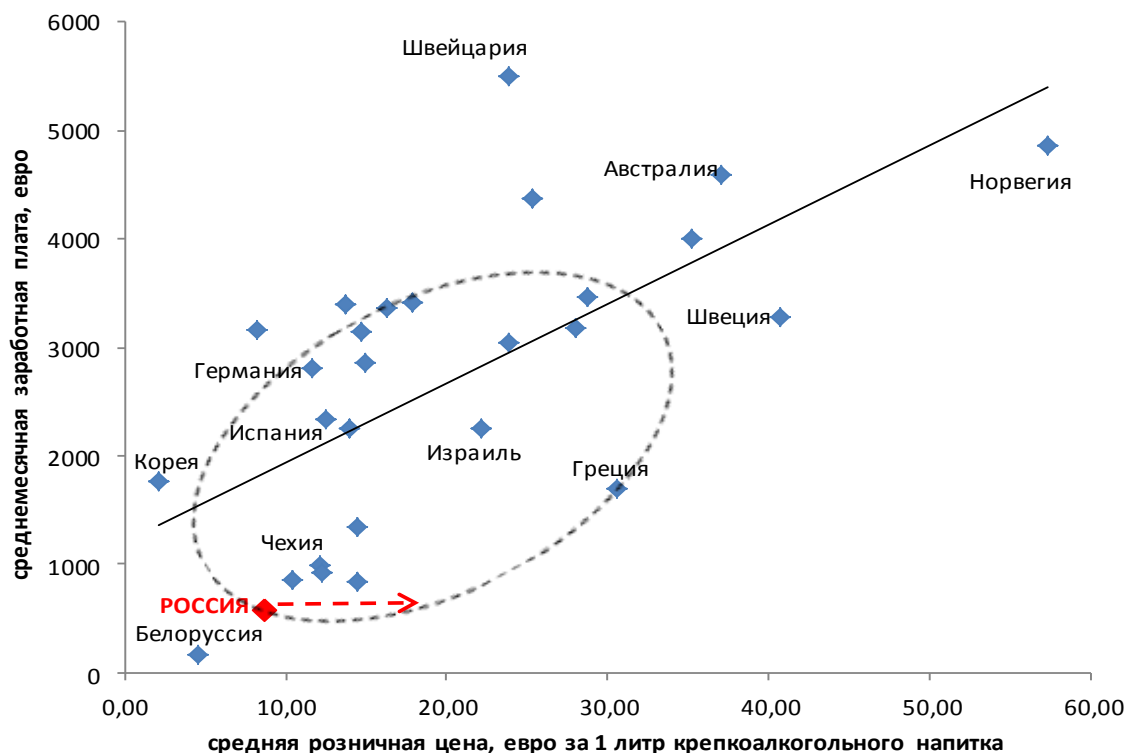
Источник: расчеты авторов на основании данных Евромонитора и ОЭСР

В то же время розничная цена крепкоалкогольных напитков в России является одной из самых низких по сравнению с другими странами (минимальный уровень установлен только в Корее и Белоруссии) (см. рис. ниже). Учитывая, что средняя цена крепкоалкогольных напитков в странах-членах ОЭСР более чем в два раза превышает российский показатель, то можно говорить о потенциале двукратного роста цены на крепкий алкоголь.

РИСУНОК 27

Ценовая доступность крепкоалкогольных напитков в странах ОЭСР, СНГ и России в 2011 году

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



Источник: расчеты авторов на основании данных Евромонитора и ОЭСР

Таким образом, канадские эксперты обозначили, какие элементы должна включать в себя ценовая политика в отношении алкоголя:

- индексация цен на алкогольные напитки как минимум на уровне инфляции;
- установление цен исходя из содержания алкоголя в готовом продукте (т.е. стимулирование потребления слабоалкогольных напитков);
- установление минимальных цен.⁵²

Последняя мера сейчас особенно актуальна для развитых странах, поскольку ставит своей целью снижение доступности дешевого алкоголя, который потребляет молодежь и сильно пьющее население. Однако некоторые исследования показывают, что сильно пьющее население и молодежь менее чувствительны к изменениям цен на алкоголь, чем умеренные потребители.⁵³

⁵² Thomas G. «Analysis of Beverage Alcohol Sales in Canada», Alcohol Price Policy Series, Report 2 of 3, November 2012

⁵³ <http://spirits.eu/files/98/alcohol-taxation-pricing-and-alcohol-related-harm2.pdf>

1.5. Определение социально и экономически обоснованного уровня обложения акцизом отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в России на среднесрочную и долгосрочную перспективы

Общеизвестно, что сущность налогов проявляется в их функциях. Специфика обложения алкогольной продукции проявляется в ее подакцизном статусе (на долю акцизов приходится более 70% всех налоговых поступлений от производителей алкогольной продукции), а сам акциз является важным элементом политики ценообразования в алкогольной отрасли. Как было рассмотрено выше, за акцизами традиционно закрепляют две функции – фискальную и регулирующую (в части полноправного инструмента антиалкогольной кампании). Однако реальные возможности извлечения «двойного дивиденда» при налогообложении алкогольной отрасли сильно преувеличены, так как заметное увеличение ставок акцизов при одновременном проведении мер, ограничивающих оборот алкогольной продукции, приводят к сужению налоговой базы, как за счет сокращения объема потребления, так и вследствие ухудшения собираемости акциза. Неиндексация ставок или индексация на уровне инфляции косвенно стимулирует рост алкоголизации общества. На наш взгляд, рассматривать акцизы на алкоголь в качестве одного из приоритетных источников пополнения бюджета недопустимо. За последнее десятилетие прослеживается устойчивая тенденция к снижению объемов поступлений акцизов в долях ВВП, который в последние годы варьировался по странам ОЭСР в пределах всего лишь 0,1-0,7% ВВП. Поэтому стратегически более оправдано рассматривать акцизную политику в качестве одной из системных мер, направленных на снижение масштаба проблем, связанных с алкоголем.

Анализ уровня акцизной нагрузки и сложившейся ситуации с потреблением алкоголя и его доступностью в России позволяет сделать вывод о проявлении признаков бессистемности в проводимой в последние годы в алкогольной отрасли акцизной политики и о неопределенности позиции властей относительно того, какой тип потребления в России должен быть сформирован в долгосрочной перспективе. Если в конце 1990-х годов в России доминировал так называемый «северный» тип потребления алкоголя, отличающийся высокой долей крепкоалкогольных напитков в структуре потребления (на 1995 г. доля крепкого алкоголя составляла порядка 80% в пересчете на чистый спирт на душу населения в возрасте 15 лет и старше), то проведение довольно «щадящей» акцизной политики, предусматривавшей индексацию акцизных ставок на уровне инфляции, и выдерживавшей соотношение акцизной нагрузки на литр чистого спирта между крепким алкоголем и пивом на уровне 3:1, позволило уже к 2009 г. (когда было принято решение о непропорциональном индексировании ставок по видам алкогольной продукции) снизить долю крепкоалкогольных напитков в структуре потребления до 51%, одновременно нарастив потребление пива до 38% против 14% в 1995 г.

Другими словами, на практике вплоть до 2010 года наблюдалась переориентация текущего потребления в сторону слабых алкогольных продуктов.

Однако позитивная тенденция была прервана после проведения индексирования ставок акциза на пиво с 2010 г. как одной из фискальных мер по сокращению дефицита бюджета. В итоге, акцизная нагрузка на крепкий алкоголь и пиво практически сравнялась (в пересчете на чистый спирт), что уже само по себе перестало обеспечивать каких-либо ценовых сигналов к переключению потребления на слабоалкогольную продукцию. Более того, по нашим расчетам, после изменения акцизов эластичности спроса по цене и по доходу на пиво выросли, а на водку, наоборот, упали. Это означает, что потребители стали чувствительнее к цене пива (пиво стало относительно более дорогим товаром) и менее чувствительны к цене водки. В этой связи не исключено обратное изменение структуры потребления в сторону «северного» типа.

Поскольку очевидность коррекции ставок акциза на алкоголь (хотя и в разной степени для каждого вида продукции) не вызывает сомнения, актуальность приобретает формирование перечня ограничений (индикаторов), которыми можно будет руководствоваться при выработке предложений по индексации ставок на среднесрочную и долгосрочную перспективу. В целях повышения объективности рекомендаций по установлению размеров акцизов на основные виды алкогольной продукции будем придерживаться определенными на основании международных сопоставлений границ повышения ставок акцизов. В частности, целесообразно говорить о следующих видах ограничений:

Ограничение 1. Влияние потребления алкоголя на здоровье человека

Смысл этого ограничения сводится к тому, чтобы стимулировать переориентацию текущего потребления в сторону слабых алкогольных продуктов, что позволит в определенной степени снизить негативное влияние на здоровье нации. В частности, в качестве ориентира оптимальной структуры потребления алкогольных напитков можно взять уже упоминавшуюся нами ранее пропорцию между потреблением пива, вина и крепких напитков в долях 50:35:15%. В настоящее время в России это отношение для розничных продаж составляет 38:11:51%, т.е. акцизная политика должна обеспечивать наибольший рост акцизного бремени на крепкий алкоголь, при этом наименьшая нагрузка должна приходиться на вино.

Если говорить непосредственно о соотношении потребления пива и крепкого алкоголя, то максимально негативное влияние на здоровье человека оказывают *частое потребление пива большими количествами* и *потребление крепкого алкоголя большими количествами*. При этом также остается нежелательным сохранение частого потребления крепкого алкоголя

умеренными количествами. Таким образом, с учетом проводимых ранее исследований⁵⁴ относительно степени падения уровня здоровья при злоупотреблении алкоголем можно рекомендовать в качестве *минимально оправданного* соотношения ставки акцизов на пиво и крепкий алкоголь за 1 литр готовой продукции как **11:1**, с последующим увеличением этой разницы до соотношения **18:1**.

Ограничение 2. Финансовая доступность алкогольной продукции

Данное ограничение определяет ценовую доступность пива и крепкого алкоголя для потребителей. В качестве результирующего показателя используется объем алкогольного продукта (в литрах), который может позволить себе купить работник за среднемесячную заработную плату в России и за рубежом (при контроле за ценой продукта). Как было приведено выше на рис. 28, *потенциал повышения средней цены на пиво относительно бюджетных возможностей потребителя практически исчерпан*. Принимая во внимание тот факт, что в России практически самая низкая цена на крепкий алкоголь среди стран ОЭСР, а также с учетом уровня доходов населения *потенциал повышения средней цены на крепкий алкоголь относительно бюджетных возможностей оценивается нами в размере до 1,5-2,0 раз* (см. рис. 29).

Ограничение 3. Акциз как регулирующая мера для ограничения потребления алкогольных напитков

В России доля акциза в розничной цене по итогам 2011 г. составила 16% для пива и 29% для крепкого алкоголя, что в обоих случаях не только существенно уступает данному показателю в северных странах (где традиционно высокие ставки акциза), но и ниже средних значений по всем странам ОЭСР. При этом в наиболее развитых странах ОЭСР доля акциза в цене на алкоголь является весьма стабильной, поскольку очевидное дальнейшее повышение ставок грозит сделать алкогольный бизнес экономически нерентабельным, а в условиях низкой общей эластичности спроса на алкогольную продукцию это приведет к ускоренному развитию теневого сектора. Таким образом, отклонение доли акциза на пиво и крепкий алкоголь от среднего уровня стран ОЭСР является основанием для выработки предложений к повышению ставок акцизов на пиво и крепкий алкоголь в России.

⁵⁴ Отчет ИЭП о выполнении научно-исследовательской работы по теме «Анализ текущего состояния налогообложения алкогольной отрасли в Российской Федерации и оценка последствий повышения ставок акциза на алкогольную продукцию», 2011.

Поскольку социальная функция акциза является одним из основных инструментов регулирования потребления алкогольной продукции, то сопоставление уровней потребления алкоголя с величиной акцизных ставок, действующих в России и других странах, позволяет определить потенциал их повышения. Как было рассмотрено в разделах 1.2 и 1.3 настоящего отчета, Россия по ставкам акциза и объему подушевого потребления пива находится среди стран с традиционно сложившейся культурой пивоварения и высоким уровнем его потребления. В целях стимулирования переориентации потребления на слабоалкогольную продукцию посредством перехода сначала к «пивному» типу потребления как промежуточному этапу в сторону увеличения доли винной компоненты *потенциал повышения ставки без существенной потери потребителей варьируется в пределах 1,2-1,5 раза.*

Что же касается крепкого алкоголя, то при самом большом его подушевом потреблении в России действует самая низкая ставка акциза. Поэтому как в целях фискального эффекта, так и обеспечивая необходимость ограничения потребления крепкого алкоголя, на наш взгляд, *потенциал повышения ставки акциза по алкогольной продукции с объемной долей этилового спирта свыше 25% в долгосрочной перспективе оценивается от 2,5 до 3 раз.*

Однако при принятии решения о дальнейшей индексации ставок акцизы в ближайшей перспективе необходимо учитывать сложившийся уровень собираемости акцизов на алкоголь. Для этого представляется возможным применить показатель С-эффективность (*Ci-efficiency*), который используется при анализе собираемости НДС.⁵⁵ Данный показатель будем рассчитывать по следующей формуле:

$$\text{Коэффициент}_\text{собираемости} = \frac{\text{Налоговые}_\text{начисления, руб.}}{\text{Базовая}_\text{налоговая}_\text{ставка, руб./л.} * \text{Объём}_\text{реализации, л.}}$$

Значение коэффициента собираемости можно интерпретировать двумя способами:

- 1) данный показатель говорит о том, какая доля базы эффективно облагается налогом;
- 2) коэффициент собираемости показывает, какой объем начислений акциза в долях базы приходится на 1 процентный пункт базовой ставки акциза.

Для того чтобы учесть в данном показателе эффективность администрирования, в том числе противодействие уклонению от уплаты акциза, в качестве характеристики истинной базы налога, то есть базы, включающей и не отраженную в декларациях часть, связанную с уклонением от налогообложения, используется объем розничной реализации⁵⁶ (согласно методике и Росстата, и Евромонитора данный индикатор характеризует совокупный объем продаж учтенного и неучтенного алкоголя населению страны).

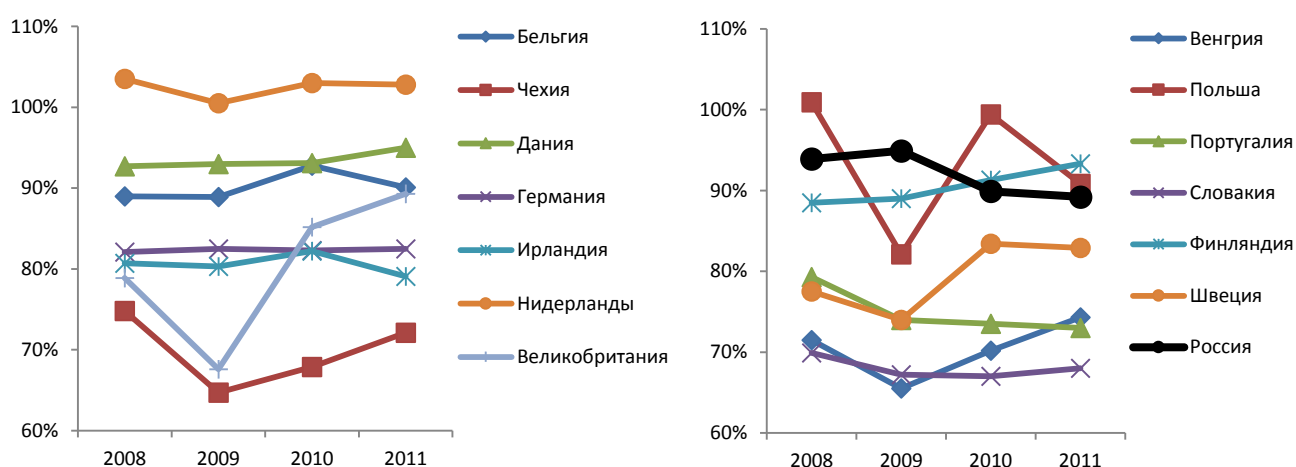
⁵⁵ А. Ю. Кнобель, С. Г. Синельников-Мурылёв, И. А. Соколов. Качество администрирования налога на добавленную стоимость в странах ОЭСР и России // Прикладная эконометрика, №1 (21) 2011 г.

⁵⁶ По данным Евромонитора об объеме продаж продукции.

Высокое значение коэффициента собираемости косвенно свидетельствует о незначительности теневого сектора в данном сегменте рынка. Динамика коэффициентов собираемости в странах ЕС и России, приведенная на рис. ниже, говорит о достаточно высоком качестве налогового администрирования в России в отношении реализации пива, в целом несколько выше среднеевропейского уровня. Однако начало негативной динамики коэффициента в России совпало с трехкратным ростом акцизов в 2010 году.

РИСУНОК 30

Динамика коэффициента собираемости акцизов на пиво в странах ЕС и России в 2008-2011 гг.



Примечание: теоретически коэффициент собираемости не может превышать 100%. По ряду стран в отдельные годы его значение несколько превысило данный рубеж, что может быть списано на условность расчетов, существующую неточность в оценках объемов потребления и принятых допущениях о средней доле алкоголя в продукции (5% в пиве и 40% в крепком алкоголе).

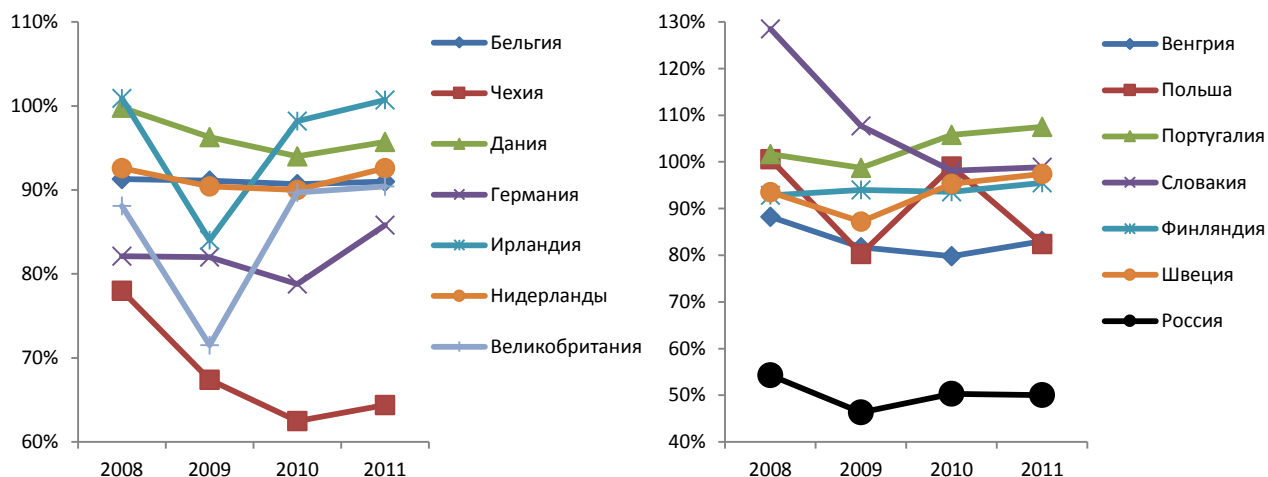
Источник: расчеты авторов на основании данных ЕС, Налогового Кодекса РФ и Росстата

В отношении налогового администрирования крепкоалкогольных напитков ситуация в России противоположная: по нашим оценкам, теневой сектор в России сопоставим с официальными продажи крепких напитков (см. рис. ниже). При этом необходимо обратить внимание, что самый низкий среди рассмотренных стран ЕС уровень собираемости акцизов на крепкий алкоголь практически не изменялся в последние годы, несмотря на щадящую акцизную политику - темпы роста акцизных ставок в течение последних лет зачастую даже не компенсировали инфляцию.

РИСУНОК 31

Динамика коэффициента собираемости акцизов на крепкоалкогольные напитки в странах ЕС и России в 2008-2011 гг.

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



Источник: расчеты авторов на основании данных ЕС, Налогового Кодекса РФ и Росстата

Следовательно, индексация акцизных ставок должна сопровождаться принятием действенных мер администрирования, чтобы снизить вероятность дальнейшего роста теневого сектора и, как следствие, сокращения общих налоговых поступлений отрасли.

Таким образом, руководствуясь общим правилом постепенного доведения величины акциза по алкогольной продукции до среднеевропейского уровня, а также учитывая уровень негативного воздействия различных видов алкогольной продукции на здоровье населения, бюджетные возможности потребителей, склонность к развитию теневого сектора и динамику качества администрирования нами был определен потенциал повышения ставки акциза на основные виды алкогольной продукции. Таким образом, целевые ориентиры индексации ставок на основные виды алкогольной продукции в среднесрочной перспективе (3-5 лет) сводятся к следующим:

1. Потенциал повышения ставки на пиво без существенной потери потребителей варьируется в пределах 1,2-1,5 раз в сопоставимых ценах относительно уровня 2012 года. Избыточная акцизная нагрузка на пиво приведет к падению его производства и, как следствие, сокращению спроса на изделия смежных отраслей (производство стеклотары, транспортно-логистические услуги, услуги розничной сети), что в свою очередь выразится в сокращении бюджетных поступлений и рабочих мест.
2. Опережающими темпами оправдано индексировать ставки акциза на крепкий алкоголь (повысить ставку в 2,3-2,8 раза в сопоставимых ценах к уровню 2012 г.). Наряду с фискальным эффектом такая модель обложения будет способствовать и наибольшему сокращению объемов потребления крепкого алкоголя. В то же время повышение акцизов и сокращение спроса такими темпами может привести к сжатию отрасли за счет закрытия заводов, выпускающих продукцию категории «стандарт», и

переориентации легального производства на более дорогой товарный сегмент (класс «премиум»). При этом в отсутствие эффективной системы контроля за оборотом спирта и крепкого алкоголя возможно расширение доли теневого сектора и недополучение указанных бюджетных доходов.

3. Представляется оправданным *либо не повышать ставки акциза на вино вовсе в ближайшие 3-5 года, либо индексировать ставку на уровне инфляции* (как это принято в отношении всех видов алкогольной продукции в большинстве развитых стран), что будет способствовать развитию отечественного виноделия и повышению объема потребления вина.

А все ограничение повышения ставок акцизов на пиво и крепкий алкоголь могут быть представлено в табличном виде:

ТАБЛИЦА 7

Пределы повышения ставки акциза и связанной с ней розничной цены

<i>Ограничение - Потенциал повышения</i>	<i>Значение для</i>	
	<i>пива</i>	<i>крепкого алкоголя</i>
Ограничение 1. <i>Минимально оправданное (желательное) соотношение ставки акцизов на пиво и крепкий алкоголь за 1 литр готовой продукции</i>	1	: 11
	(1	: 18)
Ограничение 2. <i>Потенциал повышения средней розничной цены</i>	отсутствует (не более 20%)	1,5-2 раза
Ограничение 3. <i>Потенциал повышения ставки акциза (в сопоставимых ценах)</i>	1,2-1,5 раза	2,3-2,8 раз

Источник: составлено авторами.

На основании вышеперечисленных ориентиров и ограничений индексации ставок акцизов нами представлен возможный сценарий повышения ставок акцизов на пиво и крепкоалкогольную продукцию (см. табл. ниже).

ТАБЛИЦА 8

Целевые ориентиры индексации ставок акцизов на основные виды алкогольной продукции

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

	Сценарий	1я пол. 2012	2я пол. 2012	2013	2014	2015	2016
Пиво (руб. за литр готовой продукции)	НК	12		15	18	20	22*
	Предлагаемый вариант индексации	12		15	18	20	21
Крепкий алкоголь (руб. за литр эт. спирта)	НК	254	300	400	500	600	700*
	Предлагаемый вариант индексации				600	800	950

* согласно логике индексации по НК.

Источник: расчеты авторов, Налоговый Кодекс РФ

В соответствии с приведенными сценариями изменения акцизов на алкоголь имеет смысл дать прогноз объемов продаж и налоговых поступлений с учетом теневого сектора и динамики структуры потребления (см. табл. ниже).

ТАБЛИЦА 9

Прогноз объемов продаж и объемов поступлений от акцизов на основные виды алкогольной продукции

			2013	2014	2015	2016
Объем реализации, млн дал	Пиво	Налоговый кодекс РФ	940,9	919,5	948	949,5
		Предлагаемый вариант индексации			948	955,1
	Крепкий алкоголь	Налоговый кодекс РФ	139,3	128,8	121,9	117,5
		Предлагаемый вариант индексации		119,9	108,2	102,7
Объем поступлений от акцизов, млрд руб.	Пиво	Налоговый кодекс РФ	126,5	148,3	169,9	187,2
		Предлагаемый вариант индексации			169,9	179,7
	Крепкий алкоголь	Налоговый кодекс РФ	111,9	129,3	146,9	165,1
		Предлагаемый вариант индексации		144,5	173,8	195,9

Примечание: для повышения точности прогнозных расчетов под категорией «крепкий алкоголь» подразумевается водка, объем потребления которой составляет почти 90% от совокупного объема продаж крепкого алкоголя.

Источник: расчеты авторов, Налоговый Кодекс РФ

2. Анализ специфики налогового и технического администрирования взимания акцизов в Российской Федерации и отдельных странах мира

2.1. Технология уплаты акцизов в бюджет налогоплательщиками алкогольной отрасли

2.1.1. Общие правила уплаты акцизов на алкогольную продукцию, определяемые законодательством ЕС

Технология уплаты акцизных сборов странах ЕС находится в совместном ведении ЕС и государств-членов ЕС. Принципы регулирования порядка и особенностей уплаты акцизных сборов закреплены в Директиве Совета 2008/118/ЕС от 16 декабря 2008 года «Об общем режиме акцизных сборов» (далее - Директива). В Директиве определяется, что элементы налогообложения, включая ставки акцизов в отношении товаров, устанавливаются в специальных директивах, принятых Советом. Кроме того, Директива определяет основные правила и порядок действия при уплате акцизных сборов, которые обязательны к исполнению для всех членов ЕС. Так, в ст. 7. Директивы определяется момент времени, с которого товары подлежат акцизному налогообложению: с момента создания либо импорта на территорию ЕС (после прохождения таможенных процедур). Также в Директиве закрепляется положение, согласно которому товары, созданные для потребления в одном государстве-члене ЕС и находящиеся на хранении для коммерческих целей в другом государстве-члене ЕС, подлежат акцизному налогообложению по месту их хранения.

В зависимости от целей поставки товаров Директива устанавливает порядок действий для лиц, обязанных уплатить акцизный сбор:

- для лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность: перед отправлением товара соответствующее лицо должно представить декларацию налоговым органам государства места назначения товара и гарантировать уплату акцизного сбора (ст.18). Уплата акцизного сбора осуществляется в соответствии с требованиями законодательства государства, на территорию которого транспортируется товар. В связи с этим следует отметить, что в случае, если владелец акцизного склада передает подакцизный товар другому владельцу акцизного склада или предпринимателю в другой стране ЕС, у поставщика не возникает обязанности по уплате акциза.

- для частных лиц, приобретающих и перевозящих товар в целях личного использования, действует принцип уплаты акцизного сбора по месту приобретения товара, т.е. если товары, облагаемые акцизными сборами, приобретаются физическими лицами для

личного потребления в одном государстве и перевозятся в другое государство-член ЕС, акцизные сборы уплачиваются в стране, в которой были приобретены подакцизные товары.

Вследствие свободного перемещения товаров на едином внутреннем рынке ЕС существует специальный механизм, применяемый для обеспечения принципа «взимания по месту назначения» для перемещаемых товаров - режим отсрочки, предусматривающий, что товар может быть отправлен из одного государства-члена ЕС в другой, не облагаясь акцизными сборами, при условии, что они будут уплачены по месту назначения. Поставщики, которые осуществляют перемещение товара в режиме отсрочки, должны предоставить информацию налоговым органам соответствующих государств-членов ЕС о поставляемых ими товарах, используя административный или коммерческий сопроводительный документ (в настоящее время действует специальная электронная система документооборота).

Наряду с отсрочкой уплаты акцизных сборов, указанная Директива Совета ЕС предоставляет право государствам-членам ЕС предоставлять рассрочку в уплате акцизных сборов. Государства-члены ЕС вправе разрешить грузоотправителю осуществить уплату акцизного сбора в несколько этапов:

- в случаях, когда окончательное количество подакцизных товаров не определено;
- такое исполнение налоговой обязанности допускается законодательством государства-члена ЕС;
- компетентные органы государства-члена ЕС уведомлены о месте осуществления обязанности по уплате налога (ст. 23 Директивы).

Вместе с тем государства-члены обязаны информировать Комиссию ЕС о предоставленном праве поэтапного исполнения налоговой обязанности, а также условиях предоставления данного права, которая в свою очередь информирует другие государства ЕС.

Для целей акцизного налогообложения представляет значение, осуществляются ли поставки товаров с коммерческой целью или для личного использования. В частности, в Директиве содержатся следующие критерии определения целей поставки товаров:

- 1) правовой статус владельца, поставщика товаров;
- 2) место содержания товаров и способы их доставки;
- 3) документы, относящиеся к товарам;
- 4) происхождение товаров;
- 5) количество товаров.

Государства-члены ЕС могут также устанавливать взимание акцизных сборов на территории, где товар предполагается использовать, даже если он приобретен в другом государстве-члене.

В Директиве устанавливается, что в случае, если подакцизные товары транспортируются субъекту, который осуществляет их хранение, но не имеет соответствующего разрешения, или к незарегистрированному отправителю, либо не используются при осуществлении независимой экономической деятельности, а также отправляются или транспортируются прямо или косвенно продавцом или другим лицом, действующим от его имени, обязанность по уплате акцизного сбора должна быть реализована в государстве-члене ЕС, на территории которого находится принимающая сторона. Эта норма закрепляет принцип уплаты акцизных сборов по месту назначения.

В отношении процедуры маркировки алкогольной продукции в ЕС Директивой определено, что государства вправе устанавливать налоговую маркировку или государственные идентификационные отметки на товары, выпущенные на рынок для свободного обращения. В целях недопущения использования маркировки, способствующей к двойному налогообложению, в законодательстве государств-членов ЕС устанавливается, что любая сумма, уплаченная или причитающаяся к уплате за осуществление маркировки, должна быть возмещена, снижена или отменена государством-членом ЕС, устанавливающим правила относительно маркировки, если исполнение обязанности по уплате налога было осуществлено на территории другого государства-члена.

Таким образом, при перемещении подакцизных товаров из одного государства-члена ЕС в другое либо в налоговой службе государства вывоза товара приобретаются акцизные марки и наклеиваются на товар до момента ввоза на территорию другого государства-члена ЕС, либо товар без акцизных марок перемещается на специальные акцизные (налоговые) склады, на которых перед продажей товаров конечному потребителю на товар наклеиваются акцизные марки и уплачиваются акцизные сборы. В обоих случаях акцизы уплачиваются в государстве реализации независимо от того, были ли они уплачены ранее в стране вывоза (при этом ранее уплаченный акциз в государстве вывоза товара может быть возвращен).

Общая схема администрирования при поставках подакцизной продукции внутри ЕС:

- 1) грузоотправитель предоставляет в налоговый орган своего государства-члена ЕС электронные административные документы по соответствующим подакцизным товарам;
- 2) налоговый орган государства, с территории которого осуществляется поставка, подтверждает правильность и соответствие праву ЕС и законодательству этой страны указанных административных документов и пересылает их грузоотправителю (поставщику товаров) вместе со специальным регистрационным кодом (ARC);
- 3) поставщик товаров отправляет товар контрагенту в другом государстве-члене ЕС;

4) налоговый орган государства, с территории которого осуществляется поставка, пересылает электронные административные документы компетентному органу государства, на территорию которого осуществляется поставка товаров;

5) государство-место назначения направляет грузополучателю (своему налоговому резиденту) электронные административные документы;

6) товары перемещаются на территорию государства грузополучателя;

7) грузополучатель представляет отчет своему налоговому органу о получении товаров;

8) налоговый орган грузополучателя подтверждает правильность этого отчета и направляет его в компетентный орган государства поставщика товаров;

9) налоговый орган грузоотправителя (поставщика товаров) направляет последнему отчет о получении товаров.

Далее остановимся подробнее на особенностях взимания акцизных сборов с алкогольной продукции в отдельных государствах-членах ЕС.

2.1.2. Особенности уплаты акцизных сборов с алкогольной продукции в ряде стран-членов ОЭСР

Законодательство ЕС предоставляет государствам-участникам ЕС свободу в установлении определенных элементов налогообложения алкогольной продукции, в частности, право устанавливать налоговый период, что создает предпосылки для формирования различий и особенностей акцизного налогообложения при общем базовом законодательстве ЕС. Однако в случае противоречия между внутрисоюзным нормативным правовым актом и директивами ЕС, приоритет имеют директивы ЕС.

В государствах-членах ЕС *объектом налогообложения* признаются подакцизные товары, а выпуск товаров в свободное обращение (реализация произведенных подакцизных товаров, перемещение товаров с налогового склада без действия режима отсрочки) является юридическим фактом, который влечет наступление обязанности по уплате акцизных сборов. Поэтому уплата акцизных сборов в законодательстве государств напрямую связана с этим фактом.

Законодательство абсолютного большинства государств признает *налогоплательщиками* следующих субъектов: производители алкогольной продукции, импортеры, владельцы налоговых складов, продавцы. При этом во многих государствах практика складывается так, что производитель и владелец налогового склада – это одно и то же лицо.

Акцизы на алкогольную продукцию в основном регулируются федеральными нормативными правовыми актами, региональные власти и органы местного самоуправления в большинстве государств не имеют полномочий по установлению и регулированию акцизных сборов с алкогольной продукции. В этом отношении исключением являются штаты США. Акцизные сборы с алкогольной продукции в государствах-членах ЕС также устанавливаются либо федеральными нормативными правовыми актами, либо актами центральных органов власти (в случае унитарных государств, таких как Великобритания, Франция, Чехия). Соответственно, ни региональные, ни местные органы власти не имеют полномочий по установлению и регулированию акцизных сборов с алкогольной продукции. Сроки уплаты акцизов устанавливаются национальным законодательством стран.

В большинстве исследованных федеративных государств (Австрия, Канада, США) поступления от акцизных сборов с алкогольной продукции направляются в федеральный бюджет и бюджет субъектов, в то время как в других (Австралия, Германия) они направляются только в федеральный бюджет. Что касается унитарных государств (Великобритания, Франция, Чехия), то поступления от акцизных сборов направляются в общегосударственный бюджет, а не в бюджеты административно-территориальных единиц. В последующем во Франции часть из этих средств направляется в фонд социального обеспечения.

Во всех рассмотренных государствах-членах ЕС используются акцизные марки, поскольку такая возможность закреплена как в директивах ЕС, так и нормами внутригосударственного законодательства. В Австралии, Канаде и США акцизные марки не используются. В частности, согласно ст.25.1-25.5 Акта об акцизных сборах Канады акцизные марки устанавливаются только в отношении табачных изделий, в то время как для алкогольной продукции такого требования нет. В США порядок и условия маркировки алкогольной продукции устанавливаются в Федеральном акте «Об администрировании алкогольной продукции» (FAAA).⁵⁷ Основной целью маркировки алкогольной продукции в США, в отличие от акцизных марок, является вопрос безопасности и здоровья граждан США (п. 213-215). При этом такая маркировка является обязательной для производителей и импортеров алкогольной продукции, которые получают сертификаты подтверждения (COLA) и уже после их получения алкогольная продукция может выпускаться в свободное обращение.

⁵⁷ См., например, ст.25.1-25.5 Акта об акцизных сборах Канады, которые устанавливают акцизные марки только в отношении табачных изделий, в то время как для алкогольной продукции такого требования нет // <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-14/index.html>

В большинстве рассмотренных государств законодательство предоставляет перечень освобождений от уплаты акцизных сборов с алкогольной продукции. Стандартными основаниями для освобождений являются следующие условия:

- если алкогольная продукция используется для производства медикаментов и уксуса;
- если алкогольная продукция используется в качестве сырья для производства товаров, которые в конечном итоге не будут содержать алкоголь;
- если алкогольная продукция произведена в целях личного потребления;
- полностью денатурированный алкоголь.

Вместе с тем в Австралии и Канаде, в отличие от других государств, законодательство не содержит отдельного раздела по освобождениям от уплаты акцизных сборов, например, в Австралии освобождение от уплаты акцизных сборов, предоставляется в случае, если алкогольная продукция используется в деятельности органов государственной власти.

В государствах-членах ЕС (3/4 из которых участвует также в ОЭСР) федеральное и общегосударственное законодательство не предусматривает установление максимальных и минимальных розничных цен на алкогольную продукцию⁵⁸. Это связано с тем, что установление таких цен повлекло бы нарушение основных свобод общего внутреннего рынка и, как следствие, признание их Судом ЕС не соответствующими праву ЕС. Так, в деле ван Тиггеля Суд ЕС постановил, что фиксированная минимальная розничная цена на алкогольную продукцию может создавать препятствие для внутреннего рынка ЕС и нарушать свободу передвижения товаров⁵⁹. Таким образом, в установлении минимальных розничных цен Суд ЕС усмотрел возможность нарушения учредительного акта ЕС, запрещающего установление количественных ограничений в торговле и дискриминации импортируемых товаров, поскольку импортеры будут находиться в невыгодном положении, по сравнению с местными производителями.⁶⁰

Минимальные и максимальные розничные цены не устанавливаются также и в федеральном законодательстве Канады и США. Вместе с тем некоторые субъекты федерации (например, провинция Манитоба в Канаде⁶¹) могут устанавливать минимальные розничные цены на алкогольную продукцию. Обобщенные данные по акцизному налогообложению в наиболее развитых странах ОЭСР приведены в табл.ниже.

⁵⁸ Study analysing possible changes in the minimum rates and structures of excise duties on alcoholic beverages // London Economics. May 2010. P.49-51

⁵⁹ van Tiggele, Case 82/77, [1978] ECR 25, paragraphs 14 and 18.

⁶⁰ См. также Cullet, Case 231/83, [1985] ECR 305, paragraph 23.

⁶¹ The Liquor Control Act // <http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/1160e.php>

Особенности акцизного налогообложения алкогольной продукции на примере ряда стран

<i>Государство</i>	<i>Законодательство</i>	<i>Бюджетное распределение</i>	<i>Плательщики</i>	<i>Акцизные марки</i>	<i>Освобождение</i>
Австралия	Акт об акцизах 1901 г. и Акт об акцизных тарифах 1921 г.	Федеральный бюджет	Производители, импортеры, владельцы налоговых складов, продавцы,	-	+
Австрия	Федеральный закон о налогообложении пива 1994 г.; Федеральный Закон об акцизных сборах с этилового алкоголя 1994 г.	Федеральный, региональный и местный бюджет	Производители, владельцы налоговых складов, продавцы, импортеры.	+	+
Великобритания	Акт о спиртных напитках 1979 г., Акт об администрировании акцизов и таможенных сборов 1979 г.	Бюджет Великобритании	Производители, владельцы налоговых складов, продавцы, импортеры	+	+
Ирландия	Финансовый акт 2003 г.	Бюджет Ирландии	Владельцы налоговых складов, импортеры	+	+
Канада	Акт об акцизных сборах 2001 г.	Федеральный субъектов федерации (провинций)	Производители алкогольной продукции, владельцы налоговых складов, импортеры.	-	+
США	Федеральный Налоговый кодекс США, законы штатов	Федеральный, субъектов федерации (штатов)	Производители алкогольной продукции, импортеры, оптовые продавцы	-	+
Франция	Общий налоговый кодекс	Бюджет Франции	Производители, владельцы налоговых складов, продавцы спиртных	+	+

<i>Государство</i>	<i>Законодательство</i>	<i>Бюджетное распределение</i>	<i>Плательщики</i>	<i>Акцизные марки</i>	<i>Освобождение</i>
			напитков, импортеры		
Германия	Закон «Об акцизных сборах с пива» 1993 г.; Закон «О монополии на спиртные напитки» 1922 г.	Федеральный бюджет	Производители, владельцы налоговых складов, импортеры, продавцы	+	+
Чехия	Закон «Об акцизных сборах» 2003 г.	Бюджет Чехии	Производители, продавцы, импортеры	+	+

Источник: составлено авторами.

Краткое описание основных положений и особенностей акцизного налогообложения в странах ЕС и ряде других государств представлены в приложении 2.

2.1.3. Сравнительный анализ уплаты акцизов на алкогольную продукцию в странах Таможенного Союза

Порядок уплаты акцизов на алкогольную продукцию регламентируется Налоговыми кодексами государств-членов ТС (Россия, Белоруссия, Казахстан) (приложение 3). Состав налогоплательщиков акцизов установлен в Казахстане статьей 278 НК РК, в Беларуси статьями 109 и 110 НК РБ, в России статьями 179 и 180 НК РФ. Сравнительный анализ указанных статей позволяет сделать следующие выводы:

1) Налогоплательщиками акцизов в отношении продукции алкогольной отрасли в странах ТС могут быть как физические, так и юридические лица при условии осуществления ими операций, подлежащих обложению акцизами. При этом в каждой из стран ТС есть свои ограничения на осуществление отдельных операций, либо оборот определенного вида продукции алкогольной отрасли.

2) С учетом особенностей национального законодательства различными статусами могут обладать при уплате акцизов структурные подразделения юридических лиц, участники простого товарищества (совместной деятельности), иностранные корпоративные образования, обладающие гражданской правоспособностью.

3) В Беларуси действует особый порядок в отношении уплаты акцизов по операциям, проводимым через посредников.

4) Во всех странах ТС признаются плательщиками акцизов лица, производящие подакцизные товары из давальческого сырья, не являющиеся их собственниками.

Объектами обложения акцизом продукции алкогольной отрасли в соответствии со ст. 281 НК РК, ст. 113 НК РБ и ст. 182 НК РФ признаются следующие операции:

- 1) Реализация произведенных (розлитых) подакцизных товаров.
- 2) Безвозмездная передача произведенных подакцизных товаров.
- 3) Передача подакцизных товаров на переработку на давальческой основе.
- 4) Передача подакцизных товаров, являющихся продуктом переработки давальческих сырья и материалов, в том числе подакцизных.
- 5) Взнос в уставный капитал произведенными подакцизными товарами.
- 6) Использование произведенных подакцизных товаров при натуральной оплате.
- 7) Использование производителем произведенных подакцизных товаров для собственных производственных нужд и для собственного производства подакцизных товаров, порчи, потери сверх норм естественной убыли.
- 8) Ввоз подакцизных товаров на территорию государства.

Различия проявляются в определении объектов налогообложения, связанных с производством и реализацией этилового спирта. В Казахстане и Беларуси объект возникает при реализации спирта у его производителя. Кроме того, в Казахстане объект налогообложения возникает при любой отгрузке произведенных подакцизных товаров своим структурным подразделениям и при перемещении произведенных подакцизных товаров с указанного в лицензии адреса производства. В Казахстане к реализации подакцизных товаров приравнивается порча, утрата учетно-контрольных марок, указанная операция приводит к возникновению объекта налогообложения.

В Белоруссии объект налогообложения возникает только в случаях передачи произведенных подакцизных товаров своему структурному подразделению для производства неподакцизной продукции. Также объект налогообложения возникает при реализации (передаче) ввезенных подакцизных товаров, но при этом не возникает в отношении подакцизных товаров, ввезенных на территорию Белоруссии, в отношении которых установлены твердые (специфические) ставки акцизов, в случаях, если при ввозе на территорию Республики этих подакцизных товаров произведена уплата акцизов либо применено освобождение от акцизов в соответствии с законодательством.

В России объект возникает в случаях передачи произведенных подакцизных товаров своему структурному подразделению для производства неподакцизной продукции (за исключением передачи произведенного денатурированного этилового спирта) и при передаче структурному подразделению произведенного этилового спирта для производства алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции. Также объектом является

операция получения (оприходования) денатурированного этилового спирта организацией, имеющей свидетельство на производство неспиртосодержащей продукции. Есть и другие отличия.

Перечень операций, подлежащих освобождению от уплаты акцизов, в каждом из государств-участников ТС свой. Пожалуй, единственным совпадением является предоставление в каждой из стран освобождения от уплаты акцизов при экспорте.

В Казахстане согласно статье 281 НК РК освобождаются от обложения акцизом:

1) экспорт подакцизных товаров, если он отвечает специальным требованиям, установленным НК РК;

2) спирт этиловый в пределах квот, определяемых уполномоченным государственным органом по контролю за производством и оборотом этилового спирта и алкогольной продукции, отпускаемый:

- для производства лекарственных средств, изделий медицинского назначения при наличии лицензии на соответствующий вид деятельности;

- государственным организациям здравоохранения, уведомившим о начале своей деятельности в установленном порядке;

3) алкогольная продукция (за исключением виноматериала и пива) подлежащая перемаркировке учетно-контрольными или акцизными марками нового образца, если по указанным товарам акциз был ранее уплачен;

4) спиртосодержащая продукция медицинского назначения (кроме бальзамов), зарегистрированная в соответствии с законодательством Республики Казахстан в качестве лекарственного средства.

Статья 299 НК РК устанавливает порядок освобождения от уплаты акциза при импорте подакцизных товаров в Казахстан. Во-первых, акцизами не облагаются подакцизные товары, импортируемые физическими лицами по нормам, предусмотренным таможенным законодательством Таможенного союза и (или) таможенным законодательством Республики Казахстан. Во-вторых, освобождаются от уплаты акциза следующие импортируемые подакцизные товары:

- поврежденные до пропуска их через таможенную границу Таможенного союза и не пригодные к использованию в качестве изделий и материалов;

- ввезенные для официального пользования иностранными дипломатическими и приравненными к ним представительствами;

- перемещаемые через таможенную границу Таможенного союза, освобождаемые на территории Казахстана в рамках таможенных процедур, установленных таможенным

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

законодательством Таможенного союза и (или) таможенным законодательством Республики Казахстан, за исключением таможенной процедуры выпуска для внутреннего потребления;

- спиртосодержащая продукция медицинского назначения (кроме бальзамов), зарегистрированная в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

В Белоруссии согласно статье 114 НК РБ освобождаются от акцизов:

1) подакцизные товары при реализации в магазинах беспошлинной торговли;

2) спирт при его реализации (отпуске) для производства лекарственных средств белорусским организациям, которым разрешено их производство;

3) подакцизные товары конфискованные, бесхозные, подлежащие обращению в государственную собственность, промышленной переработке под контролем уполномоченных органов либо уничтожению, при их реализации (передаче);

4) при реализации (передаче) подакцизные товары, помещенные под таможенную процедуру экспорта, реэкспорта, а также вывезенные в государства – члены ТС, при условии подтверждения фактического вывоза. Это не распространяется на товарообменные (бартерные) операции (кроме вывоза подакцизных товаров в государства – члены ТС).

Согласно статье 116 НК РБ освобождаются от акцизов при ввозе на территорию Республики Беларусь:

1) товары, перемещаемые транзитом;

2) товары, подлежащие обращению в собственность государства в соответствии с законодательством;

3) товары, предназначенные для официального пользования дипломатическими представительствами и консульскими учреждениями иностранных государств, представительствами и органами международных организаций и межгосударственных образований или для личного пользования дипломатического и (или) административно-технического персонала этих представительств, учреждений и органов, дипломатическая почта и консульская вализа;

4) иные подакцизные товары в порядке и на условиях, определяемых Президентом Республики.

Таким образом, в Белоруссии перечень случаев освобождения является открытым и Президенту Республики Беларусь предоставлено полномочие его расширения.

В России в соответствии со статьей 183 НК РФ не подлежат налогообложению (освобождаются от налогообложения) следующие операции:

1) передача подакцизных товаров одним структурным подразделением организации, не являющимся самостоятельным налогоплательщиком, для производства других подакцизных

товаров другому такому же структурному подразделению этой организации, за исключением передачи этилового спирта;

2) реализация подакцизных товаров, помещенных под таможенную процедуру экспорта, за пределы территории России с учетом потерь в пределах норм естественной убыли или ввоз подакцизных товаров в портовую особую экономическую зону с остальной части территории Российской Федерации;

3) первичная реализация (передача) конфискованных, бесхозных, подлежащих обращению в государственную и муниципальную собственность подакцизных товаров, на промышленную переработку под контролем таможенных и (или) налоговых органов либо уничтожение;

4) операции по передаче в структуре одной организации:

- произведенного налогоплательщиком этилового спирта для дальнейшего производства спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции в металлической аэрозольной упаковке и (или) спиртосодержащей продукции бытовой химии в металлической аэрозольной упаковке;

- ректификованного этилового спирта, произведенного налогоплательщиком из спирта-сырца, подразделению, осуществляющему производство алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции;

- произведенных налогоплательщиком дистиллятов винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового для выдержки и (или) купажирования в целях дальнейшего производства (розлива) этой же организацией алкогольной продукции.

Особенностью и обязательным условием процедуры освобождения от уплаты акцизов по операциям экспорта в России является применение в качестве обеспечительной меры поручительства банка или банковской гарантии. В Казахстане и Белоруссии такой порядок не применяется.

Статьями 185, 186 и 186.1 НК РФ предусмотрен специальный порядок при перемещении подакцизных товаров через таможенную границу ТС. Согласно пункту 1 статьи 185 НК РФ при ввозе подакцизных товаров на территорию России освобождение от уплаты акциза предоставляется:

- при помещении подакцизных товаров под таможенную процедуру переработки на таможенной территории при условии, что продукты переработки будут вывезены в определенный срок. При выпуске продуктов переработки для свободного обращения акциз подлежит уплате в полном объеме,

- при помещении подакцизных товаров под таможенную процедуру временного ввоза.

Согласно статье 186 НК РФ взимание акциза по подакцизным товарам ТС, ввозимым на территорию России с территории государства - члена ТС, за исключением подакцизных товаров ТС, подлежащих в соответствии с законодательством РФ маркировке акцизными марками, осуществляется налоговыми органами.

Подтверждение права на освобождение от уплаты акцизов при вывозе подакцизных товаров с территории одного из государств – члена ТС в другое государство ТС осуществляется в порядке, установленном Протоколом от 11.12.2009 «О порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров в Таможенном союзе». При экспорте товаров с территории одного государства - члена ТС на территорию другого государства - члена ТС налогоплательщиком применяется освобождение от уплаты акцизов при представлении в налоговый орган документов, предусмотренных пунктом 2 статьи 1 указанного Протокола.

Во всех странах ТС при исчислении акциза применяется механизм налоговых вычетов. На вычет относятся суммы акциза, уплаченные по подакцизным товарам, использованным в качестве основного сырья для производства других подакцизных товаров. При этом в каждой из стран есть свои особенности.

В Казахстане не подлежат вычету суммы акциза на все виды спирта.

В Беларуси не подлежат вычету (возврату) суммы акцизов, уплаченные при приобретении (ввозе на территорию Республики Беларусь) подакцизных товаров:

- включенные в затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав, учитываемые при налогообложении, либо отнесенные на увеличение стоимости приобретенных (ввезенных) подакцизных товаров,

- уплаченные по подакцизным товарам, переданным плательщиком своим обособленным подразделениям, исполняющим его налоговые обязательства, для производства подакцизных товаров,

- уплаченные по подакцизным товарам, переданным участником договора простого товарищества в качестве вклада в общее дело, а также уплаченные участником договора простого товарищества, осуществляющим ведение общих дел, при разделе подакцизных товаров, находившихся в общей собственности участников договора простого товарищества,

- не указанные в первичных учетных и (или) расчетных документах.

В Казахстане и Беларуси отрицательная разница между суммами акцизов, уплаченными при приобретении (ввозе) подакцизных товаров, использованных для производства других подакцизных товаров, и суммами акцизов по реализованным произведенным подакцизным товарам не подлежит зачету (возврату) из бюджета.

В России при исчислении суммы акциза на спиртосодержащую и алкогольную продукцию (за исключением вин, фруктовых вин, игристых вин, сидра, пуаре, медовухи, пива и пивных напитков, винных напитков, изготавливаемых без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, спиртованного сусла, винного дистиллята, фруктового дистиллята) налоговые вычеты производятся в пределах суммы акциза, исчисленной по подакцизным товарам, использованным в качестве сырья, произведенным на территории России, исходя из объема использованных товаров (в литрах безводного этилового спирта) и ставки акциза, установленной в отношении этилового спирта, реализуемого организациями, уплачивающим авансовый платеж акциза.

В случае использования в качестве сырья при производстве алкогольной и подакцизной спиртосодержащей продукции подакцизных товаров, ввезенных на территорию России, налоговые вычеты производятся в пределах суммы акциза, исчисленной исходя из объема использованных товаров (в литрах безводного этилового спирта) и ставки акциза, установленной в отношении этилового спирта, реализуемого организациями, не уплачивающим авансовый платеж акциза.

В Казахстане согласно статье 282 НК РК *даты совершения операций* с подакцизными товарами определяются следующим образом:

- В общем случае датой совершения операции является день отгрузки (передачи) подакцизных товаров получателю.
- В случае реализации производителем произведенных им подакцизных товаров через сеть своих структурных подразделений датой совершения операции является день отгрузки товаров структурным подразделениям.
- При передаче подакцизных товаров, являющихся давальческим сырьем, датой совершения операции является день передачи указанных товаров подрядчику (переработчику).
- При изготовлении подакцизных товаров из давальческого сырья датой совершения операции является день передачи изготовленных подакцизных товаров заказчику или лицу, указанному заказчиком⁶².
- При использовании подакцизных товаров для собственных производственных нужд и собственного производства подакцизных товаров датой совершения операции является день передачи указанных товаров для такого использования.

⁶² Срок переработки давальческого сырья, являющегося подакцизным, вывезенного с территории Республики Казахстан на территорию государства – члена ТС, а также ввезенного на территорию Республики Казахстан с территории государств - членов ТС не может превышать два года с даты принятия на учет и (или) отгрузки давальческого сырья.

- При перемещении подакцизных товаров, осуществляемом производителем с адреса производства, датой совершения операции является день перемещения подакцизных товаров с указанного в лицензии адреса производства.
- В случае порчи подакцизной продукции, учетно-контрольных марок датой совершения операции является день составления акта о списании испорченной подакцизной продукции (учетно-контрольных марок) или день принятия решения о ее дальнейшем использовании в производственном процессе. В случае утраты подакцизных товаров, учетно-контрольных марок датой совершения операции является день, когда произошла утрата подакцизных товаров, учетно-контрольных марок.
- При импорте подакцизных товаров на территорию Казахстана с территории другого государства - члена ТС датой совершения операции является дата принятия налогоплательщиком на учет импортированных подакцизных товаров.

В Беларуси согласно статье 118 НК РБ момент фактической реализации (передачи) подакцизных товаров определяется следующим образом:

- В общем случае момент фактической реализации (передачи) подакцизных товаров определяется как приходящийся на налоговый период день отгрузки (передачи) (в том числе структурному подразделению плательщика) подакцизных товаров.⁶³
- При безвозмездной передаче подакцизных товаров, передаче (реализации) подакцизных товаров плательщиком своим работникам, обмене с участием подакцизных товаров, передаче подакцизных товаров по соглашению о предоставлении отступного или новации момент фактической реализации подакцизных товаров определяется как приходящийся на налоговый период соответственно день такой передачи, обмена.
- Момент фактической реализации подакцизных товаров, произведенных из давальческого сырья, определяется как приходящийся на налоговый период день их отгрузки (передачи).
- При использовании подакцизных товаров для собственных нужд момент фактической реализации определяется как приходящаяся на налоговый период дата составления первичного учетного документа или при отсутствии первичного

⁶³ Днем отгрузки подакцизных товаров признается дата их отпуска со склада. Днем отгрузки подакцизных товаров на основе посреднических договоров признается дата отгрузки подакцизных товаров их собственником, правообладателем комиссионеру (поверенному) либо дата отгрузки подакцизных товаров комиссионером (поверенным) покупателю.

учетного документа иного документа, подтверждающего использование подакцизных товаров для собственных нужд, включая отпуск в производство товаров (работ, услуг) и прочее выбытие.

- При использовании подакцизных товаров для производства неподакцизных товаров момент фактической реализации определяется как приходящийся на налоговый период день передачи в производство таких подакцизных товаров.

В России согласно статье 195 НК РФ дата реализации (передачи) или получения подакцизных товаров определяется следующим образом:

- В общем случае дата реализации (передачи) подакцизных товаров определяется как день отгрузки (передачи) соответствующих подакцизных товаров, в том числе структурному подразделению организации, осуществляющему их розничную реализацию.
- При передаче на территории России лицами произведенных ими из давальческого сырья подакцизных товаров собственнику указанного сырья либо другим лицам, в том числе при получении указанных подакцизных товаров в собственность в счет оплаты дачных услуг датой передачи признается дата подписания акта приема-передачи подакцизных товаров.
- При обнаружении недостачи подакцизных товаров дата их реализации (передачи) определяется как день обнаружения недостачи (за исключением случаев недостачи в пределах норм естественной убыли, утвержденных уполномоченным федеральным органом исполнительной власти).
- При получении (оприходовании) денатурированного этилового спирта датой получения денатурированного этилового спирта признается день получения (оприходования) организацией, имеющей свидетельство на производство неспиртосодержащей продукции, денатурированного этилового спирта.

При определении *налоговой базы* по акцизам в государствах - участниках ТС применяются следующий порядок. В Казахстане (статьи 283, 297 НК РК), в Белоруссии (статья 117 НК РБ), в России (статьи 187, 191 НК РФ) по подакцизной продукции алкогольной отрасли налоговая база определяется как объем (количество) произведенных, реализованных подакцизных товаров в натуральном выражении. Исчисление суммы акциза производится путем применения установленной ставки акциза к налоговой базе.

Следует отметить действующий в Казахстане особый порядок определения налоговой базы в случае установления разных ставок на спирт и виноматериалы, - в таком случае налоговая база определяется отдельно по операциям, облагаемым по одним и тем же ставкам

(ст.280, 284 НК РК). При использовании спирта и виноматериала, приобретенных производителями алкогольной продукции с акцизом по ставке ниже базовой не для производства этилового спирта и (или) алкогольной продукции, сумма акциза по данному спирту и виноматериалу подлежит пересчету и уплате в бюджет по базовой ставке акциза, установленной для всех видов спирта и виноматериала, реализуемых лицам, не являющимся производителями алкогольной продукции. Пересчет и уплата акциза производятся получателем спирта или виноматериала. Такой же порядок применяется в случае нецелевого использования спирта, приобретенного для производства лечебных и фармацевтических препаратов и оказания медицинских услуг.

Налоговым периодом уплаты акциза в государствах – участниках ТС является календарный месяц (статья 295 НК РК, статья 124 НК РБ, статья 192 НК РФ). По окончании каждого налогового периода налогоплательщики обязаны представлять в налоговые органы декларацию по акцизам: в Казахстане не позднее 15 числа второго месяца, следующего за отчетным налоговым периодом (статья 296 НК РК), в Беларуси не позднее 20-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом (статья 124 НК РБ), в России не позднее 25-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом, а налогоплательщики, имеющие свидетельство о регистрации организации, совершающей операции с денатурированным этиловым спиртом, - не позднее 25-го числа третьего месяца, следующего за отчетным (статья 204 НК РФ).

Налогоплательщики, импортирующие подакцизные товары на территорию Казахстана с территории государств - членов ТС, обязаны представить в налоговый орган по месту нахождения (жительства) декларацию по косвенным налогам по импортированным товарам не позднее 20-го числа месяца, следующего за месяцем принятия на учет импортированных подакцизных товаров. При ввозе на территорию Республики Беларусь с территории других государств – членов ТС подакцизных товаров, подлежащих маркировке акцизными марками Белоруссии расчет акцизов, подлежащих уплате, а также документы, подтверждающие факт уплаты акцизов, представляются таможенному органу одновременно с уведомлением таможенного органа о поступлении товаров, подлежащих маркировке акцизными марками Белоруссии. Таким образом, не смотря на единый срок налогового периода, срок представления налоговых деклараций по акцизам в государствах – членах ТС установлен разный.

Во всех государствах – участниках ТС *ставки акцизов* продукцию алкогольной отрасли могут устанавливаться в абсолютной сумме на единицу измерения (твердые) в натуральном выражении, либо в зависимости от объемного содержания в ней безводного (сто процентного)

спирта - твердые (специфические) ставки (статья 280 НК РК, статья 112 НК РБ, статья 193 НК РФ). На все виды спирта и виноматериал (в случае отнесения к подакцизным товарам) ставки акциза дифференцируются в зависимости от целей дальнейшего использования спирта и виноматериала.

Таким образом, во всех государствах-участниках ТС в отношении продукции алкогольной отрасли установлены твердые (специфические) ставки акцизов. При общей оценке налоговой нагрузки от уплаты акцизов на продукцию алкогольной отрасли наименьшая налоговая нагрузка существует в Казахстане. Кроме того, в рассматриваемых странах отличаются перечни подакцизной продукции алкогольной отрасли, к которой применяются нулевые ставки.

Согласно налоговому законодательству и с учетом административно-территориальных особенностей каждого из государств – участников ТС акцизы относятся в России к федеральным налогам, а в Казахстане и Беларуси к республиканским. Отличительной чертой в странах ТС является *распределение поступлений от акцизов* на продукцию алкогольной отрасли между бюджетами разных уровней.

В Казахстане в доходы республиканского бюджета поступают акцизы на импортируемые на территорию Казахстана товары (ст.49 НК РК). А в доходы бюджетов городов республиканского значения, столицы (ст.51 БК РК), бюджеты районов (городов областного значения) (ст. 52 БК РК) поступают:

- акцизы на все виды спирта, произведенные на территории Республики Казахстан;
- акцизы на алкогольную продукцию, произведенную на территории Республики Казахстан;
- акцизы на пиво с объемным содержанием этилового спирта не более 0,5 процента, произведенное на территории Республики Казахстан;

В Республике Беларусь акцизы на продукцию алкогольной отрасли в полном объеме зачисляются в Республиканский бюджет (ст. 30 НК РБ).

В России в доходы Федерального бюджета поступают (ст.50 БК РФ):

- акцизы на спирт этиловый из пищевого сырья - по нормативу 50%;
- акцизы на спирт этиловый из всех видов сырья, за исключением пищевого, - по нормативу 100%;
- акцизы на спиртосодержащую продукцию - по нормативу 50%;
- акцизы на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта свыше 9%, за исключением пива, вин, фруктовых вин, игристых вин (шампанских), винных напитков, изготавливаемых без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из

пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, - по нормативу 60%.

В доходы бюджетов субъектов РФ поступают (ст.56 БК РФ):

- акцизы на спирт этиловый из пищевого сырья - по нормативу 50%;
- акцизы на спиртосодержащую продукцию - по нормативу 50%;
- акцизы на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта свыше 9%, за исключением пива, вин, фруктовых вин, игристых вин (шампанских), винных напитков, изготавливаемых без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, - по нормативу 40%;
- акцизы на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта свыше 9%, включающую пиво, вина, фруктовые вина, игристые вина (шампанские), винные напитки, изготавливаемые без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, - по нормативу 100%;
- акцизов на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта до 9% включительно - по нормативу 100%.

Таким образом, наиболее простое распределение поступлений от акцизов на продукцию алкогольной отрасли в Белоруссии, а наиболее сложное - в России.

Анализ порядка исчисления и уплаты акцизов на продукцию алкогольной отрасли в государствах – участниках ТС выявил существенные отличия, как в сроках уплаты, так и в формах уплаты. Согласно статьям 292 и 298 НК РК акциз на продукцию алкогольной отрасли, произведенную и ввезенную на территорию Казахстана, за исключением виноматериала и пива, уплачивается до получения учетно-контрольных марок. Акциз на произведенные на территории Казахстана виноматериалы и пиво подлежит перечислению в бюджет не позднее 20 числа месяца, следующего за отчетным налоговым периодом. При импорте виноматериалов и пива с территории государств, не являющихся членами ТС, акциз уплачивается в порядке, установленном уполномоченным органом по вопросам таможенного дела. При импорте виноматериалов и пива с территории государств - членов ТС, акциз уплачивается не позднее 20-го числа месяца, следующего за месяцем принятия на учет импортированных подакцизных товаров.

Согласно статье 124 НК РБ в Белоруссии уплата акцизов производится не позднее 22-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом. При этом порядок и сроки уплаты акцизов, взимаемых таможенными органами при ввозе алкогольной продукции на

территорию Беларуси, за исключением ввоза с территории государств – членов ТС алкогольной продукции, подлежащей маркировке акцизными марками Белоруссии, определяются таможенным законодательством ТС, законами о таможенном регулировании в Белоруссии и (или) актами Президента Республики Беларусь. При ввозе на территорию Белоруссии с территории государств – членов ТС алкогольной продукции, подлежащей маркировке акцизными марками Беларуси, акцизы уплачиваются до или одновременно с уведомлением таможенного органа, выдавшего акцизные марки, о поступлении товаров, подлежащих маркировке акцизными марками.

Согласно статье 204 НК РФ уплата акциза при реализации (передаче) налогоплательщиками произведенных ими подакцизных товаров производится исходя из фактической реализации (передачи) указанных товаров за истекший налоговый период не позднее 25-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом. Уплата акциза по денатурированному этиловому спирту налогоплательщиками, имеющими свидетельство о регистрации организации, совершающей операции с денатурированным этиловым спиртом, производится не позднее 25-го числа третьего месяца, следующего за истекшим налоговым периодом.

Организации, осуществляющие на территории России производство алкогольной продукции (за исключением вин, фруктовых вин, игристых вин (шампанских), сидра, пуаре, медовухи, пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, винных напитков, изготавливаемых без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята) и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции, обязаны уплачивать в бюджет авансовый платеж акциза по алкогольной и (или) спиртосодержащей продукции. Организации, осуществляющие производство спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции в металлической аэрозольной упаковке и (или) спиртосодержащей продукции бытовой химии в металлической аэрозольной упаковке, от обязанности по уплате авансового платежа акциза освобождаются.

В случае использования производителями алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции этилового спирта-сырца, произведенного на территории России, для дальнейшего производства в структуре одной организации ректифицированного этилового спирта, в дальнейшем используемого этой же организацией для производства алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции, авансовый платеж акциза уплачивается до закупки этилового спирта-сырца и (или) до совершения с этиловым спиртом-сырцом операции по его передаче в структуре одной организации.

Авансовый платеж акциза уплачивается не позднее 15-го числа текущего налогового периода исходя из общего объема этилового спирта, закупка (передача) которого производителями алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции будет осуществляться в налоговом периоде, следующем за текущим налоговым периодом. Согласно статье 186.1 НК РФ акциз по маркированным товарам ТС, ввозимым на территорию Российской Федерации с территории государства - члена ТС, перечисляется налогоплательщиком на счет Федерального казначейства не позднее пяти дней со дня принятия на учет ввезенных маркированных товаров.

Таким образом, действующий порядок исчисления и уплаты акцизов на продукцию алкогольной отрасли в России является наиболее сложным и обременительным для налогоплательщиков в сравнении с другими государствами-участниками ТС.

Если говорить об особенностях *налогового администрирования*, то в Казахстане применяется специальный комплекс мер налогового контроля в отношении подакцизной продукции алкогольной отрасли. Согласно статье 556 НК РК в рамках иных форм государственного контроля осуществляется установление соответствия заявителя квалификационным требованиям, предъявляемым к деятельности по производству и обороту этилового спирта и алкогольной продукции.

Также согласно статье 574 НК РК предусмотрен специальный регистрационный учет налогоплательщиков осуществляющих следующие виды деятельности:

- 1) производство этилового спирта и (или) алкогольной продукции;
- 2) оптовая и (или) розничная реализация алкогольной продукции;

Согласно статье 627 НК РК предусмотрен специальный вид тематических налоговых проверок по вопросам наличия и подлинности акцизных и учетно-контрольных марок, наличия и подлинности сопроводительных накладных на алкогольную продукцию, наличия лицензии, разрешения на отпуск этилового спирта, патента, регистрационной карточки, указанной в статье 574 НК РК. По данным вопросам могут проводиться и внеплановые налоговые проверки.

Согласно статье 653 НК РК предусмотрена специальная форма налогового контроля за подакцизными товарами, произведенными или импортированными в Казахстан путем маркировки подакцизных товаров и установления акцизных постов. Ввоз (вывоз) подакцизных товаров на территорию (с территории) Казахстана с территории (на территорию) государства - члена ТС осуществляется через пункты пропуска на границе Казахстана, перечень которых утверждается Правительством РК.

Алкогольная продукция, за исключением виноматериала и пива, подлежат маркировке учетно-контрольными марками в порядке, установленном Правительством РК. Маркировку осуществляют производители и импортеры подакцизных товаров.

Не подлежат обязательной маркировке учетно-контрольными марками алкогольная продукция:

- 1) экспортируемые за пределы Казахстана;
- 2) ввозимые на территорию Казахстана владельцами магазинов беспошлинной торговли, предназначенные для помещения под таможенную процедуру беспошлинной торговли;
- 3) ввозимые на таможенную территорию ТС в таможенных процедурах временного ввоза (допуска) и временного вывоза, в том числе временно ввозимые на территорию Казахстана с территории государств - членов ТС в рекламных и (или) демонстрационных целях в единичных экземплярах;
- 4) перемещаемые через таможенную территорию ТС в таможенной процедуре таможенного транзита, в том числе перемещаемые транзитом через территорию Казахстана из государств - членов ТС;
- 5) ввозимые (пересылаемые) на территорию Казахстана физическим лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, в пределах не более трех литров алкогольной продукции и пива.

Запрещается ввоз на территорию Казахстана и перемещение по территории Казахстана подакцизной продукции, подлежащей маркировке учетно-контрольными марками, без ее маркировки. Также существует отдельный порядок перемаркировки подакцизных товаров, а также правила получения, учета, хранения и выдачи учетно-контрольных марок и правила оформления, заказа, получения, выдачи, учета, хранения и представления сопроводительных накладных на отдельные виды подакцизных товаров, утверждаемые Правительством РК.

Порядок организации деятельности акцизного поста утвержден Постановлением Правительства РК от 16.01.2012 № 61 «Об утверждении Правил организации деятельности акцизных постов». Налоговые органы устанавливают акцизные посты на территории налогоплательщиков, осуществляющих производство отдельных видов подакцизных товаров, оптовую реализацию подакцизной алкогольной продукции.

Должностное лицо налогового органа на акцизном посту осуществляет контроль за:

- 1) соблюдением налогоплательщиком требований законодательства Казахстана, регулирующего производство и реализацию подакцизных товаров;
- 2) наличием у покупателя лицензии на соответствующий вид деятельности;

- 3) принятием на учет импортированных подакцизных товаров;
- 4) отводом и (или) отпуском подакцизных товаров исключительно через измеряющие аппараты или реализацией (розливом) через приборы учета, а также эксплуатацией последних в опломбированном виде;
- 5) соблюдением налогоплательщиком порядка маркировки отдельных видов подакцизных товаров;
- 6) соблюдением налогоплательщиком правил оформления сопроводительных накладных на отдельные виды подакцизных товаров при их отпуске;
- 7) правильностью применения ставок акцизов на подакцизные товары и своевременностью уплаты акцизов в бюджет;
- 8) движением основного сырья для производства подакцизных товаров, вспомогательных материалов, готовой продукции, учетно-контрольных марок.

Должностное лицо налогового органа также имеет право:

- 1) обследовать с соблюдением требований действующего законодательства Казахстана административные, производственные, складские, торговые, подсобные помещения налогоплательщика, используемые для производства, хранения и реализации подакцизных товаров;
- 2) присутствовать при реализации подакцизных товаров;
- 3) осматривать грузовые транспортные средства, выезжающие (въезжающие) с территории (на территорию) налогоплательщика.

Контроль за деятельностью акцизных постов осуществляется посредством анализа представленных налоговыми органами в Налоговый комитет данных и проведения проверок акцизных постов налоговыми органами и Налоговым комитетом.

Особенностью налогового администрирования акцизов в алкогольной отрасли в России является обязанность налогоплательщиков получить свидетельство о регистрации организации, совершающей операции с денатурированным этиловым спиртом. Указанное свидетельство должно быть получено при осуществлении следующих видов деятельности (статья 179.2 НК РФ):

- 1) производство денатурированного этилового спирта - свидетельство на производство денатурированного этилового спирта;
- 2) производство неспиртосодержащей продукции, в качестве сырья для производства которой используется денатурированный этиловый спирт, - свидетельство на производство неспиртосодержащей продукции;

3) производство спиртосодержащей продукции в металлической аэрозольной упаковке, в качестве сырья для производства которой используется денатурированный этиловый спирт, - свидетельство на производство спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции в металлической аэрозольной упаковке;

4) производство спиртосодержащей продукции в металлической аэрозольной упаковке, в качестве сырья для производства которой используется денатурированный этиловый спирт, - свидетельство на производство спиртосодержащей продукции бытовой химии в металлической аэрозольной упаковке.

Организация, имеющая свидетельство, обязана отчитываться перед налоговым органом, выдавшим свидетельство, об использовании денатурированного этилового спирта в порядке, установленном Минфином России.

Существенных особенностей налогового администрирования акцизов на продукцию алкогольной отрасли в Республике Беларусь не выявлено, кроме дополнительной меры в форме применения сопроводительных документов установленного образца, маркированных контрольными знаками. Это объясняется более жестким государственным регулированием алкогольной отрасли в форме неналоговых мер контроля, в том числе в части квотирования и ограничения деятельности в этой отрасли для частного бизнеса.

Обязательной маркировке учетно-контрольными марками в Казахстане подлежит алкогольная продукция, за исключением виноматериала и пива. Маркировку осуществляют производители и импортеры подакцизных товаров. Не подлежат обязательной маркировке учетно-контрольными марками алкогольная продукция:

- 1) экспортируемая за пределы Казахстана;
- 2) ввозимая на территорию Казахстана владельцами магазинов беспошлинной торговли, предназначенная для помещения под таможенную процедуру беспошлинной торговли;
- 3) ввозимая на таможенную территорию ТС в таможенных процедурах временного ввоза (допуска) и временного вывоза, в том числе временно ввозимая на территорию Казахстана с территории государств - членов ТС в рекламных и (или) демонстрационных целях в единичных экземплярах;
- 4) перемещаемая через таможенную территорию ТС в таможенной процедуре таможенного транзита, в том числе перемещаемая транзитом через территорию Казахстана из государств - членов ТС;

5) ввозимая (пересылаемая) на территорию Казахстана физическим лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, в пределах не более трех литров алкогольной продукции и пива.

Запрещается ввоз на территорию Казахстана и перемещение по территории Казахстана подакцизной продукции, подлежащей маркировке учетно-контрольными марками, без ее маркировки.

В Казахстане существует отдельный порядок перемаркировки подакцизных товаров, а также правила получения, учета, хранения и выдачи учетно-контрольных марок и правила оформления, заказа, получения, выдачи, учета, хранения и представления сопроводительных накладных на отдельные виды подакцизных товаров, утверждаемые Правительством РК.

Согласно статье 19 Закона РБ от 27.08.2008 г. № 429-З «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непищевой спиртосодержащей продукции и непищевого этилового спирта» алкогольные напитки, ввозимые на таможенную территорию Белоруссии и произведенные в Белоруссии, разлитые в потребительскую тару (упаковку) и предназначенные для оборота на ее территории, подлежат обязательной маркировке акцизными марками.

Не подлежат маркировке акцизными марками алкогольные напитки:

- разлитые в потребительскую тару (упаковку) вместимостью до 50 кубических сантиметров включительно;
- ввозимые организаторами и участниками международных выставок и ярмарок в качестве образцов и экспонатов;
- ввозимые и предназначенные для официального использования иностранными дипломатическими представительствами и консульскими учреждениями, а также приравненными к ним органами и миссиями международных организаций;
- ввозимые для собственного потребления дипломатическими агентами, должностными лицами консульских учреждений и приравненными к ним сотрудниками органов и миссий международных организаций, а также членами их семей;
- ввозимые и предназначенные для реализации в магазинах беспошлинной торговли;
- ввозимые и предназначенные для реализации в вагонах-ресторанах, купе-буфетах, купе-барах поездов, формирующихся за пределами Республики Беларусь, на воздушных, морских и речных судах, выполняющих международные рейсы;
- ввозимые в качестве образцов для сертификационных испытаний в необходимых количествах, установленных техническими нормативными правовыми актами;

- ввозимые в качестве образцов производителем алкогольной продукции для проведения оценки качества (испытаний) и органолептических показателей планируемых к поставке напитков на основании заключенных договоров в количестве не более 5000 кубических сантиметров в отношении каждого образца;

- перевозимые через таможенную территорию Республики Беларусь транзитом;

- ввозимые физическими лицами в пределах норм, установленных законодательством Республики Беларусь;

- произведенное в Республике Беларусь шампанское;

- оригинальные алкогольные напитки.

Алкогольные напитки, предназначенные для реализации за пределы Республики Беларусь, кроме государств – участников Договора о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве от 26 февраля 1999 года, акцизными марками не маркируются. Алкогольные напитки, предназначенные для вывоза с территории Республики Беларусь на территорию государств – участников Договора о ТС и ЕЭП от 26 февраля 1999 года, должны быть маркированы их производителем в соответствии с требованиями законодательства страны назначения до момента их отгрузки с места производства.

В Белоруссии в качестве мер государственного контроля применяется маркировка контрольными знаками сопроводительных документов установленного образца. Алкогольные напитки, подлежащие маркировке акцизными марками, а также разлитые в потребительскую тару вместимостью до 50 кубических сантиметров включительно, не маркируются специальными знаками. Вывоз с таможенной территории Республики Беларусь на таможенную территорию государств – участников Договора о ТС и ЕЭП алкогольной, непищевой спиртосодержащей продукции и непищевого этилового спирта, перемещение по ее территории, хранение на территории Республики Беларусь указанных продукции и спирта, предназначенных для вывоза с таможенной территории Республики Беларусь, осуществляются по сопроводительным документам установленного образца, маркированным контрольными знаками в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь. Указанные требования не распространяются на вывоз алкогольных напитков, маркированных их производителем в соответствии с требованиями законодательства страны назначения.

В РФ осуществляется обязательная маркировка федеральными специальными марками и акцизными марками алкогольной продукции, производимой и реализуемой на территории РФ. Алкогольная продукция, за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, подлежит обязательной маркировке в следующем порядке:

- алкогольная продукция, производимая на территории РФ, за исключением алкогольной продукции, поставляемой на экспорт, маркируется федеральными специальными марками. Указанные марки приобретаются организациями, осуществляющими производство такой алкогольной продукции, в государственных органах, уполномоченных Правительством РФ;

- алкогольная продукция, ввозимая (импортируемая) в РФ, маркируется акцизными марками. Указанные марки приобретаются в таможенных органах организациями, осуществляющими импорт алкогольной продукции.

Минимальные розничные цены на алкогольную продукцию являются мерой государственного регулирования. В Республике Казахстан минимальные розничные цены на алкогольную продукцию установлены Постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 октября 1999 года № 1592 «Об установлении минимальных цен на алкогольную продукцию» (в редакции Постановления Правительства Республики Казахстан от 9 июня 2012 года № 771). МРЦ на водки, водки особые, крепкие ликеро-водочные изделия и прочие крепкоалкогольные напитки установлены в размере 640 тенге за литр. Порядок расчета МРЦ регулируется Приказом Председателя Комитета по государственному контролю над производством и оборотом алкогольной продукции Министерства государственных доходов Республики Казахстан от 18 ноября 1999 года № 264 Об утверждении Инструкции расчета минимальной цены на алкогольную продукцию. Указанная Инструкция определяет статьи расходов при производстве алкогольной продукции и разработана для руководства при определении уполномоченным органом минимальных цен на алкогольную продукцию отечественного производства. Состав и классификация затрат, используемых для расчета минимальной цены на алкогольную продукцию определяется согласно главе 2 указанной Инструкции.

В Беларуси в качестве государственных мер осуществляется регулирование цен на алкогольную продукцию. Постановлением Минэкономики РБ №87 от 18 октября 2012 года с 25 октября 2012 года были увеличены предельные минимальные цены на алкогольную продукцию крепостью свыше 28% и на спирт этиловый. Предельная минимальная отпускная цена (без НДС) на алкоголь крепостью 40% за 0,5 литра (со стоимостью потребительской тары) увеличена на 51,4% до 21,5 тыс. белорусских рублей. При этом розничная цена (с НДС) увеличена на 51% до 29,6 тыс. Предельная минимальная отпускная цена на импортные алкогольные напитки крепостью 40%, реализуемые на территории Беларуси, составит 43 тыс. белорусских рублей (на 51,4% больше). Кроме того, увеличена предельная минимальная отпускная цена на этиловый спирт. Цена на спирт-сырец этиловый из пищевого сырья,

отпущенный организациям Беларуси для производства спирта этилового ректифицированного, с нулевой ставкой акциза, составляет 90 тыс. белорусских рублей (без НДС) за 1 дал безводного спирта. Цена на этиловый ректифицированный спирт, отпущенный организациям для производства алкогольной продукции, уксуса и слабоалкогольных напитков, с нулевой ставкой акциза, составляет 120 тыс. белорусских рублей за 1 дал безводного спирта. Цена на спирт этиловый ректифицированный из пищевого сырья (с учетом акциза) составляет 336,2 тыс. белорусских рублей за 1 дал безводного спирта. Цены на оригинальные алкогольные напитки устанавливаются Министерством экономики Республики Беларусь по представлению юридического лица, осуществляющего их производство.

В России с 1 января 2013 года Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка установлена минимальная стоимость водки, коньяка и иных напитков крепостью свыше 28 градусов (Приказ (№372 от 13 декабря 2012 г.). Бутилированная водка объемом 0,5 л крепостью 40% может продаваться в розничной торговле по цене не ниже 170 рублей. С 219 до 280 рублей увеличена минимальная цена коньяков, со 190 до 205 рублей за бутылку – на бренди и другую алкогольную продукцию, произведенную из винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового дистиллятов. Также определены минимальные закупочные цены для оптовиков и торговых сетей. В частности, производители могут поставлять бутилированную водку объемом 0,5 л по цене не ниже 132 рублей, оптовики перепродавать предприятиям розничной торговли – по цене 138 рублей. Действующее регулирование ценообразования в алкогольной отрасли в странах ТС не учитывается в налоговом законодательстве.

Таким образом, проведенный анализ позволил определить, что в составе налогоплательщиков акцизов на продукцию алкогольной отрасли среди стран ТС нет существенных отличий. Все имеющиеся отличия связаны с государственными ограничениями, действующими в алкогольной отрасли каждого из государств – участников ТС, а также с особенностями определения объектов налогообложения. В странах ЕС и США, Канаде, Австралии перечень более широкий. Например, в ЕС для целей акцизного налогообложения представляет значение, осуществляются ли поставки товаров с коммерческой целью или для личного использования.

Были выявлены существенные различия в определении объекта налогообложения. В странах ТС различаются объекты налогообложения, связанные с производством и реализацией этилового спирта: в Казахстане и Белоруссии объект возникает при реализации спирта у его производителя, а в России объектом также является операция получения

(оприходования) денатурированного этилового спирта организацией, имеющей свидетельство на производство неспиртосодержащей продукции. В государствах-членах ЕС объектом налогообложения являются подакцизные товары, а не операции, как это определено в странах ТС.

В законодательстве каждой страны приведен свой перечень операций, подлежащих освобождению от уплаты акцизов. Ряд стран (например, Франция) вообще не предоставляет освобождений. Во всех странах при исчислении акциза применяется механизм налоговых вычетов. На вычет относятся суммы акциза, уплаченные по подакцизным товарам, использованным в качестве основного сырья для производства других подакцизных товаров. При этом в каждой из стран есть свои особенности.

Во всех государствах – участниках ТС по подакцизной продукции алкогольной отрасли налоговая база определяется как объем (количество) произведенных, реализованных подакцизных товаров в натуральном выражении, соответственно, исчисление суммы акциза производится путем применения установленной ставки акциза к налоговой базе. В странах ЕС налоговая база различается в зависимости от перечня продукции, подпадающей под налогообложение акцизом.

Налоговым периодом уплаты акциза в государствах – участниках ТС является календарный месяц, по истечении которого налогоплательщики обязаны представлять в налоговые органы декларацию по акцизам. При этом сроки предоставления деклараций во странах ТС разные. В странах ЕС налоговые периоды различаются и устанавливаются национальными законодательствами (от 14 до 40 дней после окончания месяца, в котором спиртные напитки были выпущены в свободное обращение, но например, во Франции – с момента выпуска в обращение).

Во всех государствах в отношении продукции алкогольной отрасли установлены твердые (специфические) ставки акцизов. Отличия касаются перечней продукции, к которой применяются нулевые ставки акцизов. Положительным, на наш взгляд, является ссылка в налоговых кодексах Казахстана и Беларуси на классификатор ТН ВЭД ТС при установлении ставок акцизов.

Анализ порядка исчисления и уплаты акцизов на продукцию алкогольной отрасли в государствах – участниках ТС выявил существенные отличия как в сроках уплаты, так и в формах уплаты. Наиболее сложная система уплаты применяется в России, в первую очередь, это связано с обязанностью уплаты авансовых платежей и применением механизма банковской гарантии. Поэтому в качестве ориентира для России следует рассмотреть порядок исчисления и уплаты акцизов при совершении операций с этиловым спиртом в Казахстане.

Порядок уплаты в странах ЕС регулируется единым европейским законодательством (Директивой).

Администрирование акцизов в странах ЕС регулируется единым европейским законодательством (Директивой) и единообразно внутри ЕС. Среди стран ТС Казахстан имеет наиболее развитый механизм налогового администрирования, который включает в себя специальных регистрационный учет налогоплательщиков, тематические проверки, акцизные посты. Существенных особенностей налогового администрирования акцизов на продукцию алкогольной отрасли в Республике Беларусь не выявлено, кроме дополнительной меры в форме применения сопроводительных документов установленного образца, маркированных контрольными знаками. Это объясняется более жестким государственным регулированием алкогольной отрасли в форме неналоговых мер контроля, в том числе в части квотирования и ограничения деятельности в этой отрасли для частного бизнеса. Особенностью налогового администрирования в России является обязательное получение свидетельства о регистрации организациями, совершающими операции с денатурированным этиловым спиртом, и специальная отчетность для таких организаций в налоговые органы, что усложняет администрирование. Таким образом, в качестве положительного опыта для России можно учесть практику Республики Казахстан в области процедур налогового администрирования акцизов на продукцию алкогольной отрасли.

2.2. Существующие законодательные требования и ограничения при производстве и продажи алкогольных напитков в странах ОЭСР и СНГ

2.2.1. Ограничения при реализации алкогольной продукции в странах ОЭСР и СНГ

Алкогольная политика представляет собой меры государства, применяющиеся для снижения смертности, заболеваемости и социальных проблем, связанных с алкоголем. Термин «алкогольная политика» впервые появился в скандинавских странах в 1960-х годах. Внедрение подобной политики было обусловлено изменениями в социально-экономической жизни послевоенной Европы. Послевоенные годы ознаменовались низким уровнем экономического развития, высокой безработицей и отсталой инфраструктурой, разрушенной после войны. Все эти факторы привели к социальной нестабильности в обществе, одним из проявлений которой стало чрезмерное употребление алкогольных напитков. С распространением современных подходов в области здравоохранения алкогольная политика начала рассматриваться как инструмент для улучшения здоровья общества. В настоящее

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

время в мире можно выделить ряд мер, которые могут эффективно снижать вред от чрезмерного употребления алкоголя:

- введение минимального возраста для продажи и употребления алкоголя;
- государственный контроль в области продажи и производства;
- ограничения в области розничной продажи;
- ограничения в области рекламы спиртных напитков;
- ограничения на употребление алкоголя в общественных местах.

Согласно терминологии Всемирной Организации Здравоохранения страны можно разделить на три группы по степени строгости алкогольной политики. Группирование стран осуществлялось по шести основным факторам:

- наличие контроля за производством и распространением;
- контроль дистрибуции;
- наличие минимального возраста для продажи алкоголя;
- контроль в области рекламы и продвижения продукции на рынок;
- общественный контроль (движение трезвенников, общественные слушания по вопросам чрезмерного употребления алкоголя, социальная реклама);
- наличие государственной политики в области ограничения употребления алкоголя.

Таким образом, рассматриваемые страны ОЭСР и СНГ можно разделить на 3

Уровень строгости алкогольной политики в странах ОЭСР



Источник: WHO «Alcohol Policy Report», 2011

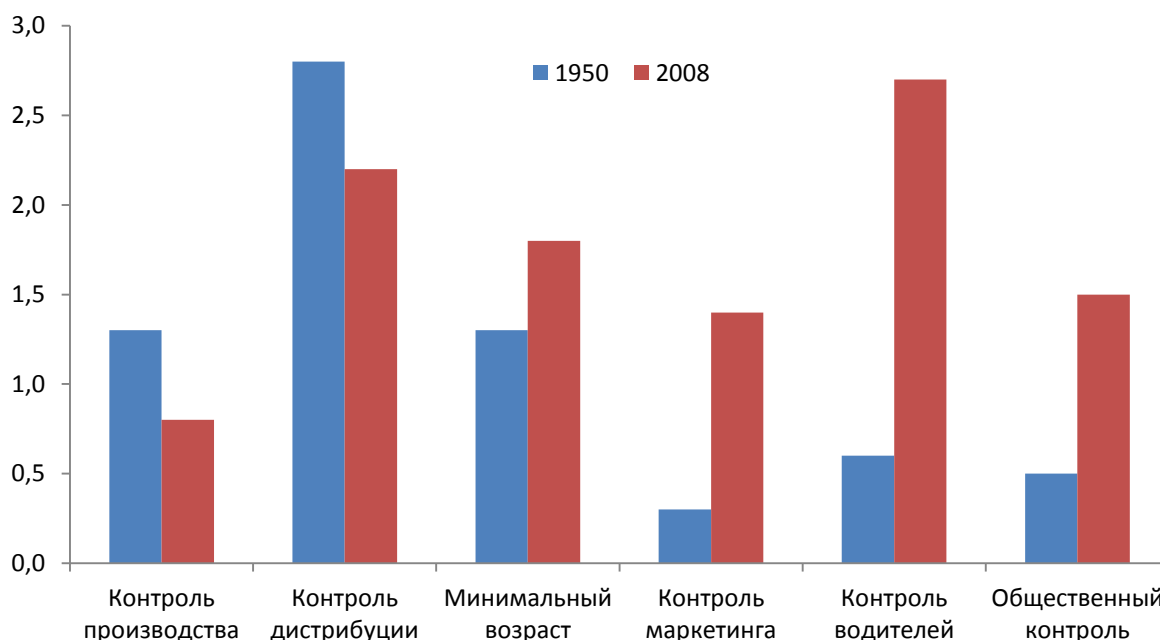
Стоит отметить, что среди стран с высоким уровнем строгости алкогольной политики выделяются страны северной Европы. Однако стоит отметить, что в Дании ограничения в области алкогольной политики существенно отличаются от соседей. Дания исторически ассоциирует себя с центральной Европой, поэтому и алкогольная политика здесь более мягкая, нежели в остальных странах Скандинавии. Наибольшее количество рассматриваемых нами стран попало в группу со средним уровнем строгости алкогольной политики. В данной группе преобладают страны с наибольшим удельным потреблением пива (Чехия, Ирландия, Германия) и вина (Франция, Италия, Испания).⁶⁴ Самая малочисленная группа стран с низким уровнем строгости алкогольной политики включает в себя Грецию, Австрию и Казахстан. Место этих стран в рейтинге обусловлено низким минимальным возрастом для продажи алкогольных напитков и низкой степенью ограничений в области рекламы алкогольных напитков. Более того, важным фактором является то, что исторически данные страны никогда не сталкивались с серьезными проблемами в области чрезмерного употребления алкоголя среди населения, в отличие от скандинавских стран.

⁶⁴ WHO «Global Status Report Alcohol Policy», 2011

Согласно исследованиям ЕС за последние 50 лет в мире произошло серьезное ужесточение политики государств в области увеличения минимального возраста употребления алкоголя, контроля маркетинга, а также общественного контроля и проверки водителей транспортных средств. В то же время государство и сами производители стали уделять меньше внимания контролю за производством и последующей дистрибуцией товара (данная гипотеза отражена на рис. ниже). Во многом, это обусловлена с одной стороны экономическим ростом, увеличением производства и развитием новых форм рекламы, а с другой стороны сильными «движениями трезвенников», повлиявших на политику государств Западной Европы и Северной Америки во второй половине двадцатого века.⁶⁵

РИСУНОК 33

Структура изменений мер алкогольной политики в странах ОЭСР за период с 1950 по 2008 гг.



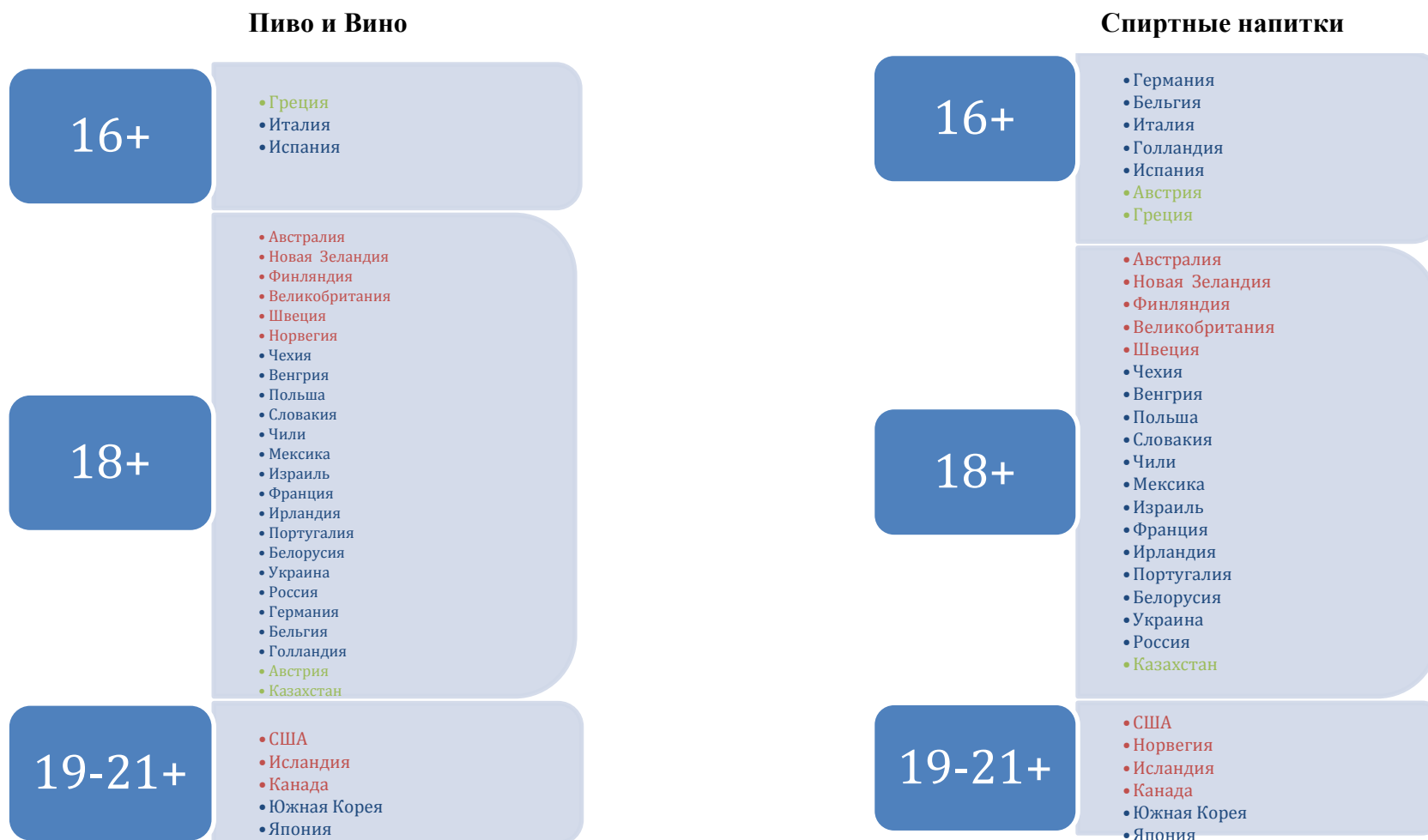
Примечание: 0 - это низкий уровень внимания к проблеме, а 3 - высокий.

Источник: По данным Еврокомиссии, 2008

Важнейшим критерием, обуславливающим степень строгости алкогольной политики, является минимальный возраст для покупки и/или употребления алкоголя. Среди рассматриваемых стран можно выделить три основные группы возрастных ограничений (см. рис. ниже). Такое деление стран позволяет сделать вывод, что самые высокие возрастные ограничения присутствуют в странах с наиболее высоким уровнем строгости алкогольной политики.

⁶⁵ Osterberg E., Karlson T. «Alcohol Policies in EU Member States and Norway», 2006

Минимальный возраст для покупки и/или употребления вина, пива и спиртных напитков в странах ОЭСР и СНГ



Источник: WHO «Alcohol Policy Report», 2011

В большинстве стран возрастные ограничения для покупки и употребления алкоголя совпадают, однако существуют примеры при которых данные показатели могут отличаться, либо один из них отсутствует полностью:

- В законодательстве Дании не существует понятия о минимальном возрасте употребления алкоголя, тогда как минимальный возраст для покупки алкоголя равен 18 годам. Кроме того, взрослый может официально купить алкоголь несовершеннолетнему.
- В законодательстве Греции не существует понятия о минимальном возрасте покупки алкоголя, а минимальный возраст для употребления алкоголя равен 16 годам.
- В Норвегии не установлен минимальный возраст для употребления алкоголя, при этом минимальный возраст для покупки пива равен 18 годам, а крепкого алкоголя – 20 годам.
- Российское законодательство не подразумевает наличия закона о минимальном возрасте употребления алкоголя, но продажа алкоголя несовершеннолетним запрещена федеральным законом.

Важной особенностью данного ограничения является то, что минимальный возраст может варьироваться в зависимости от места покупки и/или употребления алкоголя. Так, во многих странах минимальный возраст для покупки и/или употребления алкоголя в ресторанах и барах выше, чем в магазинах.⁶⁶ Например, в Дании минимальный возраст для покупки алкоголя в магазине равен 16 годам, а в ресторанах и ночных клубах - 18 годам. В Швеции минимальный возраст для покупки алкоголя в барах и ресторанах – 18 лет, тогда как в сети монопольной сети магазинов Systembolaget - 20 лет. Многие рестораны и клубы добровольно устанавливают ограничения на уровне 20 или 23 лет.

В некоторых странах мира существуют весьма специфические ограничения в области минимального возраста, которые обоснованы социально-экономическими процессами в обществе и прецедентами в правовых системах. Например, Великобритания является единственной страной в мире, где существует минимальный возраст для употребления алкоголя дома (18 лет), а детям от 5 до 17 лет разрешается употребление алкоголя дома при присутствии взрослых. Законодательство Исландии предусматривает конфискацию алкоголя у несовершеннолетних граждан, в Испании существуют самые высокие в мире штрафы на продажу алкоголю несовершеннолетним (от 30 тыс до 600 тыс евро).

Государственный контроль в области продажи и производства алкоголя является историческим приемником «сухого закона», действовавшего в странах северной Европы в первой половине XX века. Исследование государственной политики стран ОЭСР показало,

⁶⁶ Global Status Report Alcohol Policy, WHO, 2011

что странам с высоким уровнем алкогольной политики присущи более жесткие меры ограничений в области государственного контроля, нежели странам со средним и низким уровнем государственной политики. Несмотря на это в Германии и Швейцарии (странах со средним уровнем строгости алкогольной политики) существует государственная монополия на производство крепкого алкоголя. Монополия на продажу алкоголя чаще всего встречается в скандинавских странах с высоким уровнем строгости алкогольной политики, однако подобную политику так же применяют в провинциях Канады.

Так, в 1955 году в Швеции была введена полная монополия на розничную реализацию алкоголя. Данная политика реализуется через государственную сеть 418 магазинов Systembolaget. Systembolaget является единственной сетью, которой разрешено продавать алкогольные напитки, содержащие более 3,5 градуса алкоголя.⁶⁷ До 1996 года в Норвегии действовала монополия на производство и продажу спиртных напитков. В 1996 году монополия была перестроена, и в итоге вино, спиртные напитки и пиво крепче чем 4,75% алкоголя продаются только через специальные торговые точки VINMOPOLET.⁶⁸ С 1 января 1995 г. В Финляндии действует Закон об алкоголе, принятый при вступлении страны в ЕС. Согласно закону, государственная алкогольная компания владеет монопольным правом розничной продажи спиртных напитков и реализует их через сеть магазинов ALKO. Помимо монополии разрешена продажа в розницу напитков, произведенных методом брожения, с содержанием этилового спирта до 4,7% предприятиям и частным лицам, обладающим соответствующей лицензией.⁶⁹ Во всех провинциях Канады, кроме Альберты, монополия на розничную торговлю алкоголем принадлежит местным властям, владеющим сетями ликероводочных магазинов: в Квебеке — сеть SAQ, в Манитобе — Liquor Marts, в Новой Шотландии — NSLC.

Тем не менее, редко можно встретить страну, где одновременно существует как монополия на производство, так и монополия на продажу. Примеров государств, разделяющих эту точку зрения, немного, и все они преимущественно относятся к категории стран третьего мира: Алжир, Бангладеш, Бенин, Конго, Куба, Монголия, Сенегал.

Стоит отметить, что в условиях открытости мировой экономики, совершенствующейся логистики и модернизации таможенных правил подобные монополии теряют смысл, терпя убытки и страдая от рынка нелегального распространения алкоголя. Например, при вступлении Швеции в Евросоюз (в 1995 году), увеличилась доля официально разрешенной к

⁶⁷ Osterberg E., Karlson T. «Alcohol Policies in EU Member States and Norway», 2006

⁶⁸ Alavaikko M. «Nordic Alcohol Policies and the liberalization of the international trade», 2003

⁶⁹ Alavaikko M. «Nordic Alcohol Policies and the liberalization of the international trade», 2003

импорту в страну алкогольной продукции. Согласно законодательству, к ввозу в страну разрешается не более 110 л вина и 90 л пива. В связи с ростом импорта, по данным SoRaD (Центра социальных исследований в области алкоголя и наркотиков), часть реализованного алкоголя через Systembolaget уменьшилась до 57% от всех употребляемых в стране алкогольных напитков. Остальная продукция распространяется через нелегальные каналы и, таким образом, не облагается налогами. Шведские власти потеряли контроль над существенной частью торговли алкоголем. Закупку и ввоз больших партий спиртных напитков подтверждают таможенные службы и производители, реализующие алкоголь в пограничных зонах. Как результат, госбюджет недополучает более половины поступлений в бюджет (свыше 500 млн. евро ежегодно). Принятие жестких ограничений при реализации алкогольной политики принесло значительные убытки и пивоваренной отрасли.⁷⁰

Лицензия на производство и продажу действует в большинстве исследуемых нами стран. В настоящее время лицензия становится общепринятой мировой практикой в области государственного контроля в области продаж и производства, однако существуют и исключения:

- В Чехии и Дании не существует лицензий на продажу и производство алкогольных напитков, пива и вина. Важным отличием является то, что в Дании каждый владелец магазина должен получить лицензию от государства на ведение бизнеса, однако никаких ограничений в области продажи алкогольных напитков не существует.
- В Швейцарии существует лишь лицензия на производство алкоголя.
- В Нидерландах существует только лицензия на продажу крепкого алкоголя.

В табл. ниже приведены основные элементы государственного контроля в странах ОЭСР и СНГ.

⁷⁰ Osterberg E., Karlson T. «Alcohol Policies in EU Member States and Norway», 2006

Государственный контроль в области продажи и производства пива, вина и крепких алкогольных напитков в странах ОЭСР и СНГ

Страна	монополия на производство			монополия на продажу			лицензия на производство			лицензия на продажу		
	пиво	вино	алкоголь	пиво	вино	алкоголь	пиво	вино	алкоголь	пиво	вино	алкоголь
Австралия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Южная Корея	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Новая Зеландия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Новая Зеландия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Канада	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да	да
США	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Финляндия	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да	да	да
Норвегия	нет	нет	да	нет	да	да	да	да	да	да	да	да
Швеция	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да	н\д	н\д	н\д
Великобритания	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Исландия	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да	да	да	да
Южная Корея	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Япония	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Чехия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Венгрия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Польша	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Словакия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	нет	нет	нет
Бельгия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Дания	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Франция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Германия	нет	нет	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Ирландия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Италия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Нидерланды	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

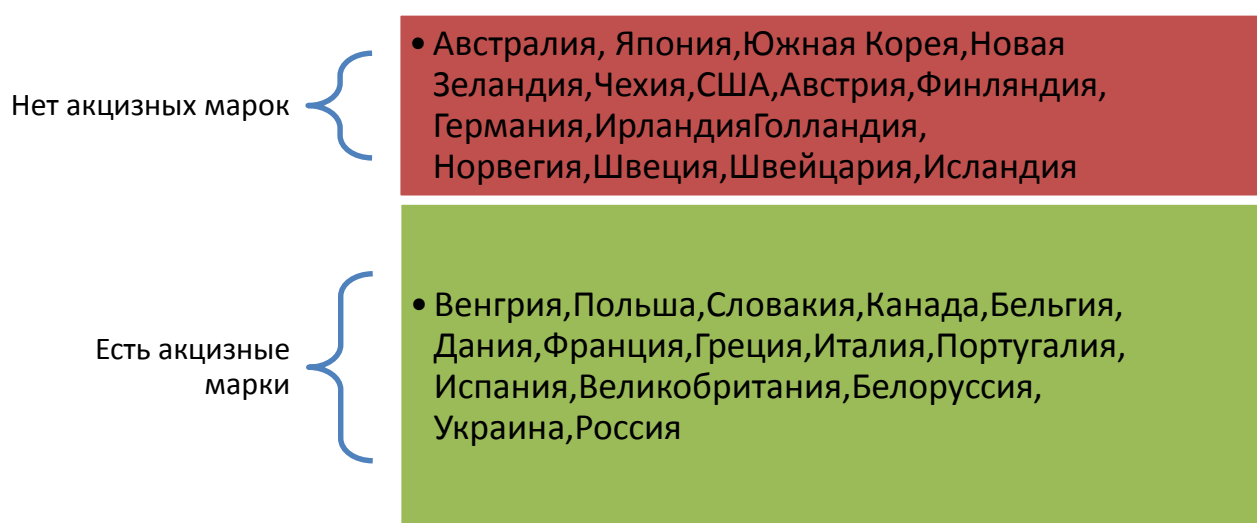
<i>Страна</i>	<i>монополия на производство</i>			<i>монополия на продажу</i>			<i>лицензия на производство</i>			<i>лицензия на продажу</i>		
	<i>пиво</i>	<i>вино</i>	<i>алкоголь</i>	<i>пиво</i>	<i>вино</i>	<i>алкоголь</i>	<i>пиво</i>	<i>вино</i>	<i>алкоголь</i>	<i>пиво</i>	<i>вино</i>	<i>алкоголь</i>
Португалия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Испания	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Швейцария	нет	нет	да	нет	нет	нет	нет	нет	да	нет	нет	нет
Белоруссия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Украина	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да
Россия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Австрия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	нет	нет	нет
Греция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Казахстан	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да

Источник: WHO «Alcohol Policy Report», 2011

Исторически в России сложилось мнение, что наличие акцизной марки подразумевает под собой эффективную алкогольную политику и служит действенной мерой ограничения чрезмерного употребления спиртных напитков. Однако опыт исследуемых нами стран показывает, что в большинстве стран с высоким уровнем строгости алкогольной политики не существует практики применения акцизных марок (см. рис. ниже). Более того, эксперты ЕС и ВОЗ при рассмотрении степени строгости алкогольной политики в стране вообще не принимают в своих расчетах данные о наличии или отсутствии акцизных марок в стране.

РИСУНОК 35

Использование акцизных марок в странах ОЭСР и СНГ



Источник: WHO «Alcohol Policy Report», 2011

Другим важным инструментом алкогольной политики являются ограничения в области розничной продажи пива, вина и алкогольных напитков. Опыт исследуемых нами стран (см. табл. ниже) показывает, что в большинстве стран с высоким уровнем строгости алкогольной политики присутствуют ограничения во всех рассматриваемых нами видах продукции, тогда как странам с низким уровнем алкогольной политики присуще практически полное отсутствие каких-либо ограничений в области розничной продажи пива, вина и алкогольных напитков. В настоящее время происходит ужесточение данного ограничения в большинстве стран мира. Это обусловлено устоявшимся мнением о том, что лишь жесткие меры могут оградить общество от чрезмерного употребления алкоголя. Однако подобная политика имеет и негативные аспекты. Самым серьезным аргументом противников жестких мер является не слишком успешный пример стран Скандинавии последнего десятилетия, где на фоне жестких мер ограничений в области розничной продажи, стал активно развиваться

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

импорт продукции из стран-соседей. Стоит заметить, что в скандинавских странах государственные монополии наделены дополнительной властью устанавливать свои собственные ограничения на продажу алкогольных напитков, помимо законодательно установленных ограничений. Например, шведская государственная сеть магазинов Systembolaget установила следующие ограничения⁷¹:

- невозможно купить набор из алкогольной продукции одного типа;
- запрещены любые виды маркетинговых распродаж (купи одну, получи вторую бесплатно и т.д.);
- все продукты должны продаваться в одинаковых условиях, что означает, в частности, запрет на любые фирменные стенды — вся продукция стоит на одинаковых полках по категориям в алфавитном порядке;
- магазин не имеет право продавать алкогольные напитки лицам, находящимся в алкогольном опьянении.

⁷¹Osterberg E., Karlson T. «Alcohol Policies in EU Member States and Norway», 2006

Ограничения в области розничной продажи в странах ОЭСР и СНГ

<i>Страна</i>	<i>Часы продажи</i>			<i>Дни продажи</i>			<i>Места продажи</i>			<i>Плотность точек продаж</i>		
	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>
Австралия	да	да	да	да	да	да	да	да	да	нет	нет	нет
Новая Зеландия	частично	частично	частично	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Канада	да	да	да	нет	нет	нет	да	да	да	нет	да	нет
США	да	да	да	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Финляндия	да	да	да	нет	да	да	да	да	да	да	нет	нет
Норвегия	да	да	да	да	да	да	да	да	да	нет	да	да
Швеция	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да
Великобритания	да	да	да	да	да	да	н/д	н/д	н/д	да	да	да
Исландия	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да
Южная Корея	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Япония	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да
Чехия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Венгрия	да	да	да	да	да	да	да	да	да	нет	нет	нет
Польша	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	нет	да	да
Словакия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Дания	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Франция	да	да	да	нет	нет	нет	да	да	да	нет	нет	нет
Германия	да	да	да	нет	нет	нет	да	да	да	нет	нет	нет
Ирландия	да	да	да	нет	нет	нет	да	да	да	да	да	да
Италия	нет	нет	да	нет	нет	да	нет	нет	нет	нет	нет	да
Нидерланды	да	да	да	да	да	да	да	да	да	нет	нет	нет
Португалия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Испания	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

<i>Страна</i>	<i>Часы продажи</i>			<i>Дни продажи</i>			<i>Места продажи</i>			<i>Плотность точек продаж</i>		
	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>	<i>Пиво</i>	<i>Вино</i>	<i>Алкоголь</i>
Швейцария	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Белоруссия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	нет	да	да
Украина	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	нет	нет	нет
Россия	да	да	да	нет	нет	нет	да	да	да	нет	нет	нет
Австрия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Греция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Казахстан	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да	да	нет	нет	нет

Источник: WHO Alcohol Policy Report, 2011

Другим основным критерием строгости алкогольной политики является ограничения в области рекламы пива, вина и спиртных напитков. Подобные ограничения начали вводиться во второй половине XX века в связи с бурным развитием печатных СМИ, телевидения и интернета. Реклама алкогольных напитков стала хорошим бизнесом для рекламодателей, так как могла приносить сверхдоходы за счет своего содержания. В настоящее время подобные ограничения присутствуют во всех рассматриваемых нами странах, кроме Греции, которая является страной с самым низким уровнем строгости алкогольной политики (приложения 4, 5, 6, 7). Опыт исследуемых нами стран показывает, что степень запрета может варьироваться от добровольного применения до полного запрета на законодательном уровне. Стоит отметить, что в странах с высоким уровнем строгости алкогольной политики реклама пива, вина и спиртных напитков либо полностью запрещена, либо присутствуют серьезные ограничения на отдельные виды рекламы. Подобную картину можно наблюдать и в странах со средним уровнем строгости алкогольной политики, но главным отличием от первой группы является то, что многие ограничения здесь носят добровольный характер и часто зависят от моральных принципов лица принимающего решение. Строгость ограничений в области рекламы алкоголя также обуславливается наличием или отсутствием в стране единого закона, регулирующего все аспекты алкогольной политики. Как правило, в странах с таким законом (Швеция, Норвегия, Финляндия) меры ограничений намного строже.

США и Канада относятся к рекламе алкоголя лояльнее чем страны ЕС и СНГ, несмотря на то, что обе страны входят в список стран с самым высоким уровнем строгости алкогольной политики. В большинстве случаев право выбора ограничения лицом принимающим решение добровольно, однако в 2003 году в США был принят закон, согласно которому реклама алкоголя не должна превышать 30% рекламного времени при просмотре телевидения несовершеннолетними лицами. Важным фактором является то, что на региональном уровне у каждого из штатов имеются свои конституционные полномочия по контролю за рекламой алкоголя, поэтому в разных штатах законодательство может серьезно различаться.

В странах СНГ, столкнувшихся с серьезными проблемами в области чрезмерного употребления алкогольных напитков в 1990-ые годы, началось серьезное ужесточение в области рекламы алкоголя. В Белоруссии действует полный запрет на рекламу любых алкогольных напитков в средствах массовой информации. В России и Украине за последние годы были также введены строгие ограничения в области рекламы пива, вина и алкогольных напитков.

В Европе ограничения в области рекламы алкоголя существенно отличаются: в Скандинавии подобные ограничения гораздо строже, нежели в странах Южной Европы.

Несмотря на то, что многие ограничения в странах ЕС действуют согласно общим директивам, отличия в алкогольной политике присутствуют и в данном компоненте. В Великобритании реклама алкоголя на телевидении ограничена по времени, данную рекламу нельзя показывать позднее 21 ч. В Германии реклама алкоголя законодательно запрещена в электронных СМИ, при этом реклама пива и вина разрешена на ТВ, радио и в кинотеатрах после 18 часов, реклама крепких напитков - после 22 часов. Во Франции реклама алкоголя полностью запрещена только на телевидении. Чешское законодательство устанавливает ограничение на содержание алкогольной рекламы: употребление алкоголя не должно делать участников рекламы успешнее других. Законы Швеции запрещают рекламу алкогольных напитков крепче 2,25% во всех СМИ, однако законом допускается реклама в местах продажи и в специализированных журналах.

С 2005 года печатным СМИ согласно директиве ЕС было разрешено публиковать рекламу вина и спиртных напитков. Правительство Швеции оспорило решение ЕС и в результате данная реклама должна сопровождаться предупреждением о вреде употребления алкогольных напитков.⁷² До 2003 года в Дании существовал запрет на рекламу спиртной продукции крепче 2,25% на телевидении и радиовещании. В 2003 году данный запрет был отменен для телевидения, а функции контроля были возложены на саморегулируемую организацию, которая установила следующие ограничения: реклама не должна быть направлена совершеннолетних; запрещено демонстрировать пользу алкоголя для здоровья; запрет на спонсорство спортивных мероприятий; запрещено увязывать рекламу со спортом; наружную рекламу нельзя размещать в районе школ и игровых площадок.

Последним рассматриваемым критерием в рамках выявления строгости алкогольной политики в странах ОЭСР и СНГ является ограничения на употребление пива, вина и спиртных напитков в общественных местах (табл. ниже). Стоит отметить, что страны с высоким уровнем строгости алкогольной политики не характеризуются полным запретом на употребление алкоголя в общественных местах, однако в большинстве случаев подобные ограничения либо частичны, либо являются добровольными. Мировой опыт показывает, что в отношении данных ограничений в мире главенствует либеральная точка зрения. Немаловажным фактором является и социокультурный аспект, который регулирует употребление алкоголя как с религиозной точки зрения, так и с моральной.

⁷²Osterberg E., Karlson T. «Alcohol Policies in EU Member States and Norway», 2006

Ограничения на употребление пива, вина и спиртных напитков в общественных местах в странах ОЭСР и СНГ

<i>Страна</i>	<i>Больницы</i>	<i>Школы и ВУЗы</i>	<i>Государственные учреждения</i>	<i>Общественный транспорт</i>	<i>Парки и улицы</i>	<i>Спортивные мероприятия</i>	<i>Концерты</i>	<i>Рабочие пространства</i>
Австралия	частично	запрещено	запрещено	запрещено	частично	добровольно	частично	частично
Новая Зеландия	частично	частично	частично	запрещено	добровольно	частично	частично	добровольно
США	добровольно	частично	добровольно	частично	частично	добровольно	добровольно	частично
Канада	добровольно	частично	частично	запрещено	запрещено	частично	частично	добровольно
Финляндия	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	частично	частично	добровольно
Норвегия	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично
Швеция	частично	нет	нет	частично	добровольно	частично	частично	добровольно
Великобритания	частично	частично	частично	частично	добровольно	частично	добровольно	частично
Исландия	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично
Южная Корея	нет	нет	нет	нет	нет	добровольно	нет	нет
Япония	частично	частично	нет	нет	нет	нет	нет	добровольно
Чехия	частично	частично	нет	частично	нет	частично	нет	запрещено
Венгрия	запрещено	запрещено	частично	запрещено	добровольно	нет	нет	запрещено
Польша	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	добровольно	запрещено
Словакия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	добровольно	частично	добровольно	запрещено
Бельгия	запрещено	запрещено	частично	частично	нет	частично	нет	частично
Дания	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	частично	нет	добровольно
Франция	частично	частично	частично	частично	нет	частично	добровольно	частично
Германия	запрещено	запрещено	частично	частично	нет	частично	нет	частично
Ирландия	добровольно	добровольно	добровольно	частично	добровольно	частично	частично	добровольно
Италия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно
Нидерланды	нет	частично	добровольно	нет	добровольно	частично	нет	добровольно
Португалия	частично	частично	частично	нет	нет	добровольно	нет	частично
Испания	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	запрещено	добровольно	добровольно
Швейцария	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично
Украина	запрещено	запрещено	частично	частично	частично	частично	добровольно	запрещено
Россия	запрещено	запрещено	частично	запрещено	запрещено	запрещено	частично	добровольно

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

<i>Страна</i>	<i>Больницы</i>	<i>Школы и ВУЗы</i>	<i>Государственные учреждения</i>	<i>Общественный транспорт</i>	<i>Парки и улицы</i>	<i>Спортивные мероприятия</i>	<i>Концерты</i>	<i>Рабочие пространства</i>
Белоруссия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	запрещено	частично	запрещено
Австрия	нет	частично	нет	нет	частично	частично	нет	добровольно
Греция	нет	нет	нет	частично	нет	частично	нет	нет
Казахстан	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично	частично

Источник: WHO «Alcohol Policy Report», 2011

Проведенное исследование алкогольной политики стран ОЭСР и СНГ подтвердило тенденцию ужесточения законодательства, касающегося ограничений в области чрезмерного употребления алкогольных напитков, и позволило сделать следующие выводы:

- Строгость алкогольной политики неразрывна связана с типом потребления: страны с традиционным пивным и винным типами имеют менее строгую алкогольную политику, чем северные страны.
- Алкогольная политика в стране должна отражать реальный запрос общества на те или иные ограничения, которые должны быть применимы в зависимости от социальных, культурных, исторических и религиозных факторов
- Изменения в современной картине мира доказывают невозможность применения эффективной государственной монополии в области продажи и производства алкоголя в настоящий момент.
- Ограничения в области производства, продажи и рекламы должны быть неразрывно связаны с уровнем налогообложения отрасли в стране. Только совмещение этих факторов позволит говорить об эффективно работающей алкогольной политике.
- Алкогольная политика в стране должна производиться через единый законодательный акт, включающий в себя все меры ограничений.

2.2.2. Автоматизированные системы контроля за сырьем в странах ОЭСР и СНГ

На сегодняшний день страны ЕС активно внедряют особую систему передвижения и контроля акцизов (Excise Movement and Control System (EMCS)). EMCS действует на основании Директивы Совета Европы 2008/118/ЕЕС. EMCS – это компьютерная система, которая собирает и обрабатывает информацию по передвижению соответствующих подакцизных товаров внутри ЕС. С 1 января 2010 г. EMCS заменила бумажный административный сопроводительный документ (paper Administrative Accompanying Document (AAD) и бумажный документ по форме W8 для внутривостранового передвижения (за исключением случаев использования упрощенной процедуры).

Система EMCS вводилась в три этапа. К 1 апреля 2010 все страны-члены ЕС должны были разработать систему для онлайн отслеживания передвижения соответствующих подакцизных товаров. То есть при получении соответствующих подакцизных товаров из страны члена ЕС, отгруженные с использованием eAD, получатель должен получать информацию по передвижению подакцизных товаров с использованием EMCS. Не все страны-члены ЕС обеспечили отгрузку товаров с использованием EMCS, часть из них

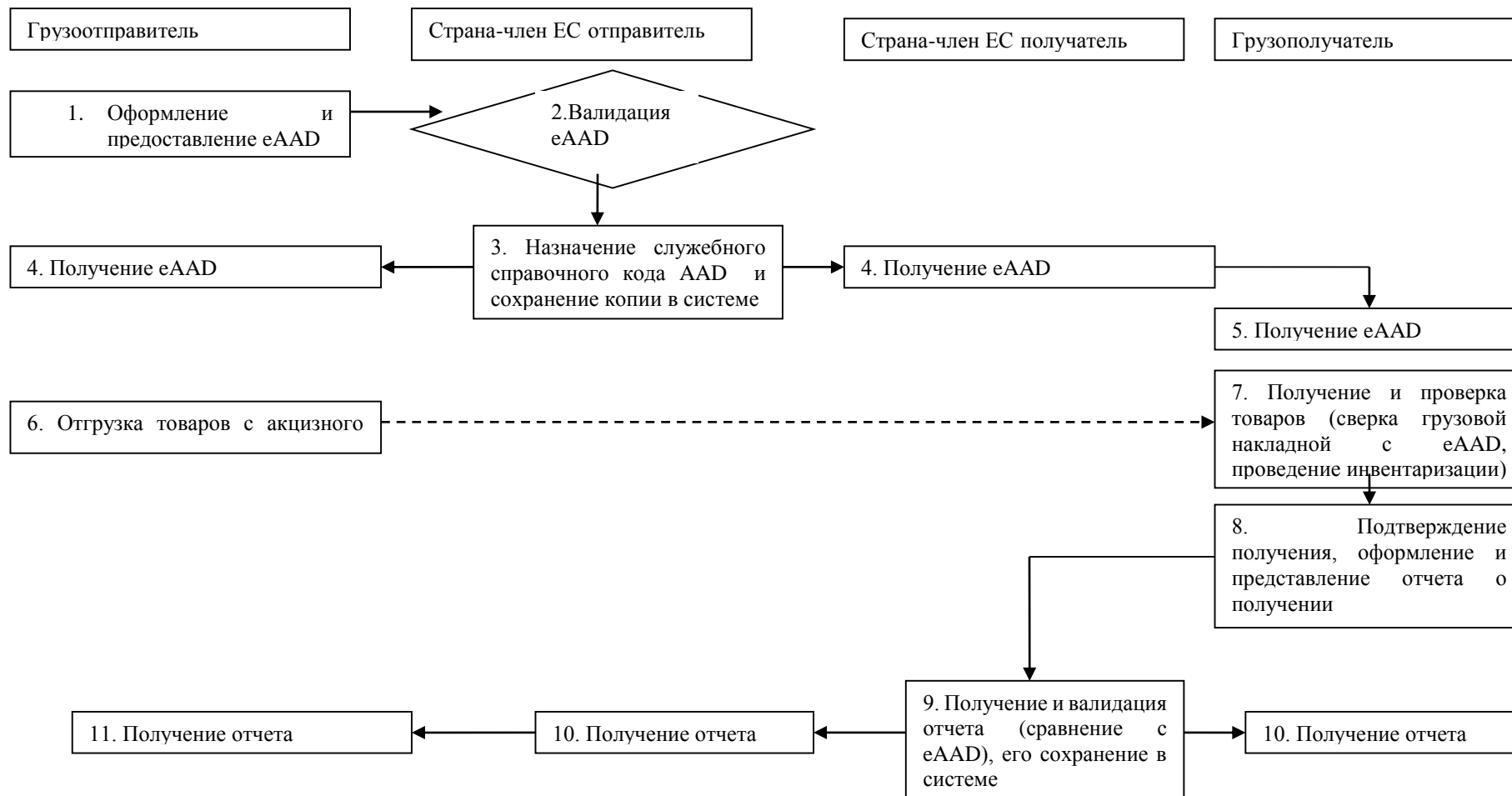
продолжают отгрузку, используя бумажный ААD до внедрения дополнительных улучшений обслуживания, но не позднее, чем с 1 января 2011.

К 31 декабря 2010 все страны-члены ЕС должны были разработать систему по предоставлению и получению информации по передвижению подакцизных товаров он-лайн. То есть с 1 января 2011, все продавцы, отгружающие и/или получающие подакцизные товары должны использовать EMCS. Также с 1 января 2011 грузоотправители могут отменить перемещение или пункт назначения используя EMCS. Некоторые страны-члены ЕС, включая Великобританию, могли отсылать eAD и до 1 января 2011.

С 1 января 2011 г. продавцы используют EMCS при всех передвижениях соответствующих подакцизных товаров внутри ЕС. EMCS также должна использоваться в Великобритании за исключением случаев упрощенной процедуры. EMCS собирает и обрабатывает информацию ААD он-лайн и позволяет уведомлять в режиме реального времени о передаче и получении соответствующих подакцизных товаров. Уполномоченные владельцы складов, зарегистрированные грузоотправители (registered consignors), зарегистрированные грузополучатели (registered consignees) и временно зарегистрированные грузополучатели (temporary registered consignees) могут обмениваться онлайн сообщениями, содержащими специфическую информацию по отгрузке и движению товаров с их торговыми партнерами внутри ЕС. 1 января 2012 – на данную дату система стала более интерактивной в отношении определенных перемещений вследствие расширения взаимодействия стран-членов ЕС и дополнения различных отчетов.

Понятие «зарегистрированный грузоотправитель» также появилось с 1 января 2011 г. Зарегистрированными грузоотправителями могут быть физические или юридические лица, уполномоченные соответствующими органами страны импортера, которые занимаются отгрузкой соответствующих подакцизных товаров после их выпуска в свободное обращение. С 1 января 2011 г. требования по перемещению подакцизных товаров из места выпуска в свободное обращение, например, порта выгрузки ввезенных товаров изменились. Только зарегистрированный грузоотправитель может начать процедуру выпуска товаров в свободное обращение. До этого заполняется и принимается таможенная декларация на ввоз и после, товары освобождаются от таможенного контроля. Для того, чтобы стать зарегистрированным грузоотправителем необходимо обратиться с заявлением по форме EX72 в Налоговое ведомство. Нужно отметить, что понятия «зарегистрированный грузополучатель» и «временно зарегистрированный грузополучатель» существовали и ранее. Для более детального прояснения работы EMCS приведем соответствующую схему (см.рис. ниже).

Структура работы EMCS



Источник: по данным Еврокомиссии.

В схеме не отражены действия на этапе 2 в случае отклонения eAAD, в этом случае грузоотправителю направляется сообщение об ошибке, грузоотправитель должен исправить и предоставить eAAD, содержащий правильную информацию. Также не отражены действия на этапе 9, в случае отклонения отчета, в этом случае грузополучателю направляется сообщение об ошибке, грузополучатель должен исправить и предоставить отчет, содержащий правильную информацию.

По данным Налогового ведомства Великобритании⁷³ EMCS соединяет более 150 000 продавцов в 27 национальных администрациях внутри ЕС. Каждая страна член ЕС разработала свои EMCS приложения и эти системы связаны между собой через центральный домен, обслуживаемый Европейской комиссией.

С 1 января 2006 года на алкогольную продукцию, произведенную на территории Российской Федерации, должна была наклеиваться только федеральная специальная марка, а на импортную - акцизная. Таким образом, федеральная специальная марка и акцизная марка являются с 1 января 2006 года документами государственной отчетности, удостоверяющими законность (легальность) производства и (или) оборота на территории Российской Федерации алкогольной продукции, обеспечивающими контроль за уплатой налогов, а также служат носителями информации Единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС) и подтверждают фиксацию информации о реализуемой на территории Российской Федерации алкогольной продукции в ЕГАИС.

ЕГАИС была призвана решать следующие задачи:

- обеспечить достоверный учет объемов производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции;
- обеспечить выявление оборота неучтенных этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции в целях контроля за уплатой налогов и контроля качества;
- обеспечить доступ к этой системе контролирующих органов.

Участниками ЕГАИС в той или иной степени (в качестве поставщиков информации или в качестве контролирующих органов) были определены ФНС России, таможенные органы, субъекты Российской Федерации, предприятия, осуществляющие оптовую, розничную продажу алкогольной продукции, импортеры. Сведения, получаемые из ЕГАИС, составляют налоговую тайну, доступ к которой ограничен ст. 102 Налогового кодекса Российской Федерации. В силу Федерального закона № 102-ФЗ с 1 июля 2006 г. оборот этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, информация о которых не зафиксирована в ЕГАИС, запрещен.

⁷³ <http://www.hmrc.gov.uk/emcs/index.htm>

Говоря про ЕГАИС, можно заключить, что сама идея такой системы – как системы тотального контроля за каждым из трех звеньев оборота алкоголя (производство, оптовая и розничная торговля) – заслуживала должного внимания, однако схема ее реализации была до конца не продумана. В результате система не была введена в действие в установленные сроки, из нее неожиданно "выпали" оптовое и розничное звенья, таким образом, предполагаемый замкнутый цикл контроля был разорван.

Таким образом, проведя анализ автоматизированных систем контроля за сырьем в странах ОЭСР и СНГ можно сделать следующие выводы:

- Автоматизированные системы контроля за сырьем позволяют улучшить контроль за чрезмерным употреблением алкоголя только в случае тотального контроля за каждым из трех звеньев оборота алкоголя.
- Немаловажным фактором успешной автоматизированной системы контроля за сырьем является предоставление доступа к системе контролирующим органам.
- Участники автоматизированной системы контроля за сырьем должны быть определены законодательно, ими должны стать все субъекты, играющие важные роли во всех звеньях оборота алкоголя.

2.2.3. Значимость акцизов как инструментов антиалкогольной кампании

Данный раздел работы посвящен эмпирическому оцениванию влияния акцизов на потребление пива и крепкого алкоголя. В первой части раздела приводится обзор специализированной литературы, позволяющий выбрать наиболее подходящие для анализа факторы и метод оценивания данных. Вторая часть посвящена непосредственно эконометрической оценке использования акцизов как инструментов алкогольной политики государства на примере пива и крепких напитков.

Основные факторы спроса на алкогольные напитки. В первую очередь рассмотрим работы, в которых моделируется спрос на разные алкогольные напитки. В своем исследовании Selvanathan (1991)⁷⁴ оценивает межстрановые регрессии потребления пива, вина и крепких алкогольных напитков в девяти странах (Австралия, Великобритания, Канада, Новая Зеландия, Норвегия, США, Финляндия, Швеция и Япония). Все эти страны также вошли в нашу выборку, поэтому данное исследование имеет прямое отношение к целям текущего раздела. В своей работе автор приходит к следующим содержательным выводам, относящимся к большинству анализируемых стран:

⁷⁴ Selvanathan E.A. Cross-country alcohol consumption comparison: an application of the Rotterdam demand system. *Applied Economics*, 23 (1991), pp. 1613-1622.

- потребление вина растет большими темпами, чем потребление пива и крепких алкогольных напитков;
- доля потребительских расходов на алкоголь со временем падает;
- пиво можно отнести к товарам первой необходимости (эластичность спроса по доходу меньше единицы), а крепкие напитки – к товарам роскоши (эластичность спроса по доходу больше единицы);
- спрос на все три вида алкогольных напитков является неэластичным по цене;
- попарно каждые два напитка являются субститутами друг друга;
- гипотеза о несущественности различий в характере потребления алкогольных напитков в разных странах отвергается.

Все приведенные результаты являются важными, однако наибольший интерес для нас представляет вывод о том, что анализируемые страны имеют свои специфические особенности потребления алкоголя. Оценивание пул-регрессии (другое название – совместная кросс-секция) имеет определенные преимущества, такие как увеличение размера выборки и рост вариации объясняющих переменных. Поэтому в тех случаях, когда это допустимо, исследователи предпочитают использовать пул-регрессию, которая дает более точные оценки параметров. Однако в данной работе проведенный тест на однородность объектов анализа (различных стран) показал, что гипотеза об однородности отвергается на 5%-ном уровне значимости. Таким образом, использование для оценки спроса на алкоголь обыкновенной пул-регрессии, без учета имеющихся страновых различий, некорректно, полученные оценки будут смещенными. Тем более это справедливо для нашего анализа, в который включено гораздо большее число разных стран. Также автор статьи обращает внимание на то, что уравнения спроса на разные виды алкоголя лучше оценивать не по отдельности, а с помощью системы уравнений. В качестве объясняющих переменных Selvanathan использует логарифм цены алкоголя, а также логарифм совокупных расходов.

В целом, анализируя работу Selvanathan, можно сделать следующие заключения, полезные для эмпирической части нашего исследования:

- в качестве объясняющих переменных, помимо акцизных ставок, достаточно учесть цены и уровни потребительских расходов (или доходов) населения;
- необходимо оценивать уравнения спроса не только по отдельности, но и как систему уравнений;
- перед тем как использовать пул регрессию, необходимо провести дополнительный анализ данных.

В более поздней работе Selvanathan and Selvanathan (2005)⁷⁵ авторы расширяют круг исследуемых вопросов и отдельно рассматривают акцизную политику ряда стран. Как отмечают авторы, установление акцизов на алкогольную продукцию может преследовать разные цели. В то время как в одних странах акцизы являются важным источником поступлений в бюджет, другие используют акцизы как инструмент контроля над общим потреблением алкоголя (либо для сокращения потребления всех видов алкоголя, либо для переключения потребления с одного вида алкоголя на другой). Некоторые страны могут преследовать обе эти цели одновременно. Авторы приходят к выводу, что независимо от преследуемых целей большинство стран в своей акцизной политике ориентируются на показатели эластичностей спроса на разные виды алкогольных напитков по цене и по доходу. В остальном эта работа повторяет идеи предыдущей (Selvanathan (1991)) и оценивает уравнения спроса на более поздних данных и для большего числа стран.

Также многие работы указывают на значимость для потребления алкоголя различных мер алкогольной политики, например, минимального возраста, начиная с которого разрешено употребление алкогольных напитков.⁷⁶

Влияние акциза на потребление алкогольных напитков. О влиянии роста акциза на потребление алкоголя написано в статье Kendell et al. (1983)⁷⁷. В данной работе на подвыборке людей, регулярно потребляющих алкогольные напитки, анализируется изменение в потреблении алкоголя после резкого повышения акцизов. Авторы отмечают, что с повышением акцизов падение спроса со стороны людей, часто потребляющих алкоголь, было не меньше, чем со стороны умеренно или слабо потребляющих спиртные напитки. Таким образом, акцизная политика может служить хорошим инструментом воздействия на потребление алкоголя. Однако данный вывод, по мнению авторов, в большей степени справедлив по отношению к крепким алкогольным напиткам.

Авторы работы опровергают распространенное убеждение о том, что повышение цены не влияет на потребление алкоголя часто пьющими людьми. Считается, что люди с алкогольной зависимостью нечувствительны к цене алкоголя и при ее увеличении просто переходят на более дешевые виды алкогольной продукции. Таким образом, совокупный объем потребления алкогольных напитков этими людьми якобы не меняется. При этом авторы не оспаривают того факта, что с ростом цены на определенный алкогольный напиток совокупное

⁷⁵ Selvanathan S., Selvanathan E.A. Empirical regularities in cross-country alcohol consumption. *The Economic Record*, 81 (2005), pp. 128-142.

⁷⁶ Yoruk B.K., Yoruk C.E. The impact of minimum legal drinking age laws on alcohol consumption, smoking, and marijuana use: Evidence from RD design using exact date of birth. *Journal of Health Economics*, 30 (2011), pp. 740-752.

⁷⁷ Kendell R.E., Roumanie M., and Ritson E.B. Influence of an increase in excise duty on alcohol consumption and its adverse effects. *British Medical Journal*, 287 (1983), pp.809-811.

потребление этого напитка, как правило, падает. Однако имеющиеся данные чаще всего не позволяют сказать, за счет каких категорий потребителей произошло такое падение.

Авторы статьи располагали данными индивидуальных опросов людей одного из регионов Шотландии до и после повышения акцизов на алкоголь. Между этими опросами цены на алкоголь выросли сильнее, чем общий уровень цен в регионе. В среднем, потребление алкоголя после повышения акцизов упало на 18%. Главной целью повторного опроса было выяснить, насколько изменилось потребление сильно пьющих людей по сравнению со всеми остальными, и изменилось ли оно вообще. Полученные данные были проанализированы и результаты показали, что *изменение в потреблении сильно пьющих людей значимо не отличается от изменения в потреблении всей остальной выборки*. 47% от всей выборки ответили, что с момента первого опроса стали пить значительно меньше. При этом среди причин такого сокращения в потреблении 59% респондентов назвали более высокую цену на алкогольные напитки. Разница в средних между потреблением алкоголя до и после повышения акцизов статистически значима для всех групп потребителей на 1%-м уровне значимости.

Кроме того, статистически значимой оказалась и разница между отрицательными последствиями от потребления алкоголя (попадание в автомобильные аварии в состоянии опьянения и т.п.); с ростом акцизов отрицательные последствия от потребления алкоголя снизились в среднем по выборке на 16%. Однако данные статистические оценки могут быть несколько завышены, так как с момента первого опроса уровень безработицы в регионе существенно вырос. Таким образом, частично падение спроса на алкоголь может быть связано с сокращением доходов той части люди, которые остались без работы. Авторы оценивают возможную переоценку эффектов влияния акцизов не более чем в 20%. Тем не менее, это несколько не меняет главный качественный результат исследования – с ростом акцизов потребление сильно пьющих людей, равно как и всех остальных, значимо сокращается.

Другое исследование Doran and Digiusto (2011)⁷⁸ посвящено изучению аналогичного примера введения акцизов на слабоалкогольные коктейли⁷⁹ в Австралии. Целью такого введения было переключить потребление алкоголя с этого вида алкогольных напитков на другие (вино, пиво). Проблема чрезмерного употребления слабоалкогольных напитков, как правило, молодежью, остро стоит во многих странах. В 2008 году в Австралии был введен специальный акциз на слабоалкогольные напитки, в результате которого спрос на эти напитки резко упал. Авторы статьи имели в своем распоряжении данные о потреблении алкогольных

⁷⁸ Doran C.M., Digiusto E. Using taxes to curb drinking: a report card on the Australian government's alcopops tax. *Drug and Alcohol Review*, 30 (2011), pp. 677-680.

⁷⁹ Такие напитки еще называются «готовые к употреблению» (ready-to-drink) и являются неким аналогом слабоалкогольных коктейлей. В данном примере речь идет о коктейлях, содержащих крепкие спиртные напитки.

напитков в Австралии за 2004-2009 годы. Спрос на все основные виды алкогольных напитков (пиво, вино, сидр, крепкие напитки) оставался постоянным либо увеличивался с каждым годом. При этом спрос на слабоалкогольные напитки медленно рос с 2004-го по 2007-й год и резко сократился в 2008-м и 2009-м годах. Среднее потребление алкоголя на одного человека в литрах чистого спирта увеличивалось с 2004-го по 2007-й год, а затем уменьшалось в 2008-м и 2009-м годах, что полностью соответствует сокращению спроса на слабоалкогольные напитки. Таким образом, можно заключить, что введение акциза значительно повлияло на потребление слабоалкогольных напитков. Поскольку спрос на остальные виды алкогольных напитков постепенно рос, то, используя только агрегированные данные, нельзя сказать однозначно, произошло ли переключение со слабоалкогольных напитков на другие виды. Возможно, что повышение спроса связано с временным трендом, а не с эффектом замещения, либо оба эффекта имели место.

Авторы также отмечают, что, в 2008 году в Австралии была принята национальная стратегия, призванная сократить потребление алкоголя, особенно среди молодых людей. Введение акциза на слабоалкогольные напитки – один из компонентов принятой стратегии. Поэтому общее сокращение потребления слабоалкогольных напитков может быть связано не только с введением акциза, но и с другими мерами антиалкогольной кампании. После введения акциза цена на слабоалкогольные напитки для поставщиков выросла на 70%, конечный рост цены для потребителей был еще выше. Правительство аргументировало свои действия желанием сократить потребление алкоголя, особенно среди молодежи, а также необходимостью сбора денежных средств для проведения профилактических программ в сфере здравоохранения.

Более того, авторы ссылаются на другие исследования, проведенные в Германии⁸⁰, где подобный акциз на слабоалкогольные напитки был введен в период с 2003-го по 2007-й годы. Сравнение спроса на алкоголь до и после введения акциза дало схожие с Австралией результаты: потребление алкоголя в литрах чистого спирта после введения акциза резко сократилось, при этом спрос на крепкие алкогольные напитки вырос, а спрос на вино и пиво не изменился. В этом случае также нельзя сказать однозначно, насколько значимым оказался эффект замещения слабоалкогольных напитков крепким алкоголем. Другая проблема этих исследований состоит в том, что введение акцизов на слабоалкогольные напитки происходило в период экономического кризиса, когда потребители были особенно чувствительны к цене товара. В связи с чем, полученные оценки могут быть сильно завышены. Тем не менее, авторы

⁸⁰ Muller S., Piontek D., Pabst A., Baumeister S.E., Kraus L. Changes in alcohol consumption and beverage preference among adolescents after the introduction of the alcopops tax in Germany. *Addiction*, 192 (2010), pp. 1205-1213.

настаивают, что *антиалкогольная кампания государства должна быть направлена не столько на общее сокращение потребления алкоголя, сколько на изменение структуры потребления за счет дифференциации акцизов*. Так, потребление пива и вина является более предпочтительным с точки зрения отрицательных последствий, чем потребление крепких алкогольных напитков. Другие работы также акцентируют внимание на том, что оптимальные ставки акцизного налога на один грамм чистого алкоголя должны быть одинаковы для разных алкогольных напитков.⁸¹

Выбор методологии исследования. Как отмечено в статье Young (1993)⁸², выбор метода оценивания в некоторых случаях полностью определяет результаты. Так, при неправильной эмпирической стратегии можно получить прямо противоположные выводы. Данная статья посвящена опровержению результатов, полученных в работе Saffer (1991)⁸³. В отличие от других исследований, в своей статье Saffer приходит к выводу, что запрет рекламы алкоголя на телевидении ведет к сокращению потребления алкоголя, уменьшению смертей от цирроза печени и от автомобильных аварий. Young подвергает жесткой критике методологию этой работы и, применив другие методы анализа, не обнаруживает значимого влияния запрета на рекламу алкоголя на объемы его потребления, равно как и на уровень смертности.

Одна из главных ошибок исследования Saffer состояла в том, что автор не учел культурные особенности разных стран. Возможно, что существует отрицательная корреляция между потреблением алкоголя и запретом на рекламу, однако причинно-следственной связи здесь нет. Страны, в которых потребление алкоголя менее востребовано по различным культурным причинам, могут с большей вероятностью ограничить рекламу алкоголя. Таким образом, в странах с запретом рекламы алкоголя его действительно потребляют меньше, но не в результате этого запрета. В эконометрике подобные случаи называются «мнимыми регрессиями».

С целью проверки гипотезы о наличии причинно-следственной связи между запретом на рекламу алкоголя и объемами его потребления, Young подробно изучил примеры трех стран, которые в течение анализируемого периода ужесточили свою алкогольную политику. При этом две страны еще до принятия ограничительных мер имели одни из наименьших показателей потребления алкоголя и смертности среди развитых стран. Эти случаи

⁸¹ Doran C.M., Hall W.D., Shakeshaft A.P., Vos T., Cobiac L.J. Alcohol policy reform in Australia: what can we learn from the evidence? *The Medical Journal of Australia*, 192 (2010), pp. 468-470.

Cobiac L., Vos T., Doran C.M., Wallace A. Cost-effectiveness of interventions to prevent alcohol-related disease and injury in Australia. *Addiction*, 104 (2009), pp.1646-1655.

⁸² Young D.J. Alcohol advertising bans and alcohol abuse: comment. *Journal of Health Economics*, 12 (1993), pp. 213-228.

⁸³ Saffer H. Alcohol advertising bans and alcohol abuse, international perspective. *Journal of Health Economics*, 10 (1991), pp. 65-79.

подтверждают сделанное предположение о том, что страны с низким уровнем потребления алкогольных напитков более вероятно могут ввести запрет на их рекламу. Кроме того, в оцениваемые регрессии автор включил набор фиктивных переменных⁸⁴, по одной переменной на страну, чтобы учесть культурные особенности различных стран в выборке. Результаты регрессий показали, что связь между запретом на рекламу и потреблением алкоголя незначительна либо полностью отсутствует. Приведенный пример является крайне актуальным для текущего исследования. Ситуация с акцизами и объемами потребления пива во многом аналогична взаимосвязи между запретом рекламы на телевидении и объемами потребления алкоголя.

Теперь мы переходим непосредственно к эмпирической части работы. В исследуемую выборку попали 34 страны: Австралия, Австрия, Бельгия, Великобритания, Венгрия, Германия, Голландия, Греция, Дания, Израиль, Ирландия, Исландия, Испания, Италия, Канада, Мексика, Новая Зеландия, Норвегия, Польша, Португалия, Россия, Словакия, Словения, США, Турция, Украина, Финляндия, Франция, Чехия, Чили, Швейцария, Швеция, Южная Корея и Япония. Период анализа: 2000-2011 годы. Данные имеют панельную структуру, панель несбалансированная.

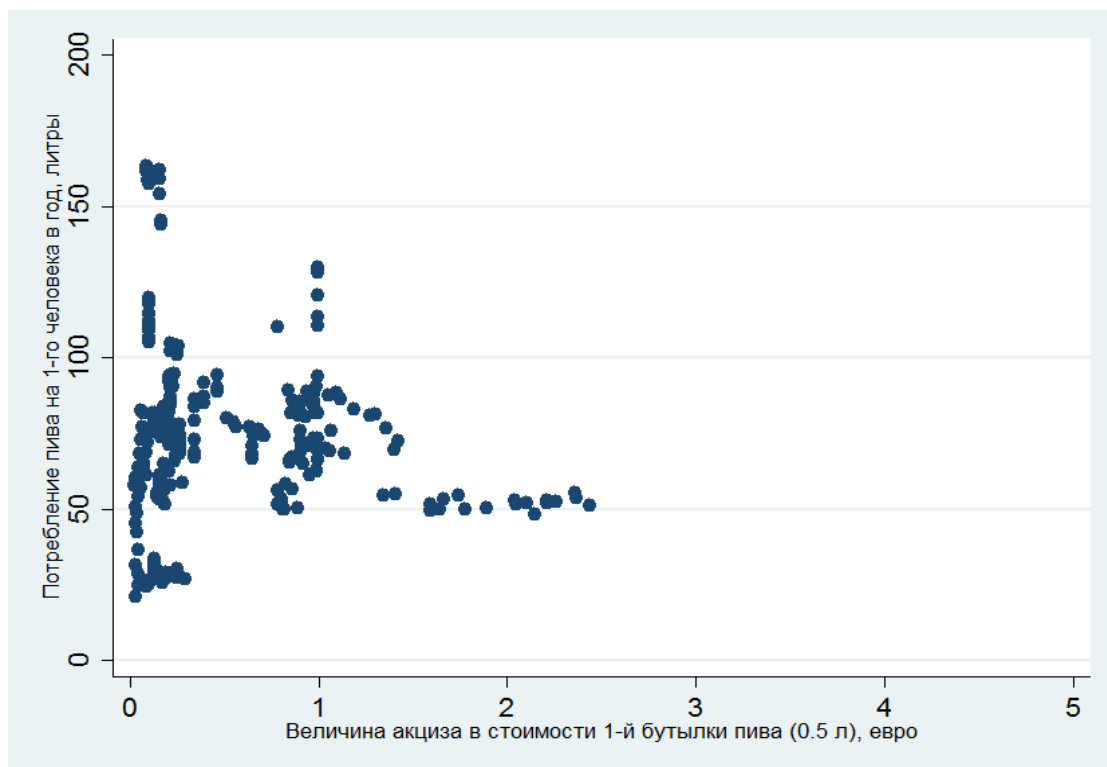
На рисунках ниже приведены уровни потребления пива и крепкого алкоголя в зависимости от величины акцизов, а также представлены эти же зависимости для каждого года отдельно.

РИСУНОК 37

Взаимосвязь акцизов и объемов потребления пива, 2000-2011 годы

⁸⁴ Фиктивная переменная – качественная переменная, которая принимает два значения: ноль и один.

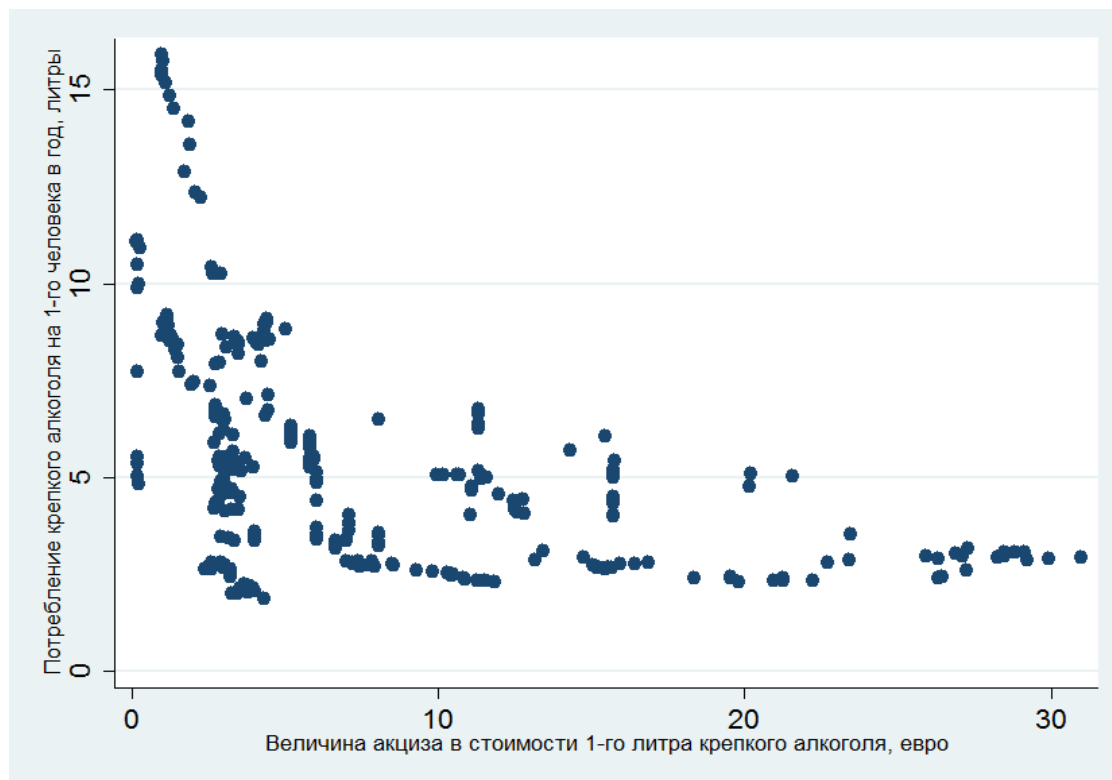
Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



Источник: расчеты авторов.

РИСУНОК 38

Взаимосвязь акцизов и объемов потребления крепкого алкоголя, 2000-2011 годы

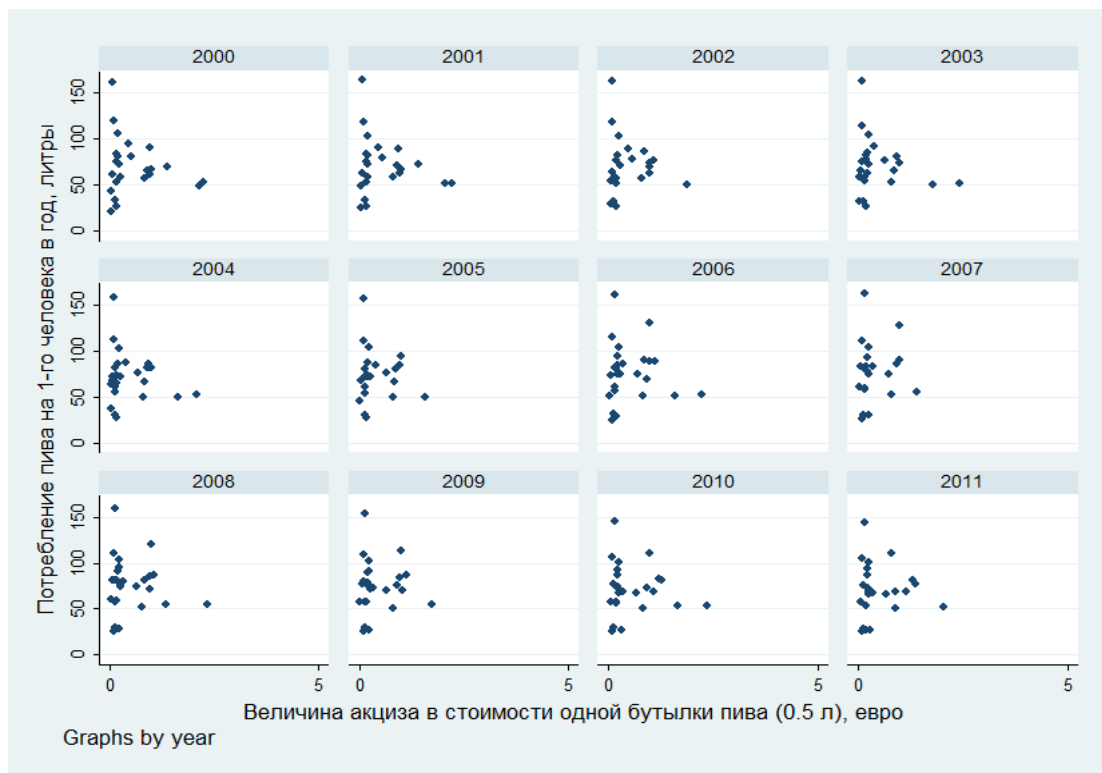


Источник: расчеты авторов.

РИСУНОК 39

Взаимосвязь акцизов и объемов потребления пива по годам, 2000-2011 годы

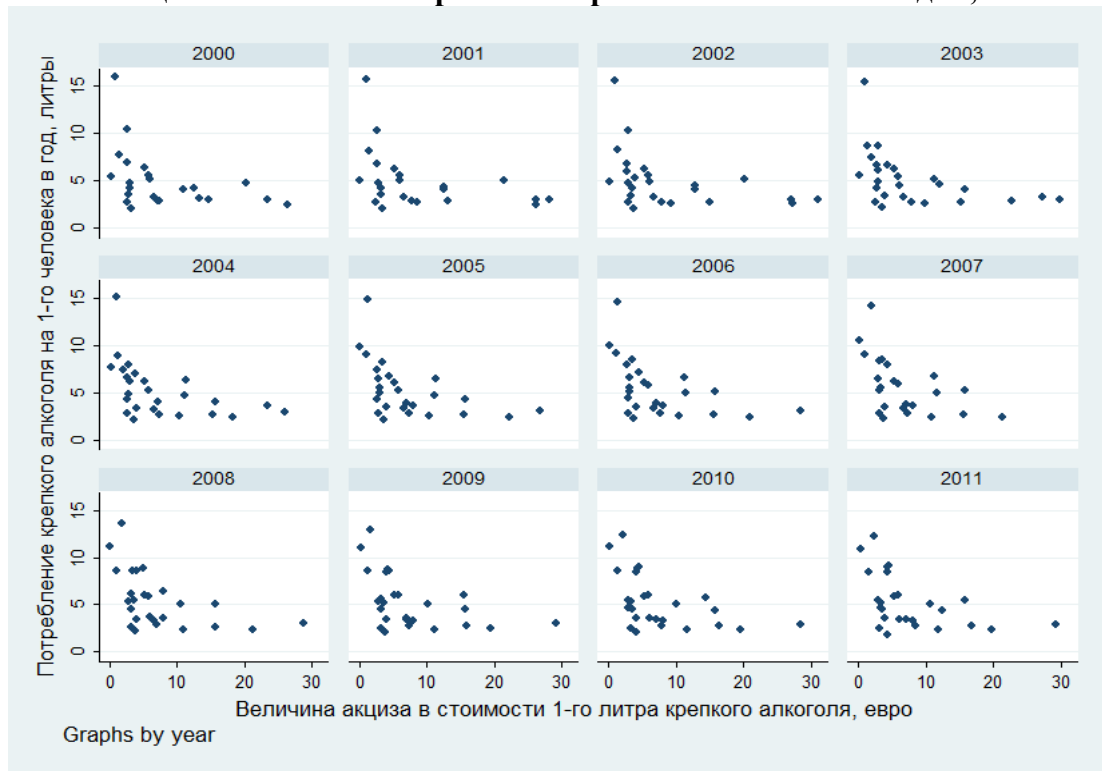
Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира



Источник: расчеты авторов.

РИСУНОК 40

Взаимосвязь акцизов и объемов потребления крепкого алкоголя по годам, 2000-2011 годы



Источник: расчеты авторов.

Как видно из рисунков, зачастую наблюдается ситуация, когда высокие акцизы на пиво «уживаются» с большими объемами потребления пива (зависимость положительна). В случае

с крепкими напитками зависимость явно отрицательная. Таким образом, в случае с потреблением пива ситуация близка к описанной в статье Young (1993). Ключевым моментом оценивания состоит в том, что необходимо учесть культурные особенности каждой страны в потреблении алкогольных напитков. Это можно сделать двумя способами: панельный анализ данных с фиксированными эффектами и пул-регрессия с включением фиктивных переменных для каждой из стран. Панельный анализ позволяет учесть не только фиксированные различия между странами, но и временные изменения в потреблении алкоголя. В то же время использование пул-регрессий дает возможность оценить влияние других инструментов алкогольной политики (ограничения на продажу и лицензирование, возрастные ограничения в потреблении алкогольных напитков и т.п.), которые меняются достаточно редко.

При моделировании спроса на пиво и крепкие алкогольные напитки в качестве факторов, влияющих на спрос, мы рассматриваем цену алкогольной продукции и ВВП на душу населения (прокси для уровня доходов). Поскольку нас интересует воздействие акцизов на потребление, то мы раскладываем цену алкогольных напитков на две составляющие: величина акциза и вся остальная часть. Конечный потребитель не различает изменения в этих составляющих, он видит лишь результирующее изменение в цене. Тем не менее, такое разложение позволяет отделить случаи роста издержек производства и других, не относящихся к акцизам факторов от прямого роста акцизов. При использовании панельного анализа данных мы ограничимся только этими тремя объясняющими переменными.

В случае с оцениванием пул-регрессии список факторов заметно расширен. Помимо включения двух составляющих цены и ВВП на душу населения, мы также рассматриваем влияние на уровень потребления алкоголя различных мер алкогольной политики, а именно:

- возрастные ограничения на продажу пива и крепких алкогольных напитков;
- наличие утвержденной алкогольной политики;
- ограничения на рекламу алкогольных напитков;
- наличие в рекламе предупреждений о вреде потребления алкоголя для здоровья;
- необходимость получения лицензии для производства и продажи алкогольных напитков.

Мы также включили набор фиктивных переменных, по одной переменной на каждую страну, чтобы учесть неменяющиеся во времени особенности в потреблении алкоголя, характерные для каждой отдельной страны.

При моделировании необходимо учесть следующие гипотезы относительно предположительного влияния факторов на объясняемую переменную:

1) Величина акцизной ставки может влиять на потребление алкоголя отрицательно, либо не оказывать значимого влияния вовсе. Конечный результат для каждого вида алкогольных напитков будет зависеть как от общего изменения цен на все виды алкогольной продукции, так и от меры приверженности потребителей к конкретному напитку. Мы предполагаем, что потребители более чувствительны к изменению стоимости более дорогого напитка, а именно крепкого алкоголя, поскольку в абсолютном денежном выражении, одно и то же процентное изменение в цене для крепкого алкоголя будет существенно выше, чем для пива.

2) Оставшаяся часть цены, включающая в себя издержки производства и все другие факторы, не связанные с величиной акциза, отрицательно влияет на общий уровень потребления алкоголя. Чем выше цена продукта для потребителя, тем меньше он будет его покупать, при прочих равных условиях. В этом смысле алкогольные напитки не являются исключением, в отличие от, например, предметов роскоши. Также существует мнение, что люди, имеющие алкогольную зависимость, с ростом цены не сокращают свое совокупное потребление, а, скорее всего, переключаются на более дешевые виды алкоголя. Однако описанные выше исследования, а также многие другие работы в целом не подтверждают данное утверждение. Как правило, все группы потребителей (как сильно пьющие, так и все остальные) с повышением цены в среднем потребляют меньше алкоголя.

3) ВВП на душу населения (прокси для среднего уровня доходов в стране) влияет на потребление алкоголя положительно. Поскольку алкоголь является нормальным благом, то с ростом дохода спрос на алкоголь также будет увеличиваться.

4) Все факторы, связанные с алкогольным регулированием, характеризует набор ограничений при производстве или обороте алкогольной продукции. Чем строже принятые государством меры по отношению к производству и продаже алкоголя, тем меньше, при прочих равных условиях, будет уровень потребления алкоголя. Стоит отметить, что, как и в случае с величиной акцизов на пиво, более строгие меры регулирования алкогольного рынка характерны для стран, потребляющих алкоголя больше, чем в среднем по выборке. Мы предполагаем, что каждая из используемых нами ограничительных мер влияет отрицательно, либо статистически незначима.

В таблицах ниже приведены матрицы парных корреляций всех переменных, участвующих в анализе, отдельно для пива и крепких алкогольных напитков. Из таблиц видно, что с объемом потребления пива больше всего коррелируют ставка акциза, ВВП на душу населения, наличие ограничений в рекламе и лицензирование продаж. При этом с объемом

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

потребления крепких напитков наиболее скоррелированы акциз и остаточная цена, а также ВВП на душу населения.

ТАБЛИЦА 14

Матрица парных корреляций переменных, используемых при моделировании спроса на пиво (2000-2011 годы)

	<i>log_beer_per_cap</i>	<i>log_beer_excise_tax</i>	<i>log_beer_net_price</i>	<i>log_GDP_per_cap</i>	<i>beer_age_restrictions</i>	<i>alcohol_policy</i>	<i>beer_warning_in_ad</i>	<i>beer_license_prod</i>	<i>beer_license_sale</i>
<i>log_beer_per_cap</i>	1								
<i>log_beer_excise_tax</i>	0.14	1							
<i>log_beer_net_price</i>	-0.08	0.78	1						
<i>log_GDP_per_cap</i>	0.15	0.54	0.65	1					
<i>beer_age_restrictions</i>	0.07	0.3	0.17	-0.09	1				
<i>alcohol_policy</i>	-0.05	0.25	0.06	0.17	-0.11	1			
<i>beer_warning_in_ad</i>	-0.14	-0.01	-0.04	-0.38	0.18	-0.16	1		
<i>beer_license_prod</i>	-0.07	0.46	0.27	0.1	0.4	-0.14	0.24	1	
<i>beer_license_sale</i>	-0.28	0.31	0.22	-0.2	0.51	-0.07	0.48	0.73	1

ТАБЛИЦА 15

Матрица парных корреляций переменных, используемых при моделировании спроса на крепкий алкоголь (2000-2011 годы)

	<i>log_spirits_per_cap</i>	<i>log_spirits_excise_tax</i>	<i>log_spirits_net_price</i>	<i>log_GDP_per_cap</i>	<i>spirits_age_restrictions</i>	<i>alcohol_policy</i>	<i>spirits_warning_in_ad</i>	<i>spirits_license_prod</i>	<i>spirits_license_sale</i>
<i>log_spirits_per_cap</i>	1								
<i>log_spirits_excise_tax</i>	-0.54	1							
<i>log_spirits_net_price</i>	-0.59	0.6	1						
<i>log_GDP_per_cap</i>	-0.47	0.7	0.59	1					
<i>spirits_age_restrictions</i>	0.08	0.03	0.15	0.23	1				
<i>alcohol_policy</i>	-0.08	0.17	0.16	0.18	-0.16	1			
<i>spirits_warning_in_ad</i>	0.14	-0.3	-0.16	-0.34	0.23	-0.13	1		
<i>spirits_license_prod</i>	-0.15	-0.05	0.2	-0.11	0.28	-0.2	0.35	1	
<i>spirits_license_sale</i>	-0.08	-0.01	0.16	0.12	0.28	0.04	0.43	0.59	1

Для проверки сформулированных гипотез использовались следующие модели:

$$\log_beer_per_cap_{it} = \alpha_0^{(1)} + \alpha_1^{(1)}\log_beer_excise_tax_{it} + \alpha_2^{(1)}\log_beer_net_price_{it} + \alpha_3^{(1)}\log_GDP_per_cap_{it} + u_i^{(1)} + e_{it}^{(1)},$$

$$(1) \log_spirits_per_cap_{it} = \alpha_0^{(2)} + \alpha_1^{(2)}\log_spirits_excise_tax_{it} + \alpha_2^{(2)}\log_spirits_net_price_{it} + \alpha_3^{(2)}\log_GDP_per_cap_{it} + u_i^{(2)} + e_{it}^{(2)},$$

(2)

$$\log_beer_per_cap_{it} = \alpha_0^{(3)} + \alpha_1^{(3)}\log_beer_excise_tax_{it} + \alpha_2^{(3)}\log_beer_net_price_{it} + \alpha_3^{(3)}\log_GDP_per_cap_{it} + \alpha_4^{(3)}beer_age_restrictions_{it} + \alpha_5^{(3)}alcohol_policy_{it} + \alpha_6^{(3)}beer_warning_in_ad_{it} + \alpha_7^{(3)}beer_license_prod_{it} + \alpha_8^{(3)}beer_license_sale_{it} (+ set of dummy variables) + e_{it}^{(3)},$$

(3)

$$\log_spirits_per_cap_{it} = \alpha_0^{(4)} + \alpha_1^{(4)}\log_spirits_excise_tax_{it} + \alpha_2^{(4)}\log_spirits_net_price_{it} + \alpha_3^{(4)}\log_GDP_per_cap_{it} + \alpha_4^{(3)}spirits_age_restrictions_{it} + \alpha_5^{(4)}alcohol_policy_{it} + \alpha_6^{(4)}spirits_warning_in_ad_{it} + \alpha_7^{(4)}spirits_license_prod_{it} + \alpha_8^{(4)}spirits_license_sale_{it} (+ set of dummy variables) + e_{it}^{(4)},$$

(4)

где $\log_beer_per_cap$, $\log_spirits_per_cap$ – логарифм потребления пива (*beer*) и крепких алкогольных напитков (*spirits*) на душу населения в литрах⁸⁵,

$\log_beer_excise_tax$, $\log_spirits_excise_tax$ – логарифм акцизного налога на пиво и крепкий алкоголь соответственно,

$\log_beer_net_price$, $\log_spirits_net_price$ – логарифм остаточной цены (за вычетом акцизов) на пиво и крепкий алкоголь соответственно,

$\log_GDP_per_cap$ – логарифм ВВП на душу населения, в сопоставимой валюте,

$beer_age_restrictions$, $spirits_age_restrictions$ – возраст, начиная с которого разрешено употребление пива и крепких алкогольных напитков соответственно,

$alcohol_policy$ – наличие утвержденной алкогольной политики,

$beer_warning_in_ad$, $spirits_warning_in_ad$ – наличие в рекламе предупреждений о вреде потребления пива и крепких алкогольных напитков соответственно,

$beer_license_prod$, $spirits_license_prod$ – необходимость получения лицензии для производства пива и крепких алкогольных напитков соответственно,

$beer_license_sale$, $spirits_license_sale$ – необходимость получения лицензии для продажи пива и крепких алкогольных напитков соответственно,

⁸⁵В моделях нижний индекс i означает номер страны, а индекс t – номер года; для простоты изложения мы не приводим нижние индексы в описании переменных.

set of dummy variables – набор фиктивных переменных, отвечающих за особенности потребления алкоголя в каждой стране,

u_i – постоянный фиксированный эффект,

e_{it} – случайная ошибка и ненаблюдаемые факторы.

Таким образом, мы оцениваем два типа моделей: панельные оценки с фиксированными эффектами (модели (1) и (2)) и пул-регрессии (модели (3) и (4)). Результаты оценивания приведены в таблицах ниже.

ТАБЛИЦА 16

Влияние ставки акциза на потребление пива, панельный анализ, 2000-2011 годы

<i>Зависимая переменная: логарифм потребления пива</i>	<i>Модель (1)</i>
Величина акцизного налога на пиво (в логарифмах)	-0.0316 (0.0578)
Остаточная цена пива (в логарифмах)	-0.222** (0.0945)
ВВП на душу населения (в логарифмах)	0.303*** (0.0619)
Константа	1.174* (0.644)
Число наблюдений	297

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне; ** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

ТАБЛИЦА 17

Влияние ставки акциза на потребление крепкого алкоголя, панельный анализ, 2000-2011 годы

<i>Зависимая переменная: логарифм потребления крепкого алкоголя</i>	<i>Модель (2)</i>
Величина акцизного налога на крепкий алкоголь (в логарифмах)	-0.261*** (0.0398)
Остаточная цена крепкого алкоголя (в логарифмах)	-0.147*** (0.0294)
ВВП на душу населения (в логарифмах)	0.267*** (0.0395)
Константа	-0.444 (0.357)
Число наблюдений	301

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне; ** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

ТАБЛИЦА 18

Влияние ставки акциза на потребление пива, пул-регрессия, 2000-2011 годы

<i>Зависимая переменная: логарифм потребления пива</i>	<i>Модель (3)</i>
Величина акцизного налога на пиво (в логарифмах)	-0.0438 (0.0598)
Остаточная цена пива (в логарифмах)	-0.208** (0.0977)
ВВП на душу населения (в логарифмах)	0.325*** (0.0701)
Возраст, начиная с которого разрешено употребление пива	-0.0821** (0.0355)
Наличие утвержденной алкогольной политики	-0.00913 (0.0368)
Наличие в рекламе предупреждений о вреде потребления пива	-0.304*** (0.0715)
Необходимость получения лицензии для производства пива	0.171 (0.161)
Необходимость получения лицензии для продажи пива	0.186 (0.121)
Страновые эффекты	есть
Константа	2.344* (1.221)
Число наблюдений	285
R-квадрат	0.877

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне; ** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

ТАБЛИЦА 19

Влияние ставки акциза на потребление крепкого алкоголя, пул-регрессия, 2000-2011 годы

<i>Зависимая переменная: логарифм потребления крепкого алкоголя</i>	<i>Модель (4)</i>
Величина акцизного налога на крепкий алкоголь (в логарифмах)	-0.283*** (0.0387)
Остаточная цена крепкого алкоголя (в логарифмах)	-0.142*** (0.0286)
ВВП на душу населения (в логарифмах)	0.249*** (0.0425)
Возраст, начиная с которого разрешено употребление крепкого алкоголя	0.0350 (0.0297)
Наличие утвержденной алкогольной политики	0.0713*** (0.0216)
Наличие в рекламе предупреждений о вреде потребления алкоголя	0.0970 (0.0816)

Необходимость получения лицензии для производства крепкого алкоголя	0.304*** (0.0757)
Необходимость получения лицензии для продажи крепкого алкоголя	-0.725*** (0.0767)
Страновые эффекты	есть
Константа	-0.697 (0.449)
Число наблюдений	289
R-квадрат	0.968

Источник: расчёты авторов. В скобках указаны стандартные ошибки. * – значимость на 10%-м уровне;

** – значимость на 5%-м уровне; *** – значимость на 1%-м уровне.

Как следует из вышеприведенных таблиц, *величина акцизной ставки на пиво значимо не влияет на объем потребления пива*. В то же время *величина акциза на крепкие алкогольные напитки влияет значимо и отрицательно на объем потребления крепкого алкоголя*. Полученный результат не зависит от выбора метода оценивания (панельные оценки или пул-регрессия). Кроме того, мы дополнительно оценили модели (1) и (2) при условии, что спрос на оба вида алкоголя устанавливается одновременно (соответствующие моделям ошибки скоррелированы). Результат качественно не изменился, что говорит о робастности полученных оценок (устойчивости к выбору метода оценивания). Как мы и предполагали при формулировке гипотез, различные меры алкогольной политики влияют на объем потребления алкоголя отрицательно либо статистически незначимы. Так, больше всего потребление пива снижают наличие в рекламе предупреждений о вреде потребления пива, а также возрастные ограничения на употребление пива. Для крепкого алкоголя, помимо акцизов, только такая мера как необходимость получения специальной лицензии для продажи значимо снижает потребление.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленной научно-исследовательской работе социально и экономически обоснован уровень обложения акцизом отдельных категорий алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) и проанализирована специфика налогового и технического администрирования взимания акцизов в России и отдельных странах мира.

Анализ подходов к формированию перечня подакцизной алкогольной продукции в странах-членах ОЭСР и странах-партнерах ОЭСР показал, что на территории ЕС действует единая номенклатура алкогольной продукции, которая рекомендована другим странам-членам ОЭСР, партнерам и кандидатам на вступление в ОЭСР. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (Россия, Белоруссия и Казахстан) по своей структуре и большинству товарных позиций также совпадает с комбинированной товарной номенклатурой ЕС. Однако вопросы национального налогообложения в странах ТС напрямую не ставятся в зависимость от товарных позиций, определенных в Товарной номенклатуре ВЭД ТС.

Исследование уровня акцизной нагрузки и регулирования алкогольной отрасли в зависимости от крепости алкогольных напитков выявило существенные различия среди стран-членов ОЭСР. Эти различия касаются не только уровня ставок акцизов для каждого вида алкогольной продукции, но даже единиц измерения, с которой взимается акциз. Несмотря на установление минимальных ставок акцизов на территории ЕС, которые не пересматривались 20 лет, различие в ставках на территории ЕС составляет до 10 раз. Аналогичная проблема существует и в странах ТС, где существенно больший уровень акцизного налогообложения по сравнению с другими странами-участницами ТС установлен в России. Однако страны ТС должны достичь гармонизации акцизной политики в течение ближайших нескольких лет.

Исследование динамики уровня ставок в странах ОЭСР позволило сделать вывод о том, что акцизная политика рассматривается в мире не столько как фискальный инструмент, сколько с точки зрения выполнения ею социальных функций. Именно поэтому одним из основных аспектов международной практики в отношении налогообложения является сохранение разрыва между уровнем ставок акцизов (в сопоставимых единицах измерения) на слабые и крепкие напитки в расчете на изменение структуры потребления алкоголя. В данном контексте явно обозначился недостаток акцизной политики в России, который состоит в том, что уровень налогообложения в отношении слабых и крепких алкогольных напитков к настоящему времени был практически уравнен. Такое соотношение ставок не создает стимулов для изменения структуры потребления алкоголя в сторону слабоалкогольных

напитков, хотя планируемые изменения в этом вопросе все же могут приблизить российскую акцизную политику к мировой практике.

Попытка изменить структуру спроса на алкоголь в России, в том числе с помощью акцизной политики, является актуальной задачей, поскольку наша страна характеризуется крайне высоким уровнем удельного потребления алкогольных напитков, даже по сравнению с другими странами северных широт. Также особенностью потребления алкоголя в России является высокая доля неучтенного потребления алкогольных напитков, что говорит о необходимости ужесточения борьбы с нелегальным производством алкоголя. Негативно на динамике потребления алкоголя сказываются культурные особенности – практически весь алкоголь в России реализуется через розничные сети, тогда как в других странах, включая участниц СНГ, высокая доля алкоголя потребляется в общественных местах. Проведенные в работе эконометрические расчеты подтвердили общее мнение, что результатом высокого потребления крепкоалкогольных напитков является ухудшение здоровья населения в России в связи с развитием хронических заболеваний.

Проблему чрезмерного уровня потребления алкоголя в странах ОЭСР решается не только через изменение акцизов, но и регулирование минимальных розничных цен. Именно поэтому в «северных» странах на протяжении длительного времени сохраняется весьма высокий уровень розничных цен. Ценовая доступность алкоголя, особенно крепких напитков, в России существенно выше, что позволяет говорить о наличии значительного потенциала в использовании данного инструмента в рамках антиалкогольной кампании. Осуществленный в работе анализ значимости акцизов в антиалкогольной кампании позволяет сделать вывод о том, что увеличение ставки акциза может использоваться как действенная мера антиалкогольной кампании только в случае с крепкими алкогольными напитками. Для пива подобная мера не оказывает значимого влияния на общий уровень потребления, поэтому не может в полной мере считаться обоснованным инструментом алкогольного регулирования.

В последние годы антиалкогольная кампания в России не отличалась высоким уровнем системности проводимых мероприятий. Поэтому авторами данной работы на основании мировой практики были предложены пределы повышения ставок акцизов на основные виды алкогольной продукции, на основании которых сформированы сценарии индексации ставок и прогнозы объемов продаж и налоговых поступлений до 2016 года.

Проведенный анализ технологии уплаты акцизов на продукцию алкогольной отрасли в государствах-участниках ТС, странах ЕС и других также выявил ряд особенностей. В странах ТС значительные отличия выявлены только в отношении объектов налогообложения и государственных ограничений. При этом в странах ЕС объектом налогообложения являются

подакцизные товары, а не операции, как это определено в странах ТС. Значительно больше отличий в разных странах содержится в определении налоговой базы, сроков предоставления деклараций, перечне операций, подлежащих освобождению от уплаты акцизов, и реализации механизма налоговых вычетов. При этом наиболее сложная система уплаты акцизов на алкогольную продукцию применяется в России, тогда как в качестве наиболее эффективного и развитого механизма налогового администрирования по многим аспектам среди стран ТС стоит выделить практику Казахстана.

Наконец, еще одним аспектом характеристики алкогольной политики являются ограничения в области рекламы и продажи алкогольной продукции. Исследование показало, что данные ограничения зависимы от социальных, культурных, исторических и религиозных факторов. В целом ограничения в области рекламы и продажи алкоголя доказали свою эффективность, за исключением установления государственной монополии в области продажи и производства алкоголя. Опыт применения ограничений в области алкогольной политики в России показывает, что власти страны следуют мировым тенденциям. Однако применимость большинства ограничений затруднена из-за сложностей законодательства, правового нигилизма и низкого уровня контроля за исполнением этих ограничений со стороны государства. Немаловажным фактором эффективности алкогольной политики становится система контроля за производством алкоголя. Российская система контроля была спроектирована на основе опыта ЕС. Однако в процессе ее внедрения были допущены ошибки и в итоге система не смогла обеспечить контроль за всеми звеньями оборота алкогольной продукции.

Литература

Нормативно-правовые документы

1. Council Directive 92/83/EEC (19 October 1992)
2. Council Directive 92/84/EEC (19 October 1992)
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (в послед. редакции от 30.12.2012)
4. Налоговый кодекс Украины
5. Налоговый кодекс Республики Беларусь

Научные труды, обзоры

6. Agriculture and Agri-Food Canada «Consumer Trends Wine, Beer and Spirits in Russia», Market Indicator Report, March 2012
7. Alavaikko M. «Nordic Alcohol Policies and the liberalization of the international trade», 2003
8. Anderson P., Braddick F., Reynolds J., Gual A. «Alcohol Policy in Europe: Evidence from AMPHORA», AMPHORA, 2012
9. Cobiac L., Vos T., Doran C.M., Wallace A. Cost-effectiveness of interventions to prevent alcohol-related disease and injury in Australia. *Addiction*, 104 (2009), pp.1646-1655
10. Cook P.J. «Increasing the Federal Excise Taxes on Alcoholic Beverages», USA, *Journal of Health Economics*, №7 (1988), pp. 89-91, North-Holland
11. Crawford I, Tanner S. «Bringing it all back home: Alcohol taxation and cross-border shopping», *Fiscal Studies*, May 1995, vol.16, no.2, p.94-114
12. Doran C.M., Digiusto E. Using taxes to curb drinking: a report card on the Australian government's alcopops tax. *Drug and Alcohol Review*, 30 (2011), pp. 677-680
13. Doran C.M., Hall W.D., Shakeshaft A.P., Vos T., Cobiac L.J. Alcohol policy reform in Australia: what can we learn from the evidence? *The Medical Journal of Australia*, 192 (2010), pp. 468-470
14. European Commission, Taxation and Customs Union «Excise duties on alcohol: the EU perspective», 2010
15. Jones H., Liolios C. «Excise duties on alcohol: the EU perspective and policy development», European Commission, 2010
16. Kendell R.E., Roumanie M., and Ritson E.B. Influence of an increase in excise duty on alcohol consumption and its adverse effects. *British Medical Journal*, 287 (1983), pp.809-811
17. Leicester A. «Alcohol pricing and taxation policies», IFS Briefing Note, BN124, 2011
18. Levy D., Sheflin N. «The Demand for Alcoholic Beverages: An Aggregate Time-Series Analysis», *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 4 (1985), pp. 47-54

19. Muller S., Piontek D., Pabst A., Baumeister S.E., Kraus L. Changes in alcohol consumption and beverage preference among adolescents after the introduction of the alcopops tax in Germany. *Addiction*, 192 (2010), pp. 1205-1213
20. OECD «Consumption Tax Trends 2010: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Administration Issues», OECD Publishing, 2012
21. Osterberg E., Karlson T. «Alcohol Policies in EU Member States and Norway», 2006
22. Rabinovich L., Hunt P., Staetsky L., Goshev S., Nolte E., Pedersen J.S., Tiefensee C. «Further study on the affordability of alcoholic beverages in the EU», The RAND Corporation, 2012
23. Saffer H. Alcohol advertising bans and alcohol abuse, international perspective. *Journal of Health Economics*, 10 (1991), pp. 65-79
24. Selvanathan E.A. «Cross-country alcohol consumption comparison: an application of the Rotterdam demand system», *Applied Economics*, 1991, №23, pp. 1613-1622
25. Selvanathan S., Selvanathan E.A. Empirical regularities in cross-country alcohol consumption. *The Economic Record*, 81 (2005), pp. 128-142
26. Study analysing possible changes in the minimum rates and structures of excise duties on alcoholic beverages // *London Economics*. May 2010
27. Thomas G. «Analysis of Beverage Alcohol Sales in Canada», Alcohol Price Policy Series, Report 2 of 3, November 2012
28. Veiga O.L. and others «Physical activity as a preventive measure against overweight, obesity, infections, allergies and cardiovascular disease risk factors in adolescents: AFINOS Study protocol.», *BMC Public Health*, 2009
29. WHO «Alcohol Policy Report», 2011
30. WHO «Global Status Report Alcohol Policy», 2011
31. Yoruk B.K., Yoruk C.E. The impact of minimum legal drinking age laws on alcohol consumption, smoking, and marijuana use: Evidence from RD design using exact date of birth. *Journal of Health Economics*, 30 (2011), pp. 740-752
32. Young D.J. Alcohol advertising bans and alcohol abuse: comment. *Journal of Health Economics*, 12 (1993), pp. 213-228

Интернет-ссылки

33. Internal Revenue Code: <http://www.law.cornell.edu/uscode/text/26/5002>
34. The Tax Policy Center: <http://www.taxpolicycenter.org/index.cfm>
35. http://www.austlii.edu.au/au/legis/cth/consol_act/eta1921134/
36. <http://www.boe.ca.gov/pdf/pub92.pdf>

37. <http://www.business.gov.au/BusinessTopics/Taxation/Taxesexplained/Pages/Exciseduties.aspx>
38. <http://www.camra.org.uk/>
39. <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms>
40. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0083:en:HTML>
41. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992L0084:en:HTML>
42. <http://www.finmarket.ru/z/nws/hotnews.asp?id=3203997&nt=0&p=1&sec=0>
43. <http://www.foodnewsweek.ru/alchogol/eek-razrabotaet-edinye-pravila-proizvodstva-i-oborota-alkogolya-dlya-tc.html>
44. <http://www.hse.ru/rlms>
45. <http://www.hmrc.gov.uk/emcs/index.htm>
46. <http://law.atolaw.gov.au/atolaw/view.htm?Docid=PAC/19010009/ATOTOC>
47. <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-14/index.html>
48. <http://new-futures.org/sites/default/files/PoIEcon%20Executive%20SummaryFINAL.pdf>
49. <http://polit.ru/article/2010/12/20/demoscope443/>
50. <http://rutas.euro.ru/info/slovo/v5/s46.htm>
51. http://www.sabmiller.com/files/reports/ar2012/2012_annual_report.pdf
52. <http://spirits.eu/files/98/alcohol-taxation-pricing-and-alcohol-related-harm2.pdf>
53. http://www.taxes.ca.gov/Other_Taxes_and_Fees/Important_Dates/pstdd.shtml
54. <http://www.ttb.gov/index.shtml>
55. <http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/ccsm/1160e.php>

Приложение 1. Ставки акцизов на алкогольную продукцию в Австралии

Алкогольная продукция	Ставка
Пиво	
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта до 3 процентов в индивидуальной упаковке не превышающей 48 литров	\$38,7 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта до 3 процентов в индивидуальной упаковке превышающей 48 литров	\$7,73 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта свыше 3 процентов до 3,5 процентов в индивидуальной упаковке не превышающей 48 литров	\$45,08 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта свыше 3 процентов до 3,5 процентов в индивидуальной упаковке превышающей 48 литров	\$24,25 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта 3,5% процента и более в индивидуальной упаковке не превышающей 48 литров	\$45,08 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта 3,5% процента и более в индивидуальной упаковке превышающей 48 литров	\$31,74 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта до 3 процентов, произведенное для некоммерческих целей с использованием промышленного оборудования	\$2,72 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
пиво с содержанием объемной доли этилового спирта свыше 3 процентов, произведенное для некоммерческих целей с использованием промышленного оборудования	\$3,14 за литр этилового спирта, рассчитываемый на то содержание этилового спирта, которое превышает 1,15
Иные налогооблагаемые напитки с содержанием объемной доли этилового спирта до 10 процентов	\$76,37 за литр этилового спирта
Бренди	\$71,31 за литр этилового спирта
Иные налогооблагаемые напитки с содержанием объемной доли этилового спирта свыше 10 процентов	\$76,37 за литр этилового спирта

Приложение 2. Налоговое и техническое администрирование в некоторых странах ОЭСР

Австрия

Пиво

С 1995 года в Австрии вступил в силу федеральный Закон о налогообложении пива № 701/1994 (с изменениями и дополнениями). Согласно этому закону налогоплательщиками признаются: производители, владельцы налоговых складов, зарегистрированные получатели товаров, незарегистрированные получатели товаров, покупатели. Он освобождается пиво, которое используется для производства медикаментов и уксуса. Акцизный сбор должен уплачиваться в течение 25 дней после окончания месяца, в котором пиво было выпущено с налогового склада в свободное обращение.

Спиртные напитки

В Австрии действует федеральный Закон об акцизных сборах с этилового алкоголя, BGBl. No 703/1994 (с изменениями и дополнениями). Осуществление правового регулирования взимания акцизных сборов устанавливается федеральными органами власти Австрии. Компетентным органом, который взимают этот налог, являются Федеральная налоговая служба. Соответственно, первоначально поступления от акцизного налога направляются в федеральный бюджет. После этого поступления от акцизного налога от спиртных напитков распределяются между федеральными (67.8%), региональными (20.5%) и местными (11.7%) бюджетными системами.

Налогоплательщиками являются: производители, владельцы налоговых складов, продавцы. Объектом налогообложения являются спиртные напитки с концентрацией спирта выше 1,2 об.%. (спиртовые настойки, крепленые вина, ликеры и прочие спиртные напитки).

Перечень освобождений является более широким, чем в случае с пивом.

Спиртные напитки освобождаются от акцизного налогообложения в следующих случаях:

- используются для производства медикаментов и уксуса;
- используются в качестве сырья для производства товаров, которые в конечном итоге не будут содержать алкоголь;
- используются для производства косметики;
- используются для производства моющих средств;
- полностью денатурированный алкоголь;
- образцы алкогольной продукции, не предназначенные для продажи;
- используются в целях личного потребления.

Акцизный налог со спиртных напитков подлежит уплате в течение 25 дней, после окончания месяца, в котором спиртные напитки были выпущены в свободное обращение.

Таким образом, законодательство Австрии находится в соответствии с директивами ЕС и во многих положения воспроизводит нормы директив.

Великобритания

Пиво

С 1979 года в Великобритании действует Акт о спиртных напитках, а также Акт об администрировании акцизов и таможенных сборов (с изменениями и дополнениями), которые регулируют технологию уплаты сборов в бюджетную систему. В законодательстве Великобритании устанавливаются определенные требования к налогоплательщикам. К ним, в частности, относятся: производители пива, которые должны быть соответствующим образом зарегистрированы, импортеры и экспортеры пива; изготовители тары и упаковок для пива,

которые в случае отсутствия у них регистрации при перемещении пива в налоговый склад должны осуществлять оплату акцизных сборов.

Согласно законодательству Великобритании действует дифференцированная система налоговых льгот. В частности, на небольших производителей пива, которые производят до 5 тыс. гектолитров, распространяется 50% налоговая скидка. Производители, которые производят от 5 до 30 тыс. гектолитров пива также подпадают под эту налоговую льготу, но ее действие распространяется на первые 5 тыс. гектолитров. Вместе с тем производители, которые производят свыше 60 тыс. гектолитров пива не вправе получать указанную налоговую льготу. Кроме того, освобождается от уплаты акцизных сборов пиво, которое производится в качестве опытного образца.

Уплаченный акцизный сбор может быть возвращен налогоплательщику, если пиво испортилось после выпуска в свободное обращение с налогового склада.

Обязанность по уплате акцизных сборов возникает с момента выпуска подакцизной продукции в свободное обращение. Если между предпринимателями действует договор поставки пива, то акцизные сборы за партию должны уплачиваться до 25 числа месяца, следующего за месяцем поставки.

Спиртные напитки

Порядок и условия взимания акцизных сборов со спиртных напитков устанавливается в тех же нормативных правовых актах, что и с пива: Акт о спиртных напитках, Акт об администрировании акцизов и таможенных сборов (с изменениями и дополнениями). Нормативное регулирование осуществляется центральными органами власти, поступления от акцизных сборов также направляются в бюджет Великобритании (не региональный или местный).

Для целей взимания акцизных сборов плательщиками признаются: производители, владельцы налоговых складов, продавцы. Объектом налогообложения являются: спиртные напитки с концентрацией спирта выше 1,2 об.%.

Освобождение от акцизных сборов предоставляется, если спиртные напитки:

- произведены для целей научных исследований;
- произведены для использования в медицинских целях;
- полностью денатурированный алкоголь.

Обязанность по уплате акцизного сбора наступает не позднее 14 дней месяца, следующего за месяцем выпуска товаров в свободное обращение.

Ирландия

Пиво

Акцизные сборы с пива регулируются частью 2 Финансового акта 2003 г. Налогоплательщиками являются владельцы налоговых складов или импортеры. Действует широкий перечень освобождений от уплаты акцизных сборов, который включает:

- продукцию, которая используется для производства: уксуса, медикаментов, напитков, с концентрацией спирта меньше 1,2 об.%, сырья для других изделий и др.;
- продукцию, предназначенную для денатурирования в Ирландии или другом государстве-члене ЕС;
- продукцию, которая произведена для личного употребления, включая членов семьи производителя и гостей производителя, и не предназначена для продажи;
- продукцию, произведенную в качестве сырья для товаров, которые не подпадают под акцизные сборы с алкогольной продукции.

Наступление обязанности по уплате акцизных сборов наступает с момента выпуска товаров в свободное обращение (в результате импорта или с налогового склада). Вместе с тем

уплата должна осуществляться не позднее предпоследнего дня месяца, который следует за месяцем выпуска товаров в свободное обращение.

Спиртные напитки

Акцизные сборы со спиртных напитков регулируются частью 2 Финансового акта 2003 г. Нормативное регулирование осуществляется центральными органами власти, а поступления от акцизных сборов также направляются в бюджет Ирландии.

Налогоплательщиками признаются владельцы налоговых складов или импортеры. Объектом налогообложения являются спиртные напитки с концентрацией спирта выше 22 об.%, и которые, среди прочего, подпадают под коды:

- 2207 (спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта 80 об.% или более; этиловый спирт и прочие спиртовые настойки, денатурированные, любой концентрации)

- 2208 (денатурированные, любой спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки) комбинированной товарной номенклатуры.

Следует отметить, что как наступление обязанности по уплате акцизных сборов, так и перечень освобождений от их уплаты является одинаковым и для пива, и для спиртных напитков. Такая же особенность характерна и для законодательства других государств-членов ЕС и главным образом это обусловлено тем, что регулирование акцизных сборов с различных видов алкогольной продукции осуществляется посредством одного нормативного правового акта.

Франция

Пиво

Во Франции взимание акцизных сборов с алкогольной продукции в целом и пива в частности регулируется Общим налоговым кодексом в ст. 317, 401- 406, 416, 417, 417 bis, 438, 520 и 520A. Что касается пива, то налогоплательщиками признаются: производители, импортеры и другие лица, которые перечислены в Директиве 2008/118/ЕС от 16 декабря 2008 года «Об общем режиме акцизных сборов».

По общему правилу акцизные сборы должны уплачиваться с момента выпуска подакцизных товаров в свободное обращение.

Спиртные напитки

Общий налоговый кодекс Франции регулирует взимание акцизных сборов со спиртных напитков.

Поступления от акцизных сборов с крепких спиртных напитков, так же как и с пива и другой алкогольной продукции, направляются в бюджет Республики Франция и затем частично распределяются в сфере социального обеспечения. Во Франции действует специальный Фонд для пожилых людей (Fonds de solidarité vieillesse), в который поступают часть средств, полученных в результате взимания акцизных сборов с алкогольной продукции.

Налогоплательщиками признаются производители, владельцы налоговых складов, продавцы спиртных напитков, импортеры.

Объект налогообложения. Статьи 401-402 Общего налогового кодекса Франции относит к спиртным напиткам продукцию, подпадающую под коды товарной номенклатуры:

- 2204 (вина виноградные натуральные, включая крепленые; сусло виноградное, кроме указанного в товарной позиции 2009);

- 2205 (вермуты и виноградные натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ);

- 2206 (напитки прочие сброженные (например, сидр, перри, или сидр грушевый, напиток медовый); прочие смеси из сброженных напитков и смеси сброженных напитков и безалкогольных напитков);

- 2207 (спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта 80 об.% или более; этиловый спирт и прочие спиртовые настойки, денатурированные, любой концентрации);

- 2208 (денатурированные, любой спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки).

Таким образом, объект налогообложения, определенный в Общем налоговом кодексе Франции, находится в полном соответствии со ст. 20 Директивы 92/83 ЕЭС. То же самое характерно и для законодательства других государств-членов ЕС. От акцизных сборов освобождаются спиртные напитки, предназначенные для личного потребления и для медицинских целей.

Согласно Общему налоговому кодексу Франции обязанность по исчислению и уплаты акцизных сборов со спиртных напитков наступает с момента выпуска товаров в свободное обращение.

Германия

В этой стране действует закон «Об акцизных сборах с пива» 1993 г. (с изменениями и дополнениями). Налогоплательщиками признаются: производители, владельцы налоговых складов, зарегистрированные получатели товаров, незарегистрированные получатели товаров.

Производители пива и владельцы налоговых складов должны регистрироваться согласно порядку, определенному законодательством Германии. До введения пива в торговый оборот при его хранении или перемещении между налоговыми складами акцизный сбор не взимается. Пиво, которое перерабатывается и в результате переработки становится частью медицинских товаров, освобождается от акцизного сбора. Зарегистрированные производители пива могут продавать работникам на своих предприятиях пиво, которое не будет облагаться акцизным сбором. Пиво, произведенное для личных нужд (до двух гектолитров) освобождается от акцизного сбора, если лицо, которое его произвело, зарегистрировалось в таможенном органе. Обязанность по уплате акцизного сбора должна быть исполнена до 20 числа месяца, следующего за месяцем, когда пиво было выпущено в свободное обращение (введено в торговый оборот).

Акцизные сборы со спиртных напитков устанавливает Закон «О монополии на спиртные напитки» от 8 апреля 1922 года (с изменениями и дополнениями). Поступления от акцизных сборов со спиртных напитков направляются в федеральный бюджет Германии. Налогоплательщиками признаются: производители спиртных напитков, владельцы налоговых складов, импортеры, продавцы.

Закон определяет перечень круг подакцизной алкогольной продукции, подпадающей по категорию «спиртные напитки»:

- 2204 (вина виноградные натуральные, включая крепленые; суло виноградное, кроме указанного в товарной позиции 2009);

- 2205 (вермуты и виноградные натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ);

- 2206 (напитки прочие сброженные (например, сидр, перри, или сидр грушевый, напиток медовый); прочие смеси из сброженных напитков и смеси сброженных напитков и безалкогольных напитков);

- 2207 (спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта 80 об.% или более; этиловый спирт и прочие спиртовые настойки, денатурированные, любой концентрации);

- 2208 (денатурированные, любой спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки).

Спиртные напитки могут производиться только на территориях, определенных законом. После этого произведенная продукция продается Федеральному управлению по спиртным напиткам по тем ценам, которые будут согласованы и определены в контракте.

От акцизных сборов освобождаются спиртные напитки, которые произведены:

- для целей научных исследований;
- для использования в медицинских целях;
- в качестве сырья, используемого для производства продуктов пищевой промышленности.

Обязанность по уплате акцизных сборов наступает после того, как товары были транспортированы с налогового склада, а режим отсрочки уплаты акцизных сборов не действует.

Поскольку большинство спиртных напитков, которые производятся на специальных территориях Германии, продаются Федеральному управлению по спиртным напиткам, постольку сумма акцизного сбора включается в цену продукта. Соответственно, главным плательщиком акцизных сборов со спиртных напитков является федеральное управление. Ежегодно около 80 млн. евро перечисляются из федерального бюджета Германии на покрытие затрат указанного ведомства.

Чехия

В Чехии регулирование акцизных сборов осуществляется посредством специального закона «Об акцизных сборах» 2003 г. № 353/2003. Согласно этому закону налогоплательщиками признаются: производители, импортеры, продавцы пива. Налогооблагаемая база исчисляется в гектолитрах (плато).

От уплаты акцизного сбора освобождаются:

- пиво, которое используется для производства пищевого уксуса, пищевых продуктов, медикаментов;

- потери пива, возникшие в результате его производства;

- производство пива для личного употребления (до 200 л. в год).

Срок уплаты акцизных сборов – в течение 40 дней со дня выпуска подакцизной продукции в свободное обращение.

Спиртные напитки

Взимание акцизных сборов со спиртных напитков регулируется Законом об акцизных сборах № 353/200. Акцизные сборы со спиртных напитков поступают в бюджет Чехии. В соответствии с законодательством налогоплательщиками являются: производители, продавцы, импортеры.

Объектом налогообложения является продукция, подпадающая под коды:

- 2207 (спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта 80 об.% или более; этиловый спирт и прочие спиртовые настойки, денатурированные, любой концентрации);

- 2208 (денатурированные, любой спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки) комбинированной товарной номенклатуры, также под другие коды, при условии, если концентрация спирта в них более 22 об.%.

Спиртные напитки освобождаются от акцизного налогообложения если:

- используются для производства медикаментов и уксуса;

- используются в качестве сырья для производства иных товаров;

- содержат полностью денатурированный алкоголь;

- образцы алкогольной продукции, не предназначенные для продажи (в частности, предназначенные для проведения экспертиз органами власти).

Обязанность по уплате акцизных сборов со спиртных напитков должна быть исполнена в течение 55 дней со дня выпуска товаров в свободное обращение.

США

США является федеративным государством, поэтому налогообложение регулируется на федеральном уровне, а также уровне штатов и органов местного самоуправления. В соответствии с разделом 8 Конституции США Конгресс имеет право «устанавливать и взимать налоги, сборы, пошлины и акцизы, для того чтобы выплачивать долги, обеспечивать совместную оборону и всеобщее благоденствие Соединённых Штатов; причем все сборы, пошлины и акцизы должны быть единообразны повсеместно в Соединённых Штатах».

Тем не менее, одно из главных отличий США от государств-членов ЕС состоит в том, что нет цели по гармонизации налогообложения в целом и акцизного налогообложения в частности. Будучи федеративным государством, в США поступления от акцизных сборов с алкогольной продукции направляются в федеральный бюджет и бюджет штатов⁸⁶. Например, в штате Калифорния поступления от акцизных сборов со всех видов алкогольной продукции первоначально направляются в Фонд контроля за алкогольной продукцией и после этого Общий фонд штата вправе распоряжаться этими средствами по своему усмотрению⁸⁷.

Компетентным органом власти, которому подведомственно акцизное налогообложение алкогольной продукции является Управление по налогообложению алкогольной, табачной продукции и торговли при Казначействе США⁸⁸. В предмет его компетенции входят не только вопросы налогообложения, но и маркировка (однако такую маркировку не следует отождествлять с акцизными марками, поскольку она связана с этикетками, которые содержат информацию об алкогольных напитках) и реклама продукции. В связи с этим следует отметить, что вместо термина «акцизные сборы» в законодательстве США используется «акцизные налоги». Вместе с тем, несмотря на разные формы выражения, суть у них одна и та же.

Порядок и условия маркировки алкогольной продукции устанавливаются в Федеральном акте «Об администрировании алкогольной продукции» (FAAA)⁸⁹. Основной целью маркировки алкогольной продукции в США, в отличие от акцизных марок, является вопрос безопасности и здоровья граждан США (п. 213-215). При этом такая маркировка является обязательной для производителей и импортеров алкогольной продукции, которые получают сертификаты подтверждения (COLA) и уже после их получения алкогольная продукция может выпускаться в свободное обращение. Такого документа, как акцизные марки, в США нет.

В соответствии с федеральным Налоговым кодексом США (26 USC § 5002 – Definitions⁹⁰) к крепким спиртным напиткам, алкогольным напиткам и спиртным напиткам относятся вещества, содержащие этиловый спирт, этанол или винный спирт в любой форме (вне зависимости от способа производства и переработки). НК США устанавливает широкий перечень освобождений от уплаты акцизного налога с алкогольных напитков в целом и крепких спиртных напитков, в частности. К ним относятся:

- использование алкогольных напитков федеральными органами власти;
- использование алкогольных напитков в деятельности некоммерческих организаций, научных и образовательных учреждений, лабораторий, лечебных учреждений;
- денатурированные спиртные напитки;

⁸⁶ См., например, http://www.taxes.ca.gov/Other_Taxes_and_Fees/Important_Dates/pstdd.shtml

⁸⁷ <http://www.boe.ca.gov/pdf/pub92.pdf>

⁸⁸ <http://www.ttb.gov/index.shtml>

⁸⁹ http://www.ttb.gov/pdf/ttb51008_laws_regs_act052007.pdf

⁹⁰ Internal Revenue Code // <http://www.law.cornell.edu/uscode/text/26/5002>

- по решению Таможенного органа в отношении импортируемой алкогольной продукции;
- в случае импорта алкогольной продукции, произведенной в США, импортированной в государства и территории, определенные законом (Пуэрто-Рико, Вирджинские острова и т.д.).

Налогоплательщиками являются производители алкогольной продукции, импортеры, оптовые продавцы, которые должны быть зарегистрированы в установленном законом порядке. Налоговой базой является такая характеристика объекта налогообложения, как баррели и галлоны (один баррель состоит из 31 галлона) подакцизной алкогольной продукции.

Так же, как и в государствах-членах ЕС обязанность по уплате акцизного налога с алкогольной продукции наступает в момент выпуска в свободное обращение. Срок для уплаты акцизных налогов устанавливается достаточно гибким. В частности, если плательщик акцизного налога с алкогольной продукции (субъект малого предпринимательства) в предшествующем налоговом периоде уплатил менее 50 тыс. долл., то ему, согласно федеральному законодательству США (ст. 26 НК США) предоставляется возможность уплачивать акцизный налог поквартально (по общему правилу акцизный налог с алкогольной продукции должен уплачиваться два раза в месяц). Такая возможность уплаты предоставляется налогоплательщикам, начиная с 1 января 2006 года. При этом, если осуществляется переход на ежеквартальную систему уплаты акцизного налога, то налогоплательщик должен проверить все свои гарантии об уплате акцизного налога (bond coverage). Такая гарантия может выдаваться обязанным лицом применительно к двум основным ситуациям:

- операциям с подакцизной алкогольной продукцией, и в этом случае обеспечивается исполнение налоговой обязанности при их перемещении между налоговыми складами;
- отсрочке по уплате налога и действует в случае исчисления налога с алкогольной продукции, перевезенной с налогового склада для свободного обращения или потребления, и который пока не уплачен⁹¹.

Таким образом, в общих чертах институт гарантий уплаты акцизных налогов в США совпадает с правом ЕС. Уплата акцизных налогов осуществляется посредством Электронного фонда перевода средств (EFT). Средства переводятся от кредитного учреждения налогоплательщика на счет Казначейства США в Федеральном резервном банке. Перевод денежных средств является безналичным. Если в течение года налогоплательщик уплатил более пяти млн. долл. федеральных акцизных налогов с алкогольной продукции (вне зависимости от ее вида), то в следующем году обязательно с применением указанной системы осуществления платежей. При этом сумма в пять млн. долл. учитывается отдельно к различным видам алкогольной продукции: крепким спиртным напиткам, вину и пиву. Если уплачена меньшая сумма, то система EFT не является обязательной для применения.

Канада

Канада, как и США, относится к государствам, принадлежащих к семье общего права, где есть своя специфика правового регулирования в целом и регулирование акцизных сборов в частности. В отличие от США в Канаде нормы и правила, касающиеся технологии уплаты акцизных сборов кодифицированы в одном федеральном нормативном правовом акте – Акте об акцизных сборах 2001 года.⁹² Поступления от акцизных сборов с алкогольной продукции направляются в федеральный бюджет и бюджет провинций.

Налогоплательщиками являются: производители алкогольной продукции, владельцы налоговых складов, импортеры. Объектом акцизных сборов признаются «спиртные напитки», которые согласно Акту являются продукцией, с концентрацией спирта более 0,5 об.%, но к

⁹¹ <http://www.ttb.gov/forms/f512036instructions.pdf>

⁹² <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/E-14/index.html>

ним *не относятся* вино, пиво, денатурированный алкоголь, уксус и др. Таким образом, категория подакцизных товаров, которая именуется «спиртные напитки» более неопределенная, чем в рассмотренных выше государствах. В соответствии со ст. 123 Акта к крепким спиртным напиткам относится алкогольная продукция с концентрацией спирта более 7 об.%. В связи с этим следует отметить, что порядок исчисления, уплаты акцизных сборов с алкогольной продукции является единым для всех видов.

Законодательство Канады предусматривает действие акцизных марок только в отношении одной категории продукции – табачных изделий (ст.25.1-25.5). Соответственно, применительно к алкогольной продукции акцизные марки не устанавливаются. Вместо них Акт об акцизных сборах предусматривает маркировку упаковки владельцем алкогольной продукции. Такую маркировку осуществляет сам владелец такой продукции и после того, как продукция маркирована, она должна быть незамедлительно помещена в налоговый склад (ст.78).

На основании Акта об акцизных сборах можно сделать вывод, что маркировка алкогольной продукции, включая крепкие спиртные напитки, не является тождественной маркировке акцизными марками государств-членов ЕС. В частности, применительно к акцизным маркам, которые используются при обороте табачных изделий в Акте указывается, что акцизная марка на табачных изделиях должна содержать всю информацию по форме, определенной законодательством, которая удостоверяет, что акцизный сбор был уплачен. Такой подход к акцизным маркам идентичен подходу государств-членов ЕС. В то же время применительно к алкогольной продукции в целом и крепким спиртным напиткам в частности, в законодательстве Канады не определены такие же требования, как к табачным изделиям. Соответственно, у маркировки алкогольной продукции нет функции удостоверения уплаты акцизного сбора. В соответствии с общим правилом, налоговая обязанность по уплате акцизных сборов с алкогольной продукции наступает с момента ее производства (ст.122). Если алкогольные напитки после их производства не предназначаются для свободного обращения, а перемещаются в налоговый склад, то действует режим отсрочки от уплаты акцизных сборов.

В случаях, когда алкогольная продукция импортирована на территорию Канады в налоговый склад, где осуществляется их бутилирование и пакетирование, то после их транспортировки с налогового склада покупателю, ответственным лицом за уплату акцизных сборов является владелец налогового склада (ст. 133(3)). В то же время, если алкогольная продукция импортирована непосредственно покупателем в Канаде, минуя налоговый склад, то обязанность по уплате акцизных сборов возникает в момент импорта.

При транспортировке подакцизной алкогольной продукции с одного налогового склада в другой налоговый склад лицом, обязанным уплатить акцизные сборы, является владелец последнего налогового склада (ст. 142). Такое же правило действует в отношении остальных субъектов экономической деятельности: в случае транспортировки одного из субъектов к другому, обязанность уплаты возникает у товарополучателя. В целом такой порядок вещей соответствует принципу взимания «по месту назначения», который действует в государствах-членах ЕС.

Общее правило, касающееся сроков уплаты акцизных сборов следующее, налогоплательщик (в частности, зарегистрированный производитель алкогольной продукции или зарегистрированный владелец налогового склада) должен не позднее последнего дня месяца, следующего после окончания налогового периода (одного месяца) исчислить сумму акцизного сбора, предоставить налоговую декларацию в налоговый орган Канады и уплатить акцизные сборы (ст.159.1 -160).

Акт об акцизных сборах предусматривает освобождения от уплаты акцизных сборов, в случае, если спиртные напитки денатурированы. В отличие от законодательства других государств Акт об акцизных сборах не предоставляет налогоплательщикам широкий перечень освобождений от уплаты акцизных сборов.

Федеральное законодательство Канады, также как и федеральное законодательство США, не предусматривает установления минимальных и максимальных розничных цен с подакцизной алкогольной продукции. Однако в провинции Манитоба местные законодательные акты предусматривают установление минимальных розничных цен.

Австралия

Основными правовыми актом, регулирующими взимание акцизных сборов с алкогольной продукции, являются федеральный Акт об акцизах 1901 г.⁹³ и Акт об акцизных тарифах 1921 г.⁹⁴, которые продолжают действовать и в настоящее время. Поступления от акцизных сборов перечисляются в федеральный бюджет. В приложении к Акту об акцизных тарифах закрепляется, что к спиртным напиткам относится алкогольная продукция с концентрацией спирта более 10 об.%, в частности бренди⁹⁵. Вместе с тем в данном приложении за исключение бренди не перечисляются конкретных видов спиртных напитков и не дается отсылка к товарной номенклатуре, как это осуществляется в государствах-членах ЕС.

В отличие от других государств, где плательщики акцизных сборов, к которым относятся производители, владельцы налоговых складов, оптовые продавцы, импортеры, в Австралии все эти налогоплательщики должны быть зарегистрированы в налоговом органе, что удостоверяется выдачей соответствующей лицензии (разрешения)⁹⁶. Регистрация позволяет осуществлять следующие юридически значимые действия:

- производить и хранить подакцизные товары;
- транспортировать подакцизные товары между налоговыми складами с отсрочкой уплаты акцизных сборов;
- подавать налоговые декларации и заявлять ходатайства, связанные с исполнением обязанности по исчислению и уплате акцизных сборов.

Так же, как в США и Канаде в Австралии не действуют акцизные марки в отношении алкогольной продукции. Ранее, также как и сейчас в Канаде, Акт 1901 г. предусматривал маркировку тары и упаковки алкогольной продукции, но с 2006 года она была отменена в Австралии⁹⁷.

Единообразное правовое регулирование, включая технологию уплаты акцизных сборов, устанавливается в отношении пива, спиртных напитков. Что касается вина, то в Австралии действует специальный налог на вино (wine equalisation tax (WET))⁹⁸. Основные различия этого налога от акцизных сборов с другой алкогольной продукции заключаются в основном не в технологии их уплаты, а в особенностях предоставления налоговых льгот. По общему правилу акцизные сборы должны уплачиваться до момента продажи алкогольной продукции конечному потребителю. В соответствии со ст. 59 Акта об акцизах с момента выпуска товаров в свободное обращение.

Налогоплательщиками акцизных сборов с алкогольной продукции в целом и спиртных напитков, в частности, признаются: производители, импортеры, продавцы (ч. 3 Акта об акцизах).

Отсрочка уплаты акцизных сборов может предоставляться только зарегистрированным субъектам торгового оборота. Вместе с тем существует несколько видов разрешений (лицензий) применительно к различным субъектам. В частности, есть специальное разрешение для производителей алкогольной продукции. Например, если производитель пива после его производства хранит его в своих помещениях, то достаточно действия одного

⁹³ Excise Act 1901 // <http://law.atolaw.gov.au/atolaw/view.htm?Docid=PAC/19010009/ATOTOC>

⁹⁴ Excise Tariff Act 1921 // http://www.austlii.edu.au/au/legis/cth/consol_act/eta1921134/

⁹⁵ http://www.austlii.edu.au/au/legis/cth/consol_act/eta1921134/schthe.html

⁹⁶ <http://www.business.gov.au/BusinessTopics/Taxation/Taxesexplained/Pages/Exciseduties.aspx>

⁹⁷ <http://law.atolaw.gov.au/atolaw/view.htm?docid=PAC/19010009/77C-repealed-1>

⁹⁸ http://www.austlii.edu.au/au/legis/cth/consol_act/antseta1999417/

разрешения для производителя. Однако если после его производства пиво транспортируется в другое помещение, которое принадлежит этому производителю на праве собственности, то он обязан также получить соответствующее разрешение на хранение⁹⁹. При соблюдении условий государственной регистрации разрешение выдается в течение 28 дней. До момента уплаты акцизных сборов с алкогольной продукции ее владелец подлежит особому налоговому контролю. Он заключается в том, что требуется разрешения налоговых органов по перемещению подакцизной алкогольной продукции, ее переработки; налогоплательщик также обязан обеспечивать беспрепятственный доступ налоговых инспекторов в помещения, где хранится подакцизная алкогольная продукция и реализовать по предъявлению требований обязанность по уплате акцизного сбора согласно гарантии.

Таким образом, до тех пор, пока акцизные сборы не уплачены, собственник подакцизной алкогольной продукции обязан получать разрешение у налоговых органов на ее перемещение, например, от места производства к месту хранения (налоговому или таможенному складу). Существует два вида таких разрешений: многократное и единовременное. В первом случае разрешение выдается на неоднократное перемещение подакцизной алкогольной продукции между двумя помещениями, в то время как во втором такую транспортировку можно осуществить один раз между конкретно определенными помещениями.

Налоговые органы Австралии могут предоставлять налогоплательщикам режим отсрочки от уплаты акцизных сборов (periodic settlement permission (PSP)¹⁰⁰. Вместе с тем если в отношении налогоплательщика не действует режим отсрочки уплаты акцизных сборов, то он должен подать налоговую декларацию и осуществлять авансовые платежи, чтобы налоговый орган разрешил перемещать подакцизную алкогольную продукцию с места их хранения¹⁰¹. Законодательство Австралии предоставляет освобождение от уплаты акцизных сборов, если алкогольная продукция используется в деятельности органов государственной власти либо денатурирована. Таким образом, в Австралии, так же как и в Канаде освобождения от уплаты акцизных сборов с алкогольной продукции не такие обширные, как в государствах-членах ЕС и США.

Федеральное законодательство Австралии не содержит норм о минимальных или максимальных розничных ценах на алкогольную продукцию.

⁹⁹<http://www.ato.gov.au/businesses/content.aspx?doc=/content/00180139.htm&pc=001/003/095/005/001&mnu=0&mfp=&st=&cy=>

¹⁰⁰ http://www.ato.gov.au/businesses/content.aspx?menuid=0&doc=/content/00169405.htm&page=33#P677_49303

¹⁰¹ http://www.ato.gov.au/businesses/content.aspx?menuid=0&doc=/content/00169405.htm&page=34#P688_51769

Приложение 3. Характеристика систем налогообложения алкогольной продукции в странах Таможенного Союза

Показатель	Россия	Казахстан	Беларусь
Законодательство	НК РФ	НК РК	НК РБ
Бюджетное распределение	<p>Федеральный налог Федеральный бюджет (ст.50 БК РФ): акцизы на спирт этиловый из пищевого сырья - по нормативу 50%; акцизы на спирт этиловый из всех видов сырья, за исключением пищевого, - по нормативу 100 %; акцизы на спиртосодержащую продукцию - по нормативу 50 %; акцизы на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта свыше 9 %, за исключением пива, вин, фруктовых вин, игристых вин (шампанских), винных напитков, изготавливаемых без добавления ректификованного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сула, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, - по нормативу 60 %.</p> <p>Бюджеты субъектов РФ (ст.56 БК РФ): акцизы на спирт этиловый из пищевого сырья - по нормативу 50 %; акцизы на спиртосодержащую продукцию - по нормативу 50 %; акцизы на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта свыше 9 %, за исключением пива, вин, фруктовых вин, игристых вин (шампанских), винных напитков, изготавливаемых без добавления ректификованного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сула, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, - по нормативу 40 %; акцизы на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта свыше 9 %, включающую пиво, вина,</p>	<p>Республиканский налог Республиканский бюджет (ст.49НК РК): акцизы на товары, импортируемые на территорию Республики Казахстан в соответствии с законодательством Республики Казахстан Бюджеты города республиканского значения, столицы (ст.51 БК РК): акцизы на: все виды спирта, произведенные на территории Республики Казахстан; алкогольную продукцию, произведенную на территории Республики Казахстан; пиво с объемным содержанием этилового спирта не более 0,5 процента, произведенное на территории Республики Казахстан;</p> <p>Бюджеты района (городов областного значения) (ст.52 БК РК): акцизы на: все виды спирта, произведенные на территории Республики Казахстан; алкогольную продукцию, произведенную на территории Республики Казахстан; пиво с объемным содержанием этилового спирта не более 0,5 процента, произведенное на территории Республики Казахстан;</p>	<p>Республиканский налог Республиканский бюджет (ст.30 НК РБ): акцизы – 100 %.</p>

	фруктовые вина, игристые вина (шампанские), винные напитки, изготавливаемые без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята, - по нормативу 100%; акцизов на алкогольную продукцию с объемной долей этилового спирта до 9 % включительно - по нормативу 100 %.		
Налогоплательщики	1) физические лица, зарегистрированные как индивидуальные предприниматели; 2) организации; 3) лица, признаваемые налогоплательщиками в связи с перемещением товаров через таможенную границу ТС, определяемые в соответствии с таможенным законодательством ТС и законодательством РФ о таможенном деле.	1) физические лица 2) юридические лица, 3) юридические лица-нерезиденты и их структурные подразделения.	1) физические лица, зарегистрированные как индивидуальные предприниматели; 2) организации; 3) физические лица, на которых в соответствии с НК РБ, законами о таможенном регулировании в РБ, таможенным законодательством ТС, международными договорами, регулирующими взимание косвенных налогов в ТС, и (или) актами Президента РБ возложена обязанность по уплате акцизов, взимаемых при ввозе товаров на территорию Республики Беларусь.
	При производстве подакцизных товаров на давальческой основе плательщиком признается не собственник товаров, а производитель		
			Посреднические организации и индивидуальные предприниматели признаются плательщиками акцизов: - в случае, если им поручена реализация ввезенных на территорию РБ подакцизных товаров; - в случае, если они осуществляют ввоз подакцизных товаров на территорию РБ.
Подакцизные товары	- этиловый спирт, - алкогольная продукция ¹⁰² , - спиртосодержащая продукция с объемом этилового спирта более 9%.	- этиловый спирт, - алкогольная продукция,	- этиловый спирт, - алкогольная продукция, - непищевая спиртосодержащая продукция в виде растворов, эмульсий,

¹⁰² Термин «алкогольная продукция» в России, Беларуси и Казахстане не совпадает по содержанию, так как включает в себя различающиеся перечни видов алкогольной продукции.

		<p>- спиртосодержащая продукция медицинского назначения, зарегистрированная в качестве лекарственного средства.</p>	<p>суспензий, произведенных с использованием этилового спирта из всех видов сырья, иных спиртосодержащих продуктов, - пиво, пивной коктейль, - слабоалкогольные напитки и вина с объемной долей этилового спирта более 1,2 % и менее 7 %, - сидры, - пищевая спиртосодержащая продукция в виде растворов, эмульсий, суспензий, произведенных с использованием этилового спирта.</p>
	<p>Исключаются из подакцизных товаров следующие товары: - лекарственные средства, разрешенные на территории России, а также изготавливаемые аптечными организациями, разлитые в емкости в соответствии с требованиями нормативной документации, согласованной уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, - препараты ветеринарного назначения, разрешенные на территории России, разлитые в емкости не более 100 мл, - парфюмерно-косметическая продукция разлитая в емкости не более 100 мл с объемной долей этилового спирта до 80 % включительно и (или) парфюмерно-косметическая продукция с объемной долей этилового спирта до 90 % включительно при наличии на флаконе пульверизатора, разлитая в емкости не более 100 мл, а также парфюмерно-косметическая продукция с объемной долей этилового спирта до 90 % включительно, разлитая в емкости до 3 мл включительно, - подлежащие дальнейшей переработке и (или) использованию для технических целей отходы, образующиеся при производстве спирта этилового из пищевого сырья, водок, ликероводочных изделий, - виноматериалы, виноградное сусло, иное фруктовое сусло, пивное сусло.</p>	<p>Перечень исключений отсутствует</p>	<p>Исключаются из подакцизных товаров следующие товары: - спиртосодержащие растворы с денатурирующими добавками, компонентами, изменяющими органолептические свойства этилового спирта, разрешенными к применению в Беларуси, - спиртосодержащие лекарственные средства, разрешенные на территории Беларуси, а также изготавливаемые в аптеках, - спиртосодержащие средства и препараты ветеринарного назначения, разрешенные на территории Беларуси, - спиртосодержащие парфюмерно-косметические средства, - побочные продукты и спиртосодержащие отходы при производстве на территории Беларуси этилового спирта, алкогольной продукции, - коньячный и плодовый спирт, виноматериалы.</p>
<p>1) Реализация произведенных (розлитых) подакцизных товаров.</p>			

Объекты налогообложения	2) Безвозмездная передача произведенных подакцизных товаров. 3) Передача подакцизных товаров на переработку на давальческой основе. 4) Передача подакцизных товаров, являющихся продуктом переработки дачвальческих сырья и материалов, в том числе подакцизных. 5) Взнос в уставный капитал произведенными подакцизными товарами. 6) Использование произведенных подакцизных товаров при натуральной оплате. 7) Использование производителем произведенных подакцизных товаров для собственных производственных нужд и для собственного производства подакцизных товаров, порчи, потери сверх норм естественной убыли. 8) Ввоз подакцизных товаров на территорию государства.		
	Объектом является операция получения (оприходования) денатурированного этилового спирта организацией, имеющей свидетельство на производство неспиртосодержащей продукции.	Такого объекта нет	
	Объект возникает в случаях передачи произведенных подакцизных товаров своему структурному подразделению для производства неподакцизной продукции (за исключением передачи произведенного денатурированного этилового спирта), а также при передаче структурному подразделению произведенного этилового спирта для производства алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции.	Объект налогообложения возникает при любой отгрузке произведенных подакцизных товаров своим структурным подразделениям. Также возникает объект налогообложения при перемещение произведенных подакцизных товаров с указанного в лицензии адреса производства.	Объект налогообложения возникает в случаях передачи произведенных подакцизных товаров своему структурному подразделению для производства неподакцизной продукции.
	Такого объекта нет	Такого объекта нет	Объект налогообложения возникает при реализации (передаче) ввезенных подакцизных товаров. При этом указанный объект не возникает в отношении подакцизных товаров, ввезенных на территорию Беларуси, в отношении которых установлены твердые (специфические) ставки акцизов, в случаях, если при ввозе на территорию Республики этих подакцизных товаров произведена уплата акцизов либо применено освобождение от акцизов в соответствии с законодательством.
	Такого объекта нет	К реализации подакцизных товаров приравнивается порча, утрата учетно-контрольных марок, указанная операция	Такого объекта нет

		приводит к возникновению объекта налогообложения.	
Акцизный налоговый пост	Такого режима нет	Порядок организации деятельности акцизного поста утвержден Постановлением Правительства РК от 16.01.2012 № 61 «Об утверждении Правил организации деятельности акцизных постов». Налоговые органы устанавливают акцизные посты на территории налогоплательщиков, осуществляющих производство отдельных видов подакцизных товаров, оптовую реализацию подакцизной алкогольной продукции.	Такого режима нет
Порядок уплаты	<p>Организации, осуществляющие на территории РФ производство алкогольной продукции (за исключением вин, фруктовых вин, игристых вин (шампанских), сидра, пуаре, медовухи, пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, винных напитков, изготавливаемых без добавления ректификованного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртованных виноградного или иного фруктового сусла, и (или) винного дистиллята, и (или) фруктового дистиллята) и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции, обязаны уплачивать в бюджет авансовый платеж акциза по алкогольной и (или) спиртосодержащей продукции.</p> <p>Организации, осуществляющие производство спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции в металлической аэрозольной упаковке и (или) спиртосодержащей продукции бытовой химии в металлической аэрозольной упаковке, от обязанности по уплате авансового платежа акциза освобождаются.</p> <p>В случае использования производителями алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции этилового спирта-сырца, произведенного на территории России, для дальнейшего производства в структуре одной организации ректификованного этилового спирта, в дальнейшем используемого этой же организацией для производства алкогольной и (или) подакцизной</p>	Механизм авансовых платежей не применяется.	Механизм авансовых платежей не применяется.

	<p>спиртосодержащей продукции, авансовый платеж акциза уплачивается до закупки этилового спирта-сырца и (или) до совершения с этиловым спиртом-сырцом операции по его передаче в структуре одной организации.</p> <p>Авансовый платеж акциза уплачивается не позднее 15-го числа текущего налогового периода исходя из общего объема этилового спирта, закупка (передача) которого производителями алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции будет осуществляться в налоговом периоде, следующем за текущим налоговым периодом.</p>		
Сроки уплаты	<p>Уплата акциза при реализации (передаче) налогоплательщиками произведенных ими подакцизных товаров производится исходя из фактической реализации (передачи) указанных товаров за истекший налоговый период не позднее 25-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом.</p> <p>Уплата акциза по денатурированному этиловому спирту налогоплательщиками, имеющими свидетельство о регистрации организации, совершающей операции с денатурированным этиловым спиртом, производится не позднее 25-го числа третьего месяца, следующего за истекшим налоговым периодом.</p> <p>Акциз по маркированным товарам ТС, ввозимым на территорию России с территории государства - члена ТС, перечисляется налогоплательщиком на счет Федерального казначейства не позднее 5-ти дней со дня принятия на учет ввезенных маркированных товаров.</p>	<p>Акциз на продукцию алкогольной отрасли, произведенную и ввезенную на территорию Казахстана, за исключением виноматериала и пива, уплачивается до получения учетно-контрольных марок.</p> <p>Акциз на произведенные на территории Казахстана виноматериалы и пиво подлежит перечислению в бюджет не позднее 20 числа месяца, следующего за отчетным налоговым периодом.</p> <p>При импорте виноматериалов и пива с территории государств, не являющихся членами ТС, акциз уплачивается в порядке, установленном уполномоченным органом по вопросам таможенного дела.</p> <p>При импорте виноматериалов и пива с территории государств - членов ТС, акциз уплачивается не позднее 20-го числа месяца, следующего за месяцем принятия на учет импортированных подакцизных товаров.</p>	<p>Уплата акцизов производится не позднее 22-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом.</p> <p>При этом порядок и сроки уплаты акцизов, взимаемых таможенными органами при ввозе алкогольной продукции на территорию Беларуси, за исключением ввоза с территории государств – членов ТС алкогольной продукции, подлежащей маркировке акцизными марками Беларуси, определяются таможенным законодательством ТС, законами о таможенном регулировании в Беларуси и (или) актами Президента Республики Беларусь.</p> <p>При ввозе на территорию Беларуси с территории государств – членов ТС алкогольной продукции, подлежащей маркировке акцизными марками Беларуси, акцизы уплачиваются до либо одновременно с уведомлением таможенного органа, выдавшего акцизные марки, о поступлении товаров, подлежащих маркировке акцизными марками.</p>
Отчетность	<p>Налоговым периодом уплаты акциза в государствах – участниках ТС является календарный месяц (статья 295 НК РК, статья 124 НК РБ, статья 192 НК РФ).</p>		

	<p>Декларация сдается не позднее 25-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом. Налогоплательщики, имеющие свидетельство о регистрации организации, совершающей операции с денатурированным этиловым спиртом, сдают декларацию не позднее 25-го числа третьего месяца, следующего за отчетным.</p>	<p>Декларация сдается не позднее 15 числа второго месяца, следующего за отчетным налоговым периодом. Налогоплательщики, импортирующие подакцизные товары на территорию Казахстана с территории государств - членов ТС, обязаны представить в налоговый орган по месту нахождения (жительства) декларацию по косвенным налогам по импортированным товарам не позднее 20-го числа месяца, следующего за месяцем принятия на учет импортированных подакцизных товаров.</p>	<p>Декларация сдается не позднее 20-го числа месяца, следующего за истекшим налоговым периодом. При ввозе на территорию Беларуси с территории государств – членов ТС подакцизных товаров, подлежащих маркировке акцизными марками Беларуси расчет акцизов, подлежащих уплате, а также документы, подтверждающие факт уплаты акцизов, представляются таможенному органу одновременно с уведомлением таможенного органа о поступлении товаров, подлежащих маркировке акцизными марками Беларуси.</p>
Акцизные марки	<p>В РФ осуществляется обязательная маркировка федеральными специальными марками и акцизными марками алкогольной продукции, производимой и реализуемой на территории РФ. Алкогольная продукция, за исключением пива и пивных напитков, сидра, пуаре, медовухи, подлежит обязательной маркировке в следующем порядке: - алкогольная продукция, производимая на территории РФ, за исключением алкогольной продукции, поставляемой на экспорт, маркируется федеральными специальными марками. Указанные марки приобретаются организациями, осуществляющими производство такой алкогольной продукции, в государственных органах, уполномоченных Правительством РФ; - алкогольная продукция, ввозимая (импортируемая) в РФ, маркируется акцизными марками. Указанные марки приобретаются в таможенных органах организациями, осуществляющими импорт алкогольной продукции;</p>	<p>Алкогольная продукция, за исключением виноматериала и пива, подлежат маркировке учетно-контрольными марками. Маркировку осуществляют производители и импортеры подакцизных товаров. Не подлежат обязательной маркировке учетно-контрольными марками подакцизные товары: 1) экспортируемые за пределы Казахстана; 2) ввозимые на территорию Казахстана владельцами магазинов беспошлинной торговли, предназначенные для помещения под таможенную процедуру беспошлинной торговли; 3) ввозимые на таможенную территорию ТС в таможенных процедурах временного ввоза (допуска) и временного вывоза, в том числе временно ввозимые на территорию Казахстана с территории государств - членов ТС в рекламных и (или) демонстрационных целях в единичных экземплярах; 4) перемещаемые через таможенную территорию ТС в таможенной процедуре таможенного транзита, в том числе</p>	<p>Алкогольные напитки, ввозимые на таможенную территорию РБ и произведенные в РБ, разлитые в потребительскую тару (упаковку) и предназначенные для оборота на ее территории, подлежат маркировке акцизными марками. Алкогольные напитки, подлежащие маркировке акцизными марками, а также разлитые в потребительскую тару вместимостью до 50 кубических сантиметров включительно, не маркируются специальными знаками. Не подлежат маркировке акцизными марками алкогольные напитки: - разлитые в потребительскую тару (упаковку) вместимостью до 50 кубических сантиметров включительно; - ввозимые организаторами и участниками международных выставок и ярмарок в качестве образцов и экспонатов; - ввозимые и предназначенные для официального использования иностранными дипломатическими</p>

		<p>перемещаемые транзитом через территорию Казахстана из государств - членов ТС;</p> <p>5) ввозимые (пересылаемые) на территорию Казахстана физическим лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, в пределах не более трех литров алкогольной продукции и пива, а также табака и табачных изделий в пределах не более 200 сигарет или 50 сигар (сигарилл) или 250 граммов табака либо указанных изделий в ассортименте общим весом не более 250 граммов.</p> <p>Запрещается ввоз на территорию Казахстана и перемещение по территории Казахстана подакцизной продукции, подлежащей маркировке учетно-контрольными марками, без ее маркировки.</p> <p>Также существует отдельный порядок перемаркировки подакцизных товаров, а также правила получения, учета, хранения и выдачи учетно-контрольных марок и правила оформления, заказа, получения, выдачи, учета, хранения и представления сопроводительных накладных на отдельные виды подакцизных товаров, утверждаемые Правительством РК.</p>	<p>представительствами и консульскими учреждениями, а также приравненными к ним органами и миссиями международных организаций;</p> <p>- ввозимые для собственного потребления дипломатическими агентами, должностными лицами консульских учреждений и приравненными к ним сотрудниками органов и миссий международных организаций, а также членами их семей;</p> <p>- ввозимые и предназначенные для реализации в магазинах беспошлинной торговли;</p> <p>- ввозимые и предназначенные для реализации в вагонах-ресторанах, купе-буфетах, купе-барах поездов, формирующихся за пределами Республики Беларусь, на воздушных, морских и речных судах, выполняющих международные рейсы;</p> <p>- ввозимые в качестве образцов для сертификационных испытаний в необходимых количествах, установленных техническими нормативными правовыми актами;</p> <p>- ввозимые в качестве образцов производителем алкогольной продукции для проведения оценки качества (испытаний) и органолептических показателей планируемых к поставке напитков на основании заключенных договоров в количестве не более 5000 кубических сантиметров в отношении каждого образца;</p> <p>- перевозимые через таможенную территорию РБ транзитом;</p>
--	--	---	---

			<p>- ввозимые физическими лицами в пределах норм, установленных законодательством РБ;</p> <p>- произведенное в РБ шампанское;</p> <p>- оригинальные алкогольные напитки.</p> <p>Алкогольные напитки, предназначенные для реализации за пределы РБ, кроме государств – участников Договора о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве от 26 февраля 1999 года, акцизными марками не маркируются.</p> <p>Алкогольные напитки, предназначенные для вывоза с территории РБ на территорию государств – участников Договора о ТС и ЕЭП от 26 февраля 1999 года, должны быть маркированы их производителем в соответствии с требованиями законодательства страны назначения до момента их отгрузки с места производства.</p>
Маркировка накладных	Такого механизма нет	Такого механизма нет	<p>В качестве мер государственного контроля применяется маркировка контрольными знаками сопроводительных документов установленного образца.</p> <p>Указанные требования не распространяются на ввоз алкогольных напитков, маркированных акцизными марками.</p> <p>Вывоз с таможенной территории РБ на таможенную территорию государств – участников Договора о ТС и ЕЭП алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции и непищевого этилового спирта, перемещение по ее территории, хранение на территории РБ указанных продукции и спирта, предназначенных для вывоза с таможенной территории РБ,</p>

			<p>осуществляются по сопроводительным документам установленного образца, маркированным контрольными знаками в порядке, установленном законодательством РБ.</p> <p>Указанные требования не распространяются на вывоз алкогольных напитков, маркированных их производителем в соответствии с требованиями законодательства страны назначения.</p>
Освобождения	Освобождения от уплаты акцизов при экспорте		
	<p>Особенностью и обязательным условием процедуры освобождения от уплаты акцизов по операциям экспорта в России является применение в качестве обеспечительной меры поручительства банка или банковской гарантии.</p>	Такой механизм не применяется	Такой механизм не применяется
	<p>Подтверждение права на освобождение от уплаты акцизов при вывозе подакцизных товаров с территории одного из государств – члена ТС в другое государство ТС осуществляется в порядке, установленном Протоколом от 11.12.2009 «О порядке взимания косвенных налогов и механизме контроля за их уплатой при экспорте и импорте товаров в Таможенном союзе». При экспорте товаров с территории одного государства - члена Таможенного союза на территорию другого государства - члена Таможенного союза налогоплательщиком применяется освобождение от уплаты акцизов при представлении в налоговый орган документов, предусмотренных пунктом 2 статьи 1 указанного Протокола.</p>		
<p>освобождаются от обложения акцизом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) передача подакцизных товаров одним структурным подразделением организации, не являющимся самостоятельным налогоплательщиком, для производства других подакцизных товаров другому такому же структурному подразделению этой организации, за исключением передачи этилового спирта; 2) реализация подакцизных товаров, помещенных под таможенную процедуру экспорта, за пределы территории России с учетом потерь в пределах норм естественной убыли или ввоз подакцизных товаров в портовую особую экономическую зону с остальной части территории Российской Федерации; 3) первичная реализация (передача) конфискованных, бесхозных, подлежащих обращению в 	<p>освобождаются от обложения акцизом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) спирт этиловый в пределах квот, определяемых уполномоченным государственным органом по контролю за производством и оборотом этилового спирта и алкогольной продукции, отпускаемый: <ul style="list-style-type: none"> - для производства лекарственных средств, изделий медицинского назначения при наличии лицензии на соответствующий вид деятельности; - государственным организациям здравоохранения, уведомившим о начале своей деятельности в установленном порядке; 2) алкогольная продукция (за исключением виноматериала и пива) подлежащая перемаркировке учетно-контрольными или 	<p>освобождаются от обложения акцизом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) подакцизные товары при реализации в магазинах беспошлинной торговли; 2) спирт при его реализации (отпуске) для производства лекарственных средств белорусским организациям, которым разрешено их производство; 3) подакцизные товары конфискованные, бесхозные, подлежащие обращению в государственную собственность, промышленной переработке под контролем уполномоченных органов либо уничтожению, при их реализации (передаче); 4) подакцизные товары, вывезенные в государства – члены ТС, при условии 	

	<p>государственную и муниципальную собственность подакцизных товаров, на промышленную переработку под контролем таможенных и (или) налоговых органов либо уничтожение;</p> <p>4) операции по передаче в структуре одной организации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - произведенного налогоплательщиком этилового спирта для дальнейшего производства спиртосодержащей парфюмерно-косметической продукции в металлической аэрозольной упаковке и (или) спиртосодержащей продукции бытовой химии в металлической аэрозольной упаковке; - ректификованного этилового спирта, произведенного налогоплательщиком из спирта-сырца, подразделению, осуществляющему производство алкогольной и (или) подакцизной спиртосодержащей продукции; - произведенных налогоплательщиком дистиллятов винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового для выдержки и (или) купажирования в целях дальнейшего производства (розлива) этой же организацией алкогольной продукции. 	<p>акцизными марками нового образца, если по указанным товарам акциз был ранее уплачен;</p> <p>3) спиртосодержащая продукция медицинского назначения (кроме бальзамов), зарегистрированная в соответствии с законодательством Республики Казахстан в качестве лекарственного средства.</p> <p>4) при импорте подакцизных товаров в Казахстан:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подакцизные товары, импортируемые физическими лицами по нормам, предусмотренным таможенным законодательством ТС и (или) таможенным законодательством РК; - поврежденные до пропуска их через таможенную границу Таможенного союза и не пригодные к использованию в качестве изделий и материалов; - ввезенные для официального пользования иностранными дипломатическими и приравненными к ним представительствами; - перемещаемые через таможенную границу ТС, освобождаемые на территории Казахстана в рамках таможенных процедур, установленных таможенным законодательством ТС и (или) таможенным законодательством РК, за исключением таможенной процедуры выпуска для внутреннего потребления; - спиртосодержащая продукция медицинского назначения (кроме бальзамов), зарегистрированная в соответствии с законодательством РК. 	<p>подтверждения фактического вывоза. Это не распространяется на товарообменные (бартерным) операциям (кроме вывоза подакцизных товаров в государства – члены ТС).</p> <p>5) при ввозе на территорию РБ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - товары, перемещаемые транзитом; - товары, подлежащие обращению в собственность государства в соответствии с законодательством; - товары, предназначенные для официального пользования дипломатическими представительствами и консульскими учреждениями иностранных государств, представительств и органами международных организаций и межгосударственных образований или для личного пользования дипломатического и (или) административно-технического персонала этих представительств, учреждений и органов, дипломатическая почта и консульская вализа; - иные подакцизные товары в порядке и на условиях, определяемых Президентом Республики.
<p>Государственное регулирование ценообразования</p>	<p>В России с 1 января 2013 года Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка установлена минимальная стоимость водки, коньяка и иных напитков крепостью свыше 28 градусов (Приказ (№372 от 13 декабря 2012 г.).</p>	<p>Минимальные розничные цены на алкогольную продукцию являются мерой государственного регулирования в соответствии с Законом Республики Казахстан от 16 июля 1999 года № 429-І «О государственном регулировании</p>	<p>В Беларуси в качестве государственных мер осуществляется регулирование цен на алкогольную продукцию. Постановлением Минэкономики РБ №87 от 18 октября 2012 года с 25 октября 2012 года были увеличены предельные</p>

	<p>Бутилированная водка объемом 0,5 л крепостью 40 % может продаваться в розничной торговле по цене не ниже 170 рублей. С 219 до 280 рублей увеличена минимальная цена коньяков, со 190 до 205 рублей за бутылку – на бренди и другую алкогольную продукцию, произведенную из винного, виноградного, плодового, коньячного, кальвадосного, вискового дистиллятов. Также определены минимальные закупочные цены для оптовиков и торговых сетей. В частности, производители могут поставлять бутилированную водку объемом 0,5 по цене не ниже 132 рублей, оптовики перепродавать предприятиям розничной торговли – по цене 138 рублей.</p>	<p>производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции».</p> <p>МРЦ на алкогольную продукцию установлены Постановлением Правительства Республики Казахстан от 23 октября 1999 года № 1592 «Об установлении минимальных цен на алкогольную продукцию» (действует в редакции Постановления Правительства Республики Казахстан от 9 июня 2012 года № 771 «О внесении изменения в постановление Правительства Республики Казахстан от 23 октября 1999 года № 1592 «Об установлении минимальных цен на алкогольную продукцию»).</p> <p>МРЦ на водки, водки особые, крепкие ликеро-водочные изделия и прочие крепкоалкогольные напитки установлены в размере 640 тенге за литр.</p> <p>Порядок расчета МРЦ регулируется Приказом Председателя Комитета по государственному контролю над производством и оборотом алкогольной продукции Министерства государственных доходов Республики Казахстан от 18 ноября 1999 года № 264 Об утверждении Инструкции расчета минимальной цены на алкогольную продукцию.</p> <p>Указанная Инструкция определяет статьи расходов при производстве алкогольной продукции и разработана для руководства при определении уполномоченным органом минимальных цен на алкогольную продукцию отечественного производства. Состав и классификация затрат, используемых для расчета минимальной цены на алкогольную продукцию определяется согласно главе 2 указанной Инструкции.</p>	<p>минимальные цены на алкогольную продукцию крепостью свыше 28% и на спирт этиловый. Предельная минимальная отпускная цена (без НДС) на алкоголь крепостью 40% за 0,5 литра (со стоимостью потребительской тары) увеличена на 51,4% до 21,5 тыс. белорусских рублей. При этом розничная цена (с НДС) увеличена на 51% до 29,6 тыс. Предельная минимальная отпускная цена на импортные алкогольные напитки крепостью 40%, реализуемые на территории Беларуси, составит 43 тыс. белорусских рублей (на 51,4% больше). Кроме того, увеличена предельная минимальная отпускная цена на этиловый спирт. Цена на спирт- сырец этиловый из пищевого сырья, отпущенный организациям Беларуси для производства спирта этилового ректифицированного, с нулевой ставкой акциза, составляет 90 тыс. белорусских рублей (без НДС) за 1 дал безводного спирта. Цена на этиловый ректифицированный спирт, отпущенный организациям для производства алкогольной продукции, уксуса и слабоалкогольных напитков, с нулевой ставкой акциза, составляет 120 тыс. белорусских рублей за 1 дал безводного спирта. Цена на спирт этиловый ректифицированный из пищевого сырья (с учетом акциза) составляет 336,2 тыс. белорусских рублей за 1 дал безводного спирта.</p> <p>Цены на оригинальные алкогольные напитки устанавливаются Министерством экономики Республики Беларусь по представлению юридического лица, осуществляющего их производство.</p>
--	--	---	---

	Бюджет		
Получатель платежей	При давальческой схеме производства подакцизного сырья акциз уплачивает производитель, а собственник оплачивает указанных акциз производителю в составе стоимости услуг по переработке		
Дата возникновения объекта	<p>дата реализации (передачи) или получения подакцизных товаров определяется следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> - В общем случае дата реализации (передачи) подакцизных товаров определяется как день отгрузки (передачи) соответствующих подакцизных товаров, в том числе структурному подразделению организации, осуществляющему их розничную реализацию. - При передаче на территории России лицами произведенных ими из давальческого сырья подакцизных товаров собственнику указанного сырья либо другим лицам, в том числе при получении указанных подакцизных товаров в собственность в счет оплаты давальческих услуг датой передачи признается дата подписания акта приема-передачи подакцизных товаров. - При обнаружении недостачи подакцизных товаров дата их реализации (передачи) определяется как день обнаружения недостачи (за исключением случаев недостачи в пределах норм естественной убыли, утвержденных уполномоченным федеральным органом исполнительной власти). - При получении (оприходовании) денатурированного этилового спирта датой получения денатурированного этилового спирта признается день получения (оприходования) организацией, имеющей свидетельство на производство неспиртосодержащей продукции, денатурированного этилового спирта. 	<ul style="list-style-type: none"> - В общем случае датой совершения операции является день отгрузки (передачи) подакцизных товаров получателю. - В случае реализации производителем произведенных им подакцизных товаров через сеть своих структурных подразделений датой совершения операции является день отгрузки товаров структурным подразделениям. - При передаче подакцизных товаров, являющихся давальческим сырьем, датой совершения операции является день передачи указанных товаров подрядчику (переработчику). - При изготовлении подакцизных товаров из давальческого сырья датой совершения операции является день передачи изготовленных подакцизных товаров заказчику или лицу, указанному заказчиком¹⁰³. - При использовании подакцизных товаров для собственных производственных нужд и собственного производства подакцизных товаров датой совершения операции является день передачи указанных товаров для такого использования. 	<p>момент фактической реализации (передачи) подакцизных товаров определяется следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> - В общем случае момент фактической реализации (передачи) подакцизных товаров определяется как приходящийся на налоговый период день отгрузки (передачи) (в том числе структурному подразделению плательщика) подакцизных товаров¹⁰⁴. - При безвозмездной передаче подакцизных товаров, передаче (реализации) подакцизных товаров плательщиком своим работникам, обмене с участием подакцизных товаров, передаче подакцизных товаров по соглашению о предоставлении отступного или новации момент фактической реализации подакцизных товаров определяется как приходящийся на налоговый период соответственно день такой передачи, обмена. - Момент фактической реализации подакцизных товаров, произведенных из давальческого сырья, определяется как приходящийся на налоговый период день их отгрузки (передачи).

¹⁰³ Срок переработки давальческого сырья, являющегося подакцизным, вывезенного с территории Республики Казахстан на территорию государства – члена ТС, а также ввезенного на территорию Республики Казахстан с территории государств - членов ТС не может превышать два года с даты принятия на учет и (или) отгрузки давальческого сырья.

¹⁰⁴ Днем отгрузки подакцизных товаров признается дата их отпуска со склада. Днем отгрузки подакцизных товаров на основе посреднических договоров признается дата отгрузки подакцизных товаров их собственником, правообладателем комиссионеру (поверенному) либо дата отгрузки подакцизных товаров комиссионером (поверенным) покупателю.

		<ul style="list-style-type: none"> - При перемещении подакцизных товаров, осуществляемом производителем с адреса производства, датой совершения операции является день перемещения подакцизных товаров с указанного в лицензии адреса производства. - В случае порчи подакцизной продукции, учетно-контрольных марок датой совершения операции является день составления акта о списании испорченной подакцизной продукции (учетно-контрольных марок) или день принятия решения о ее дальнейшем использовании в производственном процессе. В случае утраты подакцизных товаров, учетно-контрольных марок датой совершения операции является день, когда произошла утрата подакцизных товаров, учетно-контрольных марок. - При импорте подакцизных товаров на территорию Казахстана с территории другого государства - члена ТС датой совершения операции является дата принятия налогоплательщиком на учет импортированных подакцизных товаров. 	<ul style="list-style-type: none"> - При использовании подакцизных товаров для собственных нужд момент фактической реализации определяется как приходящаяся на налоговый период дата составления первичного учетного документа или при отсутствии первичного учетного документа иного документа, подтверждающего использование подакцизных товаров для собственных нужд, включая отпуск в производство товаров (работ, услуг) и прочее выбытие. - При использовании подакцизных товаров для производства неподакцизных товаров момент фактической реализации определяется как приходящийся на налоговый период день передачи в производство таких подакцизных товаров.
Налоговые вычеты	<p>В России при исчислении суммы акциза на спиртосодержащую и алкогольную продукцию (за исключением вин, фруктовых вин, игристых вин, сидра, пуаре, медовухи, пива и пивных напитков, винных напитков, изготавливаемых без добавления ректифицированного этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, спиртованного сусла, винного дистиллята, фруктового дистиллята) налоговые вычеты производятся в пределах суммы акциза, исчисленной по подакцизным товарам, использованным в качестве сырья, произведенным на территории России, исходя из объема использованных товаров (в литрах безводного этилового спирта) и ставки акциза, установленной в отношении этилового спирта, реализуемого организациям, уплачивающим авансовый платеж акциза.</p>	<p>Отрицательная разница между суммами акцизов, уплаченными при приобретении (ввозе) подакцизных товаров, использованных для производства других подакцизных товаров, и суммами акцизов по реализованным произведенным подакцизным товарам не подлежит зачету (возврату) из бюджета</p>	

	<p>В случае использования в качестве сырья при производстве алкогольной и подакцизной спиртосодержащей продукции подакцизных товаров, ввезенных на территорию России, налоговые вычеты производятся в пределах суммы акциза, исчисленной исходя из объема использованных товаров (в литрах безводного этилового спирта) и ставки акциза, установленной в отношении этилового спирта, реализуемого организациям, не уплачивающим авансовый платеж акциза.</p>		
		<p>не подлежат вычету суммы акциза на все виды спирта.</p>	<p>не подлежат вычету (возврату) суммы акцизов, уплаченные при приобретении (ввозе на территорию Республики Беларусь) подакцизных товаров:</p> <ul style="list-style-type: none"> - включенные в затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав, учитываемые при налогообложении, либо отнесенные на увеличение стоимости приобретенных (ввезенных) подакцизных товаров, - уплаченные по подакцизным товарам, переданным плательщиком своим обособленным подразделениям, исполняющим его налоговые обязательства, для производства подакцизных товаров, - уплаченные по подакцизным товарам, переданным участником договора простого товарищества в качестве вклада в общее дело, а также уплаченные участником договора простого товарищества, осуществляющим ведение общих дел, при разделе подакцизных товаров, находившихся в общей собственности участников договора простого товарищества, - не указанные в первичных учетных и (или) расчетных документах.

Налоговая база	По подакцизной продукции алкогольной отрасли налоговая база определяется как объем (количество) произведенных, реализованных подакцизных товаров в натуральном выражении. Исчисление суммы акциза производится путем применения установленной ставки акциза к налоговой базе.
----------------	---

Приложение 4. Ограничения по рекламе пива в странах ОЭСР и СНГ

	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>	<i>СМИ</i>	<i>Рекламные щиты</i>	<i>Кино</i>	<i>Интернет</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на рекламе</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на упаковке</i>
Австралия	да	да	да	да	добровольно	добровольно	нет	нет
Новая Зеландия	частично	нет	нет	нет	нет	нет	нет	частично
Южная Корея	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да
Канада	нет	нет	нет	нет	частично	частично	нет	да
США	добровольно	добровольно	добровольно	частично	нет	частично	нет	да
Финляндия	частично	частично	частично	частично	частично	частично	нет	да
Швеция	нет	запрещено	частично	запрещено	запрещено	частично	да	да
Норвегия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	да	да
Великобритания	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	частично	да	да
Исландия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	нет	нет	частично
Япония	добровольно	нет	добровольно	нет	нет	добровольно	да	н/д
Чехия	частично	нет	нет	частично	частично	частично	нет	да
Венгрия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	да	частично
Польша	частично	частично	частично	частично	частично	частично	нет	да
Словакия	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да
Бельгия	да	да	да	нет	нет	нет	да	н/д
Дания	запрещено	запрещено	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	нет	да
Франция	запрещено	частично	частично	запрещено	запрещено	частично	нет	да
Германия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	нет	да
Ирландия	частично	частично	частично	частично	добровольно	добровольно	нет	н/д
Италия	частично	частично	частично	частично	частично	частично	нет	частично
Нидерланды	частично	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	нет	да
Португалия	частично	частично	нет	нет	нет	нет	да	да
Испания	частично	частично	частично	частично	частично	частично	нет	да
Швейцария	запрещено	запрещено	частично	частично	нет	нет	нет	да
Украина	запрещено	запрещено	частично	запрещено	частично	нет	да	да
Россия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	нет	да	да
Белоруссия	нет	нет	нет	нет	частично	нет	нет	да

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>	<i>СМИ</i>	<i>Рекламные щиты</i>	<i>Кино</i>	<i>Интернет</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на рекламе</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на упаковке</i>
Австрия	частично	частично	частично	частично	нет	нет	нет	н/д
Греция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Казахстан	нет	нет	нет	нет	нет	нет	да	да

Источник: WHO Alcohol Policy Report, 2011

Приложение 5. Ограничения по рекламе вина в странах ОЭСР и СНГ

	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>	<i>СМИ</i>	<i>Рекламные щиты</i>	<i>Кино</i>	<i>Интернет</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на рекламе</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на упаковке</i>
Австралия	да	да	да	да	добровольно	добровольно	нет	нет
Канада	нет	нет	нет	нет	частично	частично	нет	нет
Новая Зеландия	частично	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Финляндия	частично	частично	частично	частично	запрещено	запрещено	нет	нет
США	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	частично	нет	нет
Швеция	нет	запрещено	частично	запрещено	запрещено	частично	да	да
Великобритания	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	частично	да	да
Норвегия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	да	да
Южная Корея	н/д	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Япония	добровольно	нет	добровольно	нет	нет	добровольно	да	да
Чехия	частично	нет	нет	частично	частично	частично	нет	нет
Венгрия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	да	нет
Польша	запрещено	частично	частично	запрещено	запрещено	запрещено	нет	нет
Словакия	запрещено	нет	нет	частично	частично	нет	нет	нет
Бельгия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	нет	нет	да	да
Дания	запрещено	запрещено	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	нет	нет
Франция	запрещено	частично	частично	запрещено	запрещено	частично	нет	нет
Германия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	нет	нет
Ирландия	частично	частично	частично	частично	добровольно	добровольно	нет	нет
Италия	добровольно	частично	частично	добровольно	частично	частично	нет	нет
Нидерланды	частично	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	нет	нет
Португалия	частично	частично	нет	нет	нет	нет	да	да
Испания	частично	частично	частично	частично	частично	частично	нет	нет
Швейцария	запрещено	запрещено	частично	частично	нет	нет	нет	нет
Украина	запрещено	запрещено	частично	запрещено	запрещено	нет	да	да
Россия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	нет	да	да

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>	<i>СМИ</i>	<i>Рекламные щиты</i>	<i>Кино</i>	<i>Интернет</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на рекламе</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на упаковке</i>
Белоруссия	запрещено	нет	нет	запрещено	запрещено	нет	нет	нет
Австрия	частично	частично	частично	частично	нет	нет	нет	нет
Греция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Казахстан	частично	нет	нет	нет	нет	нет	да	да

Источник: WHO Alcohol Policy Report, 2011

Приложение 6. Ограничения по рекламе крепкого алкоголя в странах ОЭСР и СНГ

	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>	<i>СМИ</i>	<i>Рекламные щиты</i>	<i>Кино</i>	<i>Интернет</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на рекламе</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на упаковке</i>
Австралия	да	да	да	да	добровольно	добровольно	нет	нет
Новая Зеландия	частично	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Канада	нет	нет	нет	нет	частично	частично	нет	нет
США	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	частично	нет	нет
Финляндия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	частично	нет	нет
Норвегия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	да	да
Швеция	нет	запрещено	частично	запрещено	запрещено	частично	да	да
Великобритания	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	частично	да	да
Исландия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	нет	нет	нет
Южная Корея	запрещено	запрещено	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Япония	добровольно	нет	добровольно	нет	нет	добровольно	да	да
Чехия	частично	нет	нет	частично	частично	частично	нет	нет
Венгрия	запрещено	запрещено	добровольно	добровольно	частично	частично	да	нет
Польша	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	нет	нет
Словакия	запрещено	запрещено	частично	частично	частично	нет	нет	нет
Бельгия	частично	частично	частично	частично	нет	нет	да	да
Дания	запрещено	запрещено	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	нет	нет
Франция	запрещено	частично	частично	запрещено	запрещено	частично	нет	нет
Германия	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	частично	нет	нет
Ирландия	частично	частично	частично	частично	добровольно	добровольно	нет	нет
Италия	частично	частично	частично	частично	частично	частично	нет	нет
Нидерланды	частично	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	частично	нет	нет
Португалия	частично	частично	нет	нет	нет	нет	да	да
Испания	запрещено	частично	частично	частично	частично	частично	нет	нет
Швейцария	запрещено	запрещено	частично	частично	нет	нет	нет	нет
Украина	запрещено	запрещено	частично	запрещено	частично	нет	да	да
Белоруссия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	нет	нет	нет

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

	<i>ТВ</i>	<i>Радио</i>	<i>СМИ</i>	<i>Рекламные щиты</i>	<i>Кино</i>	<i>Интернет</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на рекламе</i>	<i>Предупреждение о вреде здоровья на упаковке</i>
Россия	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	частично	нет	да	да
Австрия	частично	частично	частично	частично	нет	нет	нет	нет
Греция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Казахстан	частично	частично	нет	нет	нет	нет	да	да

Источник: WHO Alcohol Policy Report, 2011

Приложение 7. Ограничения в области спонсорства и проведения мероприятий по продвижению алкогольных напитков производителями пива, вина и алкоголя в странах ОЭСР и СНГ

Источник: WHO Alcohol Policy Report, 2011

Страна	Ограничения в области спонсорства и проведения мероприятий по продвижению напитков			Спонсорство спортивных мероприятий			Спонсорство молодежных мероприятий		
	Пиво	Вино	Алкоголь	Пиво	Вино	Алкоголь	Пиво	Вино	Алкоголь
Австралия	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Южная Корея	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Новая Зеландия	частично	частично	частично	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Канада	да	да	да	нет	нет	нет	частично	частично	частично
США	да	да	да	нет	нет	нет	добровольно	добровольно	добровольно
Финляндия	да	да	да	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено
Норвегия	да	да	да	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено
Швеция	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Великобритания	да	да	да	нет	нет	нет	добровольно	добровольно	добровольно
Исландия	частично	частично	частично	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно
Япония	н\д	н\д	н\д	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Чехия	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Венгрия	частично	частично	частично	да	да	да	да	да	да
Польша	да	да	да	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено
Словакия	да	да	да	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено
Бельгия	н\д	н\д	н\д	да	да	да	да	да	да
Дания	да	да	да	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно
Франция	да	да	да	частично	частично	частично	запрещено	запрещено	запрещено
Германия	да	да	да	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно
Ирландия	н\д	н\д	н\д	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Италия	частично	частично	частично	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно	добровольно
Нидерланды	да	да	да	да	да	да	да	да	да
Португалия	да	да	да	частично	частично	частично	нет	нет	нет

Исследование акцизной нагрузки на отдельные категории алкогольных продуктов (вино, пиво, крепкий алкоголь) в разных странах мира

Испания	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Швейцария	да	да	да	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено
Украина	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Белоруссия	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Россия	да	да	да	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено	запрещено
Австрия	н/д	н/д	н/д	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Греция	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет	нет
Казахстан	да	да	да	нет	нет	нет	нет	нет	нет