



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА  
КОНТРОЛЬНО-ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ О СОСТОЯНИИ КОНКУРЕНЦИИ НА  
ОПТОВЫХ РЫНКАХ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЗА 2019-2020 ГОДЫ**



## ОГЛАВЛЕНИЕ

I. Общие положения.....	3
II. Временной интервал исследования .....	4
III. Продуктовые границы товарных рынков .....	4
IV. Географические границы товарных рынков .....	11
V. Состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарных рынках...	12
VI. Объем товарных рынков и доли хозяйствующих субъектов .....	13
1. Оптовый рынок пива и пивных напитков .....	13
2. Оптовый рынок водки .....	14
3. Оптовый рынок виноградных вин.....	14
4. Оптовый рынок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно .....	15
(кроме пива, пивных напитков и виноградных вин). .....	15
5. Оптовый рынок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки).....	16
VII. Уровни концентрации товарных рынков .....	16
VIII. Барьеры входа на рынки .....	18
Экономические барьеры:.....	19
Административные барьеры:.....	22
IX. Оценка состояния конкуренции на товарных рынках .....	26
Предложения.....	28

## I. Общие положения

Федеральная антимонопольная служба в рамках реализации своих полномочий, на основании приказов ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке», от 29.10.2020 № 1051/20 «О плане работы ФАС России по анализу состояния конкуренции на товарных рынках на 2021-2022 годы» (далее – приказ ФАС России № 1051/20) провела анализ состояния конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции в Российской Федерации.

Анализ проводился Контрольно-финансовым управлением ФАС России (далее – Управление) самостоятельно.

Целью исследования являлся анализ и оценка состояния конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции в Российской Федерации и выявление хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение.

Анализ и оценка состояния конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции и установление доминирующего положения хозяйствующих субъектов (далее – **аналитическое исследование**) проводилось Управлением в соответствии со следующими нормативно-правовыми актами:

- Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции);

- приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» (далее - Порядок);

- приказом ФАС России от 25.05.2012 № 345 «Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по установлению доминирующего положения хозяйствующего субъекта при рассмотрении заявлений, материалов, дел о нарушении антимонопольного законодательства и при осуществлении государственного контроля за экономической концентрацией».

При подготовке аналитического исследования согласно пункту 1.5 Порядка

в качестве источников исходной информации о товарных рынках использовались сведения, полученные по запросу ФАС России от:

- Федеральной службы по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование);

- Федеральной налоговой службы (ФНС России);

- хозяйствующих субъектов, действующих на оптовых рынках алкогольной продукции.

## II. Временной интервал исследования

В соответствии с пунктом 2.1 Порядка временной интервал аналитического исследования определен исходя из цели анализа. Согласно пункту 2.2 Порядка с целью всестороннего и полного изучения особенностей и сложившихся характеристик рассматриваемых товарных рынков проводится ретроспективное аналитическое исследование.

Предыдущее исследование ФАС России о состоянии конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции проводилось за период с 01.01.2017 по 31.12.2017 и с 01.01.2018 по 31.12.2018.

С учетом изложенного, а также учитывая цели проведения аналитического исследования анализируемым временным интервалом исследования оптовых рынков алкогольной продукции был определен период в два календарных года: с **01.01.2019 по 31.12.2019** и с **01.01.2020 по 31.12.2020** (далее – исследуемый период времени).

## III. Продуктовые границы товарных рынков

В соответствии с подпунктами «в», «г» пункта 3.4 Порядка предварительное определение товара в аналитическом исследовании проводилось на основе:

- Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», регулирующего производство и оборот алкогольной продукции в Российской Федерации (далее – Федеральный закон № 171-ФЗ);

- общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОК 034-2014 (КПЕС 2008)), утвержденного приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст;

- классификации товаров в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (далее - ТН ВЭД), утвержденной Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54.

**Предварительно продуктовые границы рынка** в соответствии с пунктом 3.4 Порядка необходимо определить, как **алкогольная продукция**.

Правовые основы производства и оборота алкогольной продукции в Российской Федерации установлены Федеральным законом № 171-ФЗ.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона № 171-ФЗ алкогольная продукция – это пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации (распоряжение Правительства

Российской Федерации от 29.12.2020 № 3650-р).

Алкогoльная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогoльная продукция, плодовые алкогoльные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно вышеуказанному общероссийскому классификатору продукции алкогoльная продукция относится к классу 11 «Напитки»:

11.01.10.110 - Водки;

11.01.10.111 - Водка

Эта группировка не включает:

- водку с защищенным наименованием места происхождения;

- водку особую;

- водку особую с защищенным наименованием места происхождения;

11.01.10.112 - Водка с защищенным наименованием места происхождения;

11.01.10.113 - Водка особая;

11.01.10.114 - Водка особая с защищенным наименованием места происхождения;

11.01.10.120 - Водки виноградные;

11.01.10.121 - Водка виноградная

Эта группировка не включает:

- водку виноградную с защищенным географическим указанием;

- водку виноградную с защищенным наименованием места происхождения;

11.01.10.122 - Водка виноградная с защищенным географическим указанием;

11.01.10.123 - Водка виноградная с защищенным наименованием места происхождения;

11.01.10.130 - Водки фруктовые (плодовые);

11.01.10.140 - Коньяки;

11.01.10.142 - Коньяк с защищенным географическим указанием;

11.01.10.143 - Коньяк с защищенным наименованием места происхождения;

11.01.10.144 - Коньяк коллекционный;

11.01.10.145 - Коньяк особый;

11.01.10.150 - Кальвадосы Российские;

11.01.10.160 - Бренди;

11.01.10.170 - Ромы;

11.01.10.180 - Виски;

11.01.10.210 - Ликероводочные изделия с содержанием этилового спирта до 25% включительно;

11.01.10.211 - Наливки крепостью до 25% включительно;

- 11.01.10.212 - Настойки крепостью до 25% включительно;
- 11.01.10.213 - Бальзамы крепостью до 25% включительно;
- 11.01.10.214 - Ликеры крепостью до 25% включительно;
- 11.01.10.219 - Ликероводочные изделия крепостью до 25% включительно прочие;
- 11.01.10.220 - Ликероводочные изделия с содержанием этилового спирта свыше 25%;
- 11.01.10.221 - Наливки крепостью свыше 25%;
- 11.01.10.222 - Настойки крепостью свыше 25%;
- 11.01.10.223 - Бальзамы крепостью свыше 25%;
- 11.01.10.224 - Ликеры крепостью свыше 25%;
- 11.01.10.225 - Джинны крепостью свыше 25%;
- 11.01.10.229 - Ликероводочные изделия с содержанием этилового спирта свыше 25% прочие;
- 11.01.10.400 - Слабоалкогольная продукция;
- 11.02 - Вина виноградные;
- 11.02.1 - Вина виноградные, в том числе из свежего винограда; сусло виноградное;
- 11.02.11 - Вина игристые и газированные, в том числе из свежего винограда;
- 11.02.11.110 - Вина игристые;
- 11.02.11.111 - Вино игристое (в том числе жемчужное);
- 11.02.11.112 - Вино игристое (в том числе жемчужное) с защищенным географическим указанием;
- 11.02.11.113 - Вино игристое (в том числе жемчужное) с защищенным наименованием места происхождения;
- 11.02.11.114 - Вино игристое (шампанское);
- 11.02.11.115 - Вино игристое (шампанское) с защищенным географическим указанием;
- 11.02.11.116 - Вино игристое (шампанское) с защищенным наименованием места происхождения;
- 11.02.11.119 - Вина игристые прочие
  - Эта группировка включает:
    - вино игристое (в том числе жемчужное), не включенное в другие группировки;
    - вино игристое (шампанское), не включенное в другие группировки;
- 11.02.12.110 - Вина;
- 11.02.12.111 - Вино столовое;
- 11.02.12.112 - Вино с защищенным географическим указанием;
- 11.02.12.113 - Вино с защищенным наименованием места происхождения;
- 11.02.12.119 - Вина прочие
  - Эта группировка включает:
    - вино, не включенное в другие группировки;

- 11.02.12.120 - Вина ликерные  
Эта группировка включает:  
- ликерные вина;
- 11.02.12.122 - Вино ликерное с защищенным географическим указанием  
Эта группировка включает:  
- ликерное вино с защищенным географическим указанием;
- 11.02.12.123 - Вино ликерное с защищенным наименованием места происхождения  
Эта группировка включает:  
- ликерное вино с защищенным наименованием места происхождения;
- 11.02.12.124 - Вино ликерное (специальное) с защищенным географическим указанием  
Эта группировка включает:  
- ликерное вино с защищенным географическим указанием (специальное вино);
- 11.02.12.125 - Вино ликерное (специальное) с защищенным наименованием места происхождения  
Эта группировка включает:  
- ликерное вино с защищенным наименованием места происхождения (специальное вино);
- 11.03.10.110 - Вина фруктовые (плодовые);
- 11.03.10.111 - Вино фруктовое (плодовое) ликерное  
Эта группировка включает:  
- ликерное вино с содержанием этилового спирта от 15% до 22% объема готовой продукции, произведенное в результате полного или неполного брожения целых или дробленых фруктов либо фруктового сусла с добавлением или без добавления концентрированного фруктового сусла, ректифицированного концентрированного фруктового сусла, с добавлением фруктового дистиллята;
- 11.03.10.119 - Вина фруктовые (плодовые) прочие;
- 11.03.10.121 - Винные напитки фруктовые (плодовые), произведенные без добавления этилового спирта;
- 11.03.10.122 - Винные напитки фруктовые (плодовые), произведенные с добавлением этилового спирта;
- 11.03.10.211 - Сидры;
- 11.03.10.212 - Пуаре;
- 11.03.10.213 - Медовуха;
- 11.05.10.120 - Пиво крепостью от 0,5% до 8,6% включительно;
- 11.05.10.130 - Пиво крепостью свыше 8,6%.
- Согласно классификации товаров ТН ВЭД каждому виду алкогольной продукции присвоен определенный код:
- ТН ВЭД – 2203 «Пиво солодовое»;
  - ТН ВЭД – 2204 «Вина виноградные натуральные, включая крепленые»;

сусло виноградное, кроме указанного в товарной позиции 2009»;

- ТН ВЭД – 2205 «Вермуты и виноградные натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ»;

- ТН ВЭД – 2206 «Напитки прочие сброженные (например, сидр, сидр грушевый, напиток медовый, сакэ); смеси из сброженных напитков и смеси сброженных напитков и безалкогольных напитков, в другом месте не поименованные или не включенные»;

- ТН ВЭД – 2208 «Спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об. %; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки».

**В соответствии с применяемым Росалкогольрегулированием классификатором видов продукции каждому виду алкогольной продукции присвоен код вида продукции (далее – Код вида алкогольной продукции):**

- код 200 – водка;

- код 211 – ликероводочные изделия с содержанием этилового спирта до 25% включительно;

- код 212 – ликероводочные изделия с содержанием этилового спирта свыше 25%;

- код 229 – коньяк и арманьяк, реализуемые в бутылках;

- код 230 – коньяки, реализуемые в бутылках;

- код 231 – коньяки обработанные, предназначенные для отгрузки с целью розлива на других предприятиях или промпереработки;

- код 232 – бренди;

- код 233 – коньяк с защищенным географическим указанием;

- код 234 – коньяк с защищенным наименованием места происхождения;

- код 235 – коньяк коллекционный;

- код 236 – ромы;

- код 237 – виски;

- код 238 – напитки коньячные с содержанием этилового спирта до 25% включительно;

- код 239 – напитки коньячные с содержанием этилового спирта свыше 25%;

- код 241 – напитки коньячные, бренди с содержанием этилового спирта до 25% включительно;

- код 242 – напитки коньячные, бренди с содержанием этилового спирта свыше 25%;

- код 250 – напитки винные с содержанием этилового спирта до 25% включительно;

- код 251 – напитки винные с содержанием этилового спирта свыше 25%;

- код 252 – кальвадос;

- код 260 – слабоалкогольная продукция;

- код 261 – сидр;

- код 262 – пуаре;



- код 263 – медовуха (медовые напитки);
- код 270 – другие спиртные напитки с содержанием этилового спирта до 25% включительно;
- код 280 – другие спиртные напитки с содержанием этилового спирта свыше 25%;
- код 400 – вина натуральные;
- код 401 – вино (виноградное);
- код 402 – вино с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения;
- код 403 – вино (виноградное столовое);
- код 404 – вино с защищенным географическим указанием;
- код 405 – вино с защищенным наименованием места происхождения;
- код 406 – вино коллекционное виноградное;
- код 410 – вина (за исключением натуральных, игристых и шампанских);
- код 411 – ликерное вино;
- код 412 – ликерное вино с защищенным географическим указанием;
- код 413 – ликерное вино с защищенным наименованием места происхождения;
- код 414 – вино (столовое) с защищенным географическим указанием;
- код 415 – вино (столовое) с защищенным наименованием места происхождения;
- код 416 – вино (столовое) коллекционное;
- код 420 – вина плодовые;
- код 421 – фруктовое (плодовое) вино;
- код 422 – вино коллекционное фруктовое;
- код 430 – вино специальное с защищенным географическим указанием;
- код 431 – вино специальное с защищенным наименованием места происхождения;
- код 432 – вино ароматизированное виноградное;
- код 440 – вина игристые;
- код 441 – вина игристые с защищенным географическим указанием;
- код 442 – вина игристые с защищенным наименованием места происхождения;
- код 443 – вина игристые коллекционные;
- код 450 – вина шампанские;
- код 451 – вина шампанские с защищенным географическим указанием;
- код 452 – вина шампанские с защищенным наименованием места происхождения;
- код 453 – вина шампанские коллекционные;
- код 460 – другие вина;
- код 461 – винный напиток, произведенный без добавления этилового спирта;
- код 462 – винный напиток, произведенный с добавлением этилового спирта;

- код 500 – пиво с содержанием объемной доли этилового спирта свыше 0,5% и до 8,6% включительно;
- код 510 – пиво с содержанием объемной доли этилового спирта свыше 8,6%;
- код 520 – напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с пунктом 3.5 Порядка произведен следующий **анализ свойств товара**, определяющих выбор покупателя.

Алкогольная продукция производится исключительно из пищевого сырья и в готовом виде содержит этиловый спирт.

Содержание этилового спирта в готовой алкогольной продукции обусловлено следующими производственными процессами:

- изготовление продукции на основе этилового спирта, произведенного из пищевого сырья;
- использование при изготовлении продукции этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции;
- изготовление продукции путем полного или частичного сбраживания ягод, фруктов, сусл, восстановленного сока.

Классификационными признаками алкогольных напитков также являются применяемое вспомогательное сырье (например, набор пряностей, ароматических растений, иного плодового и растительного сырья, продуктов их переработки, ароматических и вкусовых добавок) или специфические технологические приемы (например, выдержка в дубовых бочках, бутах).

В зависимости от наличия и продолжительности выдержки все алкогольные напитки можно подразделить на три группы: без выдержки; с кратковременной выдержкой – от 1 до 3 мес.; с длительной выдержкой – от 6 месяцев до 10 лет и более.

Кроме того, алкогольная продукция может быть произведена с насыщением или без насыщения двуокисью углерода.

В соответствии с пунктом 3.7 Порядка **об определении взаимозаменяемости товаров** функциональное назначение, применение, качественные и технические характеристики, условия реализации алкогольной продукции позволяют определить **алкогольную продукцию как товар, не имеющий заменителей**.

В целях определения продуктовых границ оптовых рынков алкогольной продукции в 2019 году ФАС России был проведен опрос производителей и импортеров алкогольной продукции, по итогам которого установлено, что ввиду существенных различий технологии производства, органолептических показателей и практики потребления различных видов алкогольной продукции продуктовые границы оптовых рынков алкогольной продукции, целесообразно определить, как **совокупность обособленных субрынков**.

Таким образом, продуктовые границы оптовых рынков алкогольной продукции в рассматриваемом периоде соответствуют ранее определенным продуктовым границам в аналитических исследованиях ФАС России о состоянии конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции за 2014-

2015 годы<sup>1</sup> и за 2017-2018 годы<sup>2</sup> (Таблица 1).

**Таблица 1. Продуктовые границы оптовых рынков алкогольной продукции**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование Субрынков</b>	<b>Код вида алкогольной продукции</b>
1.	Оптовый рынок пива и пивных напитков	500, 510, 520
2.	Оптовый рынок водки	200
3.	Оптовый рынок виноградных вин	400 - 406, 414 - 416, 430 - 432, 440 - 443, 450 - 453
4.	Оптовый рынок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин)	211, 238, 241, 250, 260 - 263, 270, 410 - 413, 420 - 422, 460 - 462
5.	Оптовый рынок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки)	212, 229, 230, 232 - 237, 239, 242, 251, 252, 280

#### **IV. Географические границы товарных рынков**

В соответствии с пунктом 4.5 Порядка на основе метода установления фактических районов продаж географическими границами оптовых рынков алкогольной продукции определена территория приобретения оптовыми покупателями продукции у производителей/импортеров.

Согласно статье 14 Федерального закона № 171-ФЗ организации, осуществляющие производство и (или) оборот алкогольной продукции, обязаны осуществлять учет объема их производства и (или) оборота.

Под производством продукции понимается производство продукции в целях ее продажи и получения прибыли, а также для собственных нужд.

Под оборотом понимается закупка (в том числе импорт), поставки (в том числе экспорт), хранение, перевозки и розничная продажа, на которые распространяется действие Федерального закона № 171-ФЗ.

Объем производства и оборота алкогольной продукции фиксируется в единой государственной автоматизированной информационной системе (далее – ЕГАИС).

В результате анализа данных, содержащихся в ЕГАИС, установлено, что сфера деятельности компаний, осуществляющих производство/импорт алкогольной продукции распространяется на всю территорию Российской Федерации и за ее пределы (экспорт).

Регионы расположения оптовых приобретателей алкогольной

<sup>1</sup> Аналитический отчет о состоянии конкуренции на рынках алкогольной продукции за 2014-2015 гг. // URL: <https://fas.gov.ru/documents/561936>.

<sup>2</sup> Аналитический отчет о состоянии конкуренции на рынках алкогольной продукции за 2017-2018 гг. // URL: <https://fas.gov.ru/documents/686801>.

продукции также распространяются на всю территорию Российской Федерации.

Ввиду отсутствия между государствами-членами Евразийского экономического союза (далее - ЕАЭС) единых принципов ведения фискальной политики, включая гармонизацию ставок акцизов на алкогольную продукцию и НДС,

единый рынок обращения алкогольной продукции на территории стран-членов ЕАЭС в представленном исследовании не анализировался.

**Таким образом, географические границы оптовых рынков алкогольной продукции необходимо определить, как территорию Российской Федерации (федеральный рынок).**

## **V. Состав хозяйствующих субъектов, действующих на товарных рынках**

На основании проведенного анализа установлено, что система вертикального товародвижения – от производителя/импортера алкогольной продукции до конечного потребителя – может содержать ряд промежуточных звеньев, что позволяет выделить в ее структуре, как минимум, три уровня товародвижения, отличающихся субъектным составом:

- **уровень первичной оптовой реализации алкогольной продукции, где возможны две субъектные схемы движения товара: производитель/импортер – дистрибьютор, производитель/импортер – розничный продавец;**

- оптово-посреднический уровень реализации алкогольной продукции включает взаимоотношения между дистрибьютором (дистрибьюторами), либо дистрибьютором и розничным продавцом;

- уровень розничной реализации алкогольной продукции, на котором продавцом выступают розничные продавцы, а покупателем – конечный потребитель.

**Объектом данного исследования являются оптовые рынки первичной (оптовой) реализации алкогольной продукции производителями/импортерами.**

Таким образом, хозяйствующими субъектами, выступающими **продавцами** на рассматриваемых рынках, являются:

- юридические лица производители/импортеры алкогольной продукции;
- юридические лица, входящие в группу лиц компаний-производителей/импортеров алкогольной продукции.

Хозяйствующими субъектами, выступающими **покупателями**, являются:

- юридические лица, занимающиеся оптовой реализацией отечественной и импортной алкогольной продукции;

- юридические лица, приобретающие алкогольную продукцию для розничной продажи.

Сведения о таких хозяйствующих субъектах содержатся в ЕГАИС и предоставлены Росалкогольрегулированием в рамках межведомственного взаимодействия.

Согласно данным ЕГАИС на территории Российской Федерации деятельность по производству и импорту алкогольной продукции осуществляло в 2019 году – 1993 хозяйствующих субъекта, в 2020 году – 2077.

Среди производителей и импортеров алкогольной продукции есть как независимые хозяйствующие субъекты, так и хозяйствующие субъекты, составляющие в понимании Закона о защите конкуренции группу лиц.

## **VI. Объем товарных рынков и доли хозяйствующих субъектов**

В соответствии с пунктом 6.1 Порядка **объем каждого из субрынков оптовых рынков алкогольной продукции**, указанных в пункте III настоящего аналитического отчета, за изучаемый период времени **определен в натуральном выражении** как сумма объемов продаж хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемых товарных субрынках на территории Российской Федерации, произведенной и импортированной алкогольной продукции за вычетом объемов экспорта алкогольной продукции (далее – **объем поставок**).

В соответствии с пунктом 6.3 Порядка определены доли хозяйствующих субъектов, действующих на рассматриваемых субрынках первичного уровня оптовой реализации алкогольной продукции, а также доли их группы лиц.

### **Субрынки первичного уровня оптовой реализации алкогольной продукции в Российской Федерации:**

#### **1. Оптовый рынок пива и пивных напитков**

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, а также данным ЕГАИС общий объем оптовых поставок пива и пивных напитков в натуральном выражении составил:

– в 2019 году – 766,99 млн. дал<sup>3</sup>;

– в 2020 году – 790,42 млн. дал.

Таким образом, **объем оптовых поставок пива и пивных напитков** в 2020 году **увеличился на 3,06 %** по сравнению с 2019 годом.

**Таблица 2. Доли наиболее крупных хозяйствующих субъектов на оптовом рынке пива и пивных напитков**

<b>Наименование</b>	<b>Объем поставок, (млн. дал) 2019</b>	<b>Доля в 2019</b>	<b>Объем поставок, (млн. дал)</b>	<b>Доля в 2020</b>	<b>Объем поставок 2020 к 2019</b>
---------------------	--	--------------------	-----------------------------------	--------------------	-----------------------------------

<sup>3</sup> 1 дал (декалитр) = 10 литров.

			2020		
Группа лиц АБ ИнБев Эфес	191,96	25,23 %	214,88	27,45 %	11,94 %
Группа лиц Балтика	186,01	22,94 %	202,12	24,38 %	8,66 %
ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»	98,06	12,55 %	91,7	11,43 %	-6,49 %
ЗАО «Московская пивоваренная компания»	41,1	5,45 %	43,3	5,59 %	5,35 %

## 2. Оптовый рынок водки

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, а также данными ЕГАИС общий объем оптовых поставок водки в натуральном выражении составил:

- в 2019 году – 80,09 млн. дал;
- в 2020 году – 75,99 млн. дал.

Таким образом, **объем оптовых поставок водки в 2020 году сократился на 5,12 %** по сравнению с 2019 годом.

Таблица 3. Доли наиболее крупных хозяйствующих субъектов на оптовом рынке водки

Наименование	Объем поставок, (млн. дал) 2019	Доля в 2019	Объем поставок, (млн. дал) 2020	Доля в 2020	Объем поставок 2020 к 2019
Группа лиц Белуга Групп	9,18	11,46 %	9,30	12,24 %	1,31 %
АО «Татспиртпром»	8,93	11,15 %	7,74	10,18 %	-13,33 %
Группа лиц Руст	7,31	9,12 %	6,07	7,99 %	-16,96 %
Группа лиц Алкогольная Сибирская группа	6,72	8,39 %	6,66	8,76 %	-0,89 %

## 3. Оптовый рынок виноградных вин

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, а также данным ЕГАИС общий объем оптовых поставок виноградных вин в натуральном выражении составил:

- в 2019 году – 78,42 млн. дал;
- в 2020 году – 76,37 млн. дал.

Таким образом, **общий объем оптовых поставок виноградных вин в 2020 году сократился на 2,61 %** по сравнению с 2019 годом.

Таблица 4. Доли наиболее крупных хозяйствующих субъектов на оптовом рынке виноградных вин

Наименование	Объем поставок, (млн. дал) 2019	Доля в 2019	Объем поставок, (млн. дал) 2020	Доля в 2020	Объем поставок 2020 к 2019
Группа лиц Кубань-вино	5,35	6,83 %	4,92	6,44 %	-8,04 %
ООО «Мистраль алко»	2,82	3,59 %	2,51	3,28 %	-10,99 %
Группа лиц Абрау-Дюрсо	2,71	3,46 %	2,74	3,58 %	1,12 %
Группа лиц Игристые вина	2,35	2,99 %	1,90	2,49 %	-19,15 %

#### 4. Оптовый рынок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин).

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, а также данным ЕГАИС общий объем оптовых поставок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин) в натуральном выражении составил:

- в 2019 году – 61,43 млн. дал;
- в 2020 году – 49,72 млн. дал.

Таким образом, **общий объем оптовых поставок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин) в 2020 году сократился на 19,06 % по сравнению с 2019 годом.**

**Таблица 5. Доли наиболее крупных хозяйствующих субъектов на оптовом рынке алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин)**

Наименование	Объем поставок, (млн. дал) 2019	Доля в 2019	Объем поставок, (млн. дал) 2020	Доля в 2020	Объем поставок 2020 к 2019
Группа лиц Гатчинский спиртовой завод	4,22	6,87 %	2,68	5,39 %	-36,49 %
Группа лиц ПенЛВЗ	3,36	5,47 %	5,33	10,72 %	58,63 %
Группа лиц Кубань-вино	2,60	4,23 %	1,40	2,82 %	-46,15 %
ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»	1,65	2,69 %	2,38	4,78 %	44,24 %

## 5. Оптовый рынок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки)

Согласно представленной хозяйствующими субъектами информации, а также данным ЕГАИС общий объем оптовых поставок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки) в натуральном выражении составил:

- в 2019 году – 29,43 млн. дал;
- в 2020 году – 30,48 млн. дал.

Таким образом, объем оптовых поставок алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки) в 2020 году вырос на 3,57 % по сравнению с 2019 годом.

Таблица 6. Доли наиболее крупных хозяйствующих субъектов на оптовом рынке алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки)

Наименование	Объем поставок, (млн. дал) 2019	Доля в 2019	Объем поставок, (млн. дал) 2020	Доля в 2020	Объем поставок 2020 к 2019
Группа лиц Белуга	3,44	11,68 %	3,98	13,05 %	15,70 %
Группа лиц АЛВИСА	1,61	5,49 %	1,52	5,00 %	-5,59 %
Группа лиц Перно Ринар	1,59	5,39 %	1,61	5,27 %	1,26 %
Группа лиц ПенЛВЗ	0,34	1,14 %	1,43	4,7 %	320 %

## VII. Уровни концентрации товарных рынков

В соответствии с пунктами 7.1 и 7.2 Порядка для определения уровня концентрации товарного рынка используются следующие показатели:

1. Коэффициент рыночной концентрации (CR<sub>n</sub>) - сумма долей на товарном рынке (выраженных в процентах) определенного числа (n) крупнейших хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке.

2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (НИ) - сумма квадратов долей (выраженных в процентах) на товарном рынке всех хозяйствующих субъектов, действующих на данном рынке.

Таблица 7. Уровень концентрации оптового рынка пива и пивных напитков

Показатель	2019	2020
<b>1. Коэффициент рыночной концентрации</b>	<b>60,72 %</b>	<b>63,26 %</b>
CR3 - доля топ-3 поставщиков:		
Группа лиц АБ ИнБев Эфес	25,23 %	27,45 %
Группа лиц Балтика	22,94 %	24,38 %
ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»	12,55 %	11,43 %



**2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ):**за 2019 год  $\text{ННІ} = 25,23^2 + 22,94^2 + 12,55^2 + 5,45^2 + 4,34^2 + \dots = 1388,14$ .за 2020 год  $\text{ННІ} = 27,45^2 + 24,38^2 + 11,43^2 + 5,59^2 + 4,04^2 + \dots = 1541,62$ .

Таким образом,  $45\% \leq \text{CR3} \leq 70\%$  и  $1000 \leq \text{ННІ} \leq 2000$ , следовательно, **уровень концентрации оптового рынка пива и пивных напитков является умеренным.**

**Таблица 8. Уровень концентрации оптового рынка водки**

Показатель	2019	2020
<b>1. Коэффициент рыночной концентрации</b>	<b>31 %</b>	<b>31,18 %</b>
CR3 - доля топ-3 поставщиков:		
Группа лиц Белуга Групп	11,46 %	12,24 %
АО «Татспиртпром»	11,15 %	10,18 %
Группа лиц Алкогольная Сибирская группа	8,39 %	8,76 %
<b>2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ):</b>		
за 2019 год $\text{ННІ} = 11,46^2 + 11,15^2 + 9,12^2 + 8,39^2 + 4,7^2 + \dots = 355,65$ .		
за 2020 год $\text{ННІ} = 12,24^2 + 10,18^2 + 8,76^2 + 7,99^2 + 6,78^2 + \dots = 343,47$ .		

Таким образом,  $\text{CR3} < 45\%$  и  $\text{ННІ} < 1000$ , следовательно, **уровень концентрации оптового рынка водки относится к низкому.**

**Таблица 9. Уровень концентрации оптового рынка виноградных вин**

Показатель	2019	2020
<b>1. Коэффициент рыночной концентрации</b>	<b>13,88 %</b>	<b>13,3 %</b>
CR3 - доля топ-3 поставщиков:		
Группа лиц Кубань-вино	6,83 %	6,44 %
ООО «Мистраль алко»	3,59 %	3,28 %
Группа лиц Абрау-Дюрсо	3,46 %	3,58 %
<b>2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ):</b>		
за 2019 год $\text{ННІ} = 6,83^2 + 3,59^2 + 3,46^2 + 2,99^2 + 2,87^2 + \dots = 176,08$ .		
за 2020 год $\text{ННІ} = 6,44^2 + 3,58^2 + 3,28^2 + 2,49^2 + 1,97^2 + \dots = 173,59$ .		

Таким образом,  $\text{CR3} < 45\%$  и  $\text{ННІ} < 1000$ , следовательно, **уровень концентрации оптового рынка водки относится к низкому.**

**Таблица 10. Уровень концентрации оптового рынка алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин)**

Показатель	2019	2020
<b>1. Коэффициент рыночной концентрации</b>	<b>15,03 %</b>	<b>20,89 %</b>
CR3 - доля топ-3 поставщиков:		

Группа лиц Гатчинский спиртовой завод	6,87 %	5,39 %
Группа лиц ПенЛВЗ	5,47 %	10,72 %
ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»	2,69 %	4,78 %
<b>2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ):</b>		
за 2019 год $\text{ННІ} = 6,87^2 + 5,47^2 + 4,23^2 + 2,99^2 + 2,69^2 + \dots = 386,69$ .		
за 2020 год $\text{ННІ} = 10,72^2 + 5,39^2 + 4,78^2 + 3,64^2 + 2,82^2 + \dots = 466,14$ .		

Таким образом, CR3 <45% и ННІ <1000, следовательно, **уровень концентрации оптового рынка алкогольной продукции с объемом содержания этилового спирта до 25% включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин) является низким.**

**Таблица 11. Уровень концентрации оптового рынка алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % (кроме водки)**

Показатель	2019	2020
<b>1. Коэффициент рыночной концентрации</b>	<b>22,56 %</b>	<b>23,32 %</b>
CR3 - доля топ-3 поставщиков:		
Группа лиц Белуга	11,68 %	13,05 %
Группа лиц АЛВИСА	5,49 %	5,00 %
Группа лиц Перно Ринар	5,39 %	5,27 %
<b>2. Индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Гиршмана (ННІ):</b>		
за 2019 год $\text{ННІ} = 11,68^2 + 5,49^2 + 5,39^2 + 3,29^2 + 2,63^2 + \dots = 228,61$ .		
за 2020 год $\text{ННІ} = 13,05^2 + 5,27^2 + 5,2^2 + 4,7^2 + 4,07^2 + \dots = 225,53$ .		

Таким образом, CR3 <45% и ННІ <1000, следовательно, **уровень концентрации оптового рынка алкогольной продукции с объемом содержания этилового спирта до 25% включительно (кроме пива, пивных напитков и виноградных вин) является низким.**

## VIII. Барьеры входа на рынки

При определении наличия (отсутствия) барьеров входа на рассматриваемые товарные рынки и степени их преодолемости учитывались установленные в аналитическом исследовании уровни реализации, отличающиеся субъектным составом участников.

Для производителей алкогольной продукции и хозяйствующих субъектов, осуществляющих импорт готовой алкогольной продукции, виды барьеров и их преодолимость различны.

Оптовым рынкам алкогольной продукции присущи как общие барьеры, так и специфические, характерные для определенных субрынков.

С целью анализа состояния конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции в Российской Федерации за 2019-2020 годы ФАС

России провела опрос участников рынка о проблемах, ограничивающих конкуренцию<sup>4</sup>.

**Среди общих ограничений для входа потенциальных производителей на рынки алкогольной продукции можно выделить следующие:**

### **Экономические барьеры:**

**1.** Необходимость осуществления значительных первоначальных капитальных вложений при длительных сроках окупаемости этих вложений (18,24 % от общего числа полученных ответов).

К таким инвестициям относятся оснащение помещения основным технологическим оборудованием и его подготовка для производства, закупка сырья для производства продукции.

При этом, стоит отметить, что согласно части 6 статьи 8 Федерального закона № 171-ФЗ для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции организация обязана использовать только основное технологическое оборудование, принадлежащее ей на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления. Требования о принадлежности основного технологического оборудования на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления не распространяются на основное технологическое оборудование для производства вина, игристого вина сельскохозяйственными товаропроизводителями из собственного винограда.

Такое ограничение не позволяет потенциальным производителям арендовать основное технологическое оборудование и тем самым значительно увеличивает объем первоначальных инвестиций.

Значительная величина оплаченного уставного капитала предприятия также является барьером входа на рынки алкогольной продукции для новых участников.

Так, например, согласно части 2.1. статьи 11 Федерального закона № 171-ФЗ производство и оборот (за исключением розничной продажи) алкогольной продукции с содержанием этилового спирта более 15 процентов объема готовой продукции (за исключением производства водки) вправе осуществлять казенные предприятия, а также иные организации, имеющие оплаченный уставный капитал (уставный фонд) в размере не менее чем 10 000 000 рублей.

В соответствии с частью 2.2. статьи 11 Федерального закона № 171-ФЗ производство водки вправе осуществлять казенные предприятия, а также иные

---

<sup>4</sup>Антимонопольным органом было направлено 2166 запросов в адрес хозяйствующих субъектов, действующих на оптовых рынках алкогольной продукции. В ответ на указанные запросы было получено и проанализировано 965 ответов от хозяйствующих субъектов.

организации, имеющие оплаченный уставный капитал (уставный фонд) в размере не менее чем 80 000 000 рублей.

2. Высокая акцизная нагрузка, установленная статьей 193 НК РФ, которая отражается на конечной стоимости продукции (18,13 % от общего числа полученных ответов).

Кроме того, в связи с тем, что алкогольная продукция является подакцизным товаром, предприятию необходимо отвлечение средств для уплаты авансового платежа акциза, а сроки уплаты акциза, установленные пунктом 3 статьи 204 НК РФ, более ранние, чем поступление выручки за отгруженную продукцию.

Следует также отметить то, что в настоящее время между государствами-членами ЕАЭС нет единых принципов ведения налоговой политики в области косвенных налогов, в связи с этим величина акцизов на алкогольную продукцию так же, как и НДС, не гармонизирована.

3. Высокая стоимость государственной пошлины за государственную регистрацию, а также за совершение прочих юридически значимых действий, установленных статьей 333.33 части второй Налогового кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ) (17,2 % от общего числа полученных ответов).

Так, согласно подпункту 94 пункта 1 статьи 333.33 НК РФ за следующие действия уполномоченных органов, связанные с лицензированием деятельности по производству и обороту этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, в том числе:

- предоставление лицензии на производство, хранение и поставки произведенной алкогольной продукции (за исключением вина, игристого вина (шампанского), вина с защищенным наименованием места происхождения, вина с защищенным географическим указанием, игристого вина (шампанского) с защищенным наименованием места происхождения, игристого вина (шампанского) с защищенным географическим указанием, ликерного вина, в том числе ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения, ликерного вина с защищенным географическим указанием, ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения (специального вина), ликерного вина с защищенным географическим указанием (специального вина), фруктового вина, винных напитков, изготавливаемых без добавления этилового спирта) – **9 500 000 рублей;**

- предоставление лицензии на производство, хранение и поставки произведенных вина, игристого вина (шампанского) (за исключением вина и (или) игристого вина (шампанского), произведенных крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, индивидуальными предпринимателями, признаваемыми сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2006 года № 264-ФЗ "О развитии сельского хозяйства", и произведенных вина с защищенным наименованием места происхождения,

вина

с защищенным географическим указанием, игристого вина (шампанского) с защищенным наименованием места происхождения, игристого вина (шампанского) с защищенным географическим указанием), ликерного вина, в том числе ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения, ликерного вина с защищенным географическим указанием, ликерного вина с защищенным наименованием места происхождения (специального вина), ликерного вина с защищенным географическим указанием (специального вина), фруктового вина, винных напитков, изготавливаемых без добавления этилового спирта, – **800 000 рублей;**

- предоставление лицензии на закупку, хранение и поставки алкогольной продукции – **800 000 рублей;**

- предоставление лицензии на хранение этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции – **800 000 рублей;**

- предоставление лицензии на перевозки нефасованной спиртосодержащей пищевой продукции с содержанием этилового спирта более 25 процентов объема готовой продукции – **800 000 рублей.**

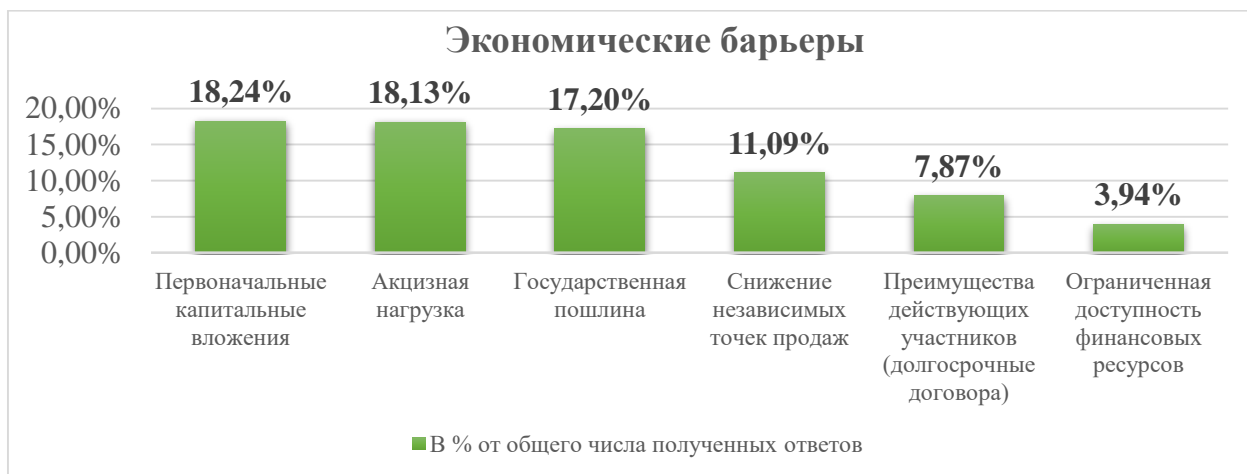
**4.** По мнению участников рынков алкогольной продукции, стремительное развитие сетевого ритейла в Российской Федерации и одновременное снижение количества независимых точек продаж ограничивают для новых игроков рынок сбыта в связи с тем, что федеральные сети как правило требуют значительную скидку на поставляемые товары, которая зачастую приводит к отрицательному финансовому результату (*11,09 % от общего числа полученных ответов*).

Следует отметить, что указанная проблема ранее также была обозначена представителями алкогольной отрасли и отражена в аналитическом исследовании ФАС России о состоянии конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции за 2017-2018 годы, что свидетельствует о продолжительности ее влияния на указанные рынки.

**5.** Для потенциальных участников рынка, планирующих осуществлять импорт алкогольной продукции, основным экономическим барьером является также преимущество действующих участников, связанное с наличием долгосрочных договоров с контрагентами и выстроенной цепочкой реализации (*7,87 % от общего числа полученных ответов*).

Сложившаяся система договорных отношений, предусматривающая отсроченную оплату (в среднем 60 дней) за поставляемый продукт тормозит полноценное развитие предприятия.

**6.** Ограниченная доступность финансовых ресурсов и более высокие издержки привлечения финансирования для потенциальных участников по сравнению с хозяйствующими субъектами, уже действующими на рассматриваемом рынке, вызывают трудности с получением банковских гарантий для обеспечения уплаты авансового платежа акциза (*3,94 % от общего числа полученных ответов*).



### Административные барьеры:

**1.** Многие участники оптовых субрынков алкогольной продукции отметили, что слишком частые законодательные изменения, а также единый принцип регулирования всех рассматриваемых субрынков алкогольной продукции без учета их специфики и наличие различных условий осуществления деятельности в зависимости от субъекта Российской Федерации усложняет ведение бизнеса на территории Российской Федерации (19,38 % от общего числа полученных ответов).

**2.** Лицензирование производства и оборота алкогольной продукции (за исключением пива, напитков, изготавливаемых на основе пива, сидра, пуаре и медовухи), а также необходимость подключения к ЕГАИС (14,17 % от общего числа полученных ответов).

Следует отметить, что лицензии на производство и оборот произведенных этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции выдаются только заявителям, которые имеют оборудование, отвечающее требованиям статьи 8 Федерального закона № 171-ФЗ. Необходимость пересертификации основного технического оборудования иностранного происхождения, которое зачастую планируют использовать потенциальные производители алкогольной продукции, увеличивает сроки выхода предприятия на рынок.

**3.** Установленные статьей 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон № 38-ФЗ) ограничения рекламы алкогольной продукции, не позволяют новому предприятию (как производителю, так и импортеру) в разумные сроки довести информацию до конечного потребителя о новой продукции (6,48 % от общего числа полученных ответов).

**4.** Следует отметить, что установление органами власти субъектов Российской Федерации специфических требований к розничной продаже алкогольной продукции, предусмотренных статьей 16 Федерального закона № 171-ФЗ, например, законодательное введение ограничений в отношении

мест продажи разных видов алкогольной продукции, по мнению участников рынка, зачастую приводит к ужесточению условий осуществления хозяйственной деятельности для легальных, добросовестных участников рынка и могут способствовать увеличению доли крупного бизнеса, в том числе торговых сетей, и вытеснению субъектов малого и среднего предпринимательства, а в некоторых случаях способствуют ограничению присутствия на региональных рынках продукции не местного производства (6,53 % от общего числа полученных ответов).

5. Распространение новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и принимаемые государством ограничительные меры, связанные с пандемией, существенно повлияли на всех участников алкогольного рынка.

Например, участники рынка пива и пивных напитков отметили, что пандемия повлияла не только на покупательскую способность населения, но и на возможности развивать направление реализации алкогольной продукции барам и кафе, а также приобретать сырье для производства (2,23 % от общего числа полученных ответов).



**К барьерам, характерным для входа на оптовый рынок пива и пивных напитков, по мнению участников отрасли (в % от общего числа полученных ответов<sup>5</sup>), можно отнести:**

- 1) возобновившееся ежегодное увеличение ставок акцизов на пивоваренную продукцию и напитки брожения (20,33 %);
- 2) необходимость соблюдения производителями продукции значительного количества обязательных требований, большая часть которых связана с обеспечением прослеживаемости товара от производителя до конечного потребителя в целях борьбы с нелегальным оборотом (следует отметить частые изменения в организации работы ЕГАИС) (18,66 %);

<sup>5</sup> Проанализировано 718 ответов хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки пива и пивных напитков, на запросы ФАС России.

3) возможность крупными производителями уменьшать стоимость своей продукции за счет больших объемов производства и реализации, а также проведения промо-акций (13,79 %);

4) рост стоимости импортных ингредиентов (хмель и солод), импортного оборудования и комплектующих при частом колебании курса валют (11,28 %).



**К барьерам, характерным для входа на оптовый рынок виноградных вин, по мнению участников отрасли (в % от общего числа полученных ответов<sup>6</sup>), можно отнести:**

1) отсутствие гармонизации норм и требований законодательных и нормативных актов (например, отсутствие в Федеральном законе от 27.12.2019 № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» ряда понятий («вино столовое», «вино ликерное» и др.), используемых в действующих государственных национальных и межгосударственных стандартах, определяющих порядок производства винодельческой продукции) (18,87 %);

2) большие расходы на выращивание винограда, производство вина, а также большая доля налогов (НДС, акциз, сертификаты, лицензии и т.п.) (15,09 %);

3) ограничения на продвижение российского вина, предусмотренные статьей 21 Федерального закона № 38-ФЗ (например, запрет на рекламу не позволяет новому предприятию донести информацию до конечного потребителя о новой продукции) (5,03 %);

4) ограниченный доступ к инструментам государственной поддержки (отсутствие доступа к механизмам поддержки, предоставляемым государственными институтами развития для предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности (в том числе льгот в части лизинга

<sup>6</sup> Проанализировано 159 ответов хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки виноградных вин, на запросы ФАС России.



оборудования, получения многолетних субсидированных кредитов, грантов и т.д.) (3,14 %).

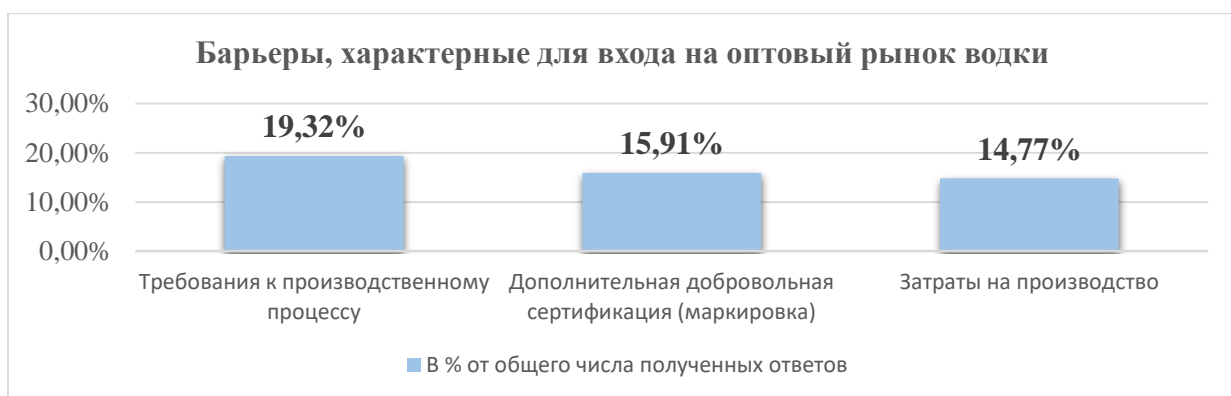


**К барьерам, характерным для входа на оптовый водки**, по мнению участников отрасли (в % от общего числа полученных ответов<sup>7</sup>), можно отнести:

1) требования к производственному процессу, контролю оборачиваемости (например, ЕГАИС, помарочный учет) (19,32 %);

2) прохождение дополнительной добровольной сертификации (маркировки) продукции в ряде субъектов Российской Федерации (15,91 %);

3) затраты на производство (следует отметить значительную величину уставного капитала предприятия (80 000 000 руб.) и государственной пошлины (9 500 000 руб.) за выдачу лицензии на производство, хранение и поставку произведенной алкогольной продукции по сравнению с аналогичными расходами компании, занимающихся только оптовой продажей алкогольной продукции) (14,77 %).



Вместе с тем, **совокупность имеющейся информации** об оптовых субрынках алкогольной продукции, количество существующих на рассматриваемых субрынках производителей и импортеров продукции, а

<sup>7</sup> Проанализировано 88 ответов хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки водки, на запросы ФАС России.

также рост количества хозяйствующих субъектов, действующих на указанных субрынках в 2020 году по сравнению с 2019 годом на 4,2 %, **позволяет сделать вывод о преодолении барьеров входа на рассматриваемые товарные рынки.**

## **IX. Оценка состояния конкуренции на товарных рынках**

Заключение о том, к какому виду рынков относятся рассматриваемые товарные субрынки, дается на основании показателей уровня концентрации товарных субрынков, наличия и преодолимости барьеров входа на товарные рынки, а также интенсивности входа на рынки новых участников.

**Сводные результаты оценки конкуренции, а также сопоставление и анализ количественных и качественных показателей, характеризующих оптовые субрынки алкогольной продукции, позволяют сделать следующие выводы:**

Числовые значения коэффициента CR и индекса ННІ указывают на то, что **оптовые субрынки алкогольной продукции в Российской Федерации преимущественно относятся к низкоконцентрированным, что позволяет отнести рассматриваемые рынки к рынкам с развитой конкуренцией.**

Оптовые субрынки алкогольной продукции в зависимости от субъектного состава характеризуются различными уровнями преодолимости барьеров.

Для потенциальных производителей продукции характерны значительные экономические ограничения в виде крупных первоначальных инвестиций, а также высокой стоимости привлечения финансовых ресурсов. В то же время как для потенциальных производителей, так и для потенциальных импортеров существенными барьерами входа являются наличие устоявшихся хозяйственных связей между участниками рассматриваемых рынков, налаженных схем сбыта через дистрибьюторские сети, а также административные барьеры, ограничивающие возможность продвижения продукции.

**По итогам 2020 года сократились импортные поставки на следующих оптовых субрынках алкогольной продукции:**

- на оптовом рынке **водки** - на 6,1 %;
- на оптовом рынке **виноградных вин** - на 0,4 %;
- на оптовом рынке **алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно** - на 13,4 %.

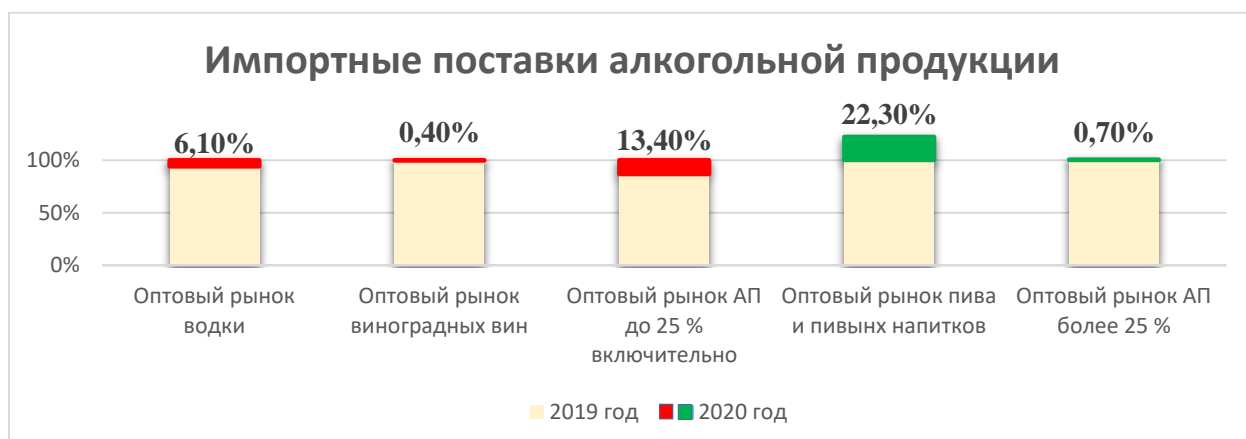
Доля импорта в общем объеме поставок в 2020 году на указанных субрынках составила 3,01 %, 42,81 % и 9,53 % соответственно.

При этом доля импорта в общем объеме поставок на оптовом рынке водки по-прежнему, как и в аналитическом исследовании за 2017-2018 годы, самая низкая среди всех алкогольных рынков и составляет 3,01 %.

Вместе с тем, по итогам 2020 года наблюдается увеличение импортных поставок на следующих оптовых субрынках алкогольной продукции:

- на оптовом рынке пива и пивных напитков – на 22,3 %;
- на оптовом рынке алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % - на 0,7 %.

Доля импорта в общем объеме поставок в 2020 году на указанные субрынки составила 5,41 % и 36,4 % соответственно.



Кроме того, по итогам 2020 года сократились экспортные поставки на следующих оптовых субрынках алкогольной продукции:

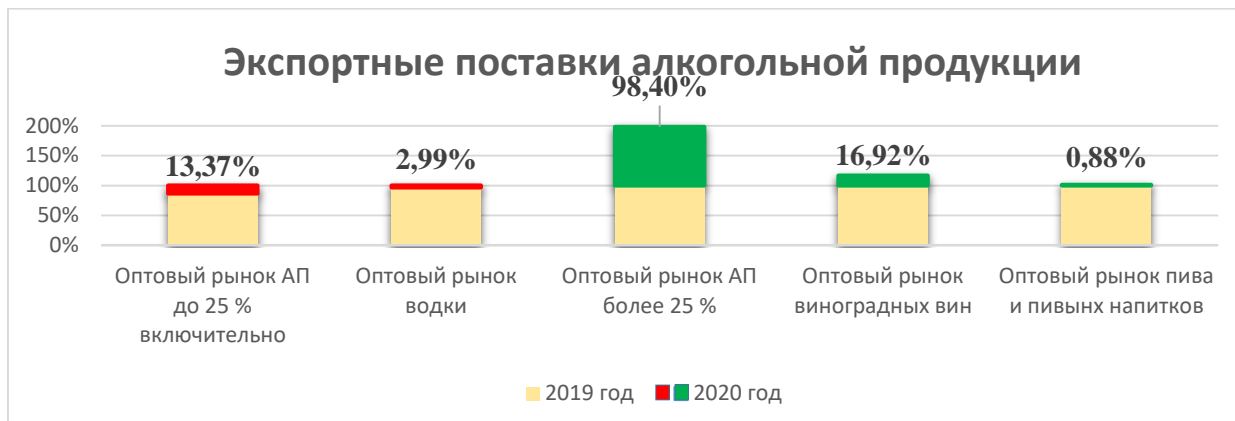
- на оптовом рынке алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта до 25 % включительно - на 13,37 %;
- на оптовом рынке водки – на 2,99 %.

Доля экспорта в общем объеме поставок в 2020 году на указанных субрынках составила 0,16 % и 0,54 % соответственно.

Вместе с тем, по итогам 2020 года наблюдается увеличение экспортных поставок на следующих оптовых субрынках алкогольной продукции:

- на оптовом рынке алкогольной продукции с объемным содержанием этилового спирта более 25 % - на 98,4 %;
- на оптовом рынке виноградных вин – на 16,92 %;
- на оптовом рынке пива и пивных напитков – на 0,88 %.

Доля экспорта в общем объеме поставок в 2020 году на указанные субрынки составила 0,04 %, 0,05% и 2,8 % соответственно.



## Предложения

**В целях развития конкуренции на рассматриваемых субрынках алкогольной продукции на территории Российской Федерации могут быть рассмотрены следующие предложения.**

**1) Проработка вопроса о создании единой концепции регионального регулирования рынков алкогольной продукции.** Данная мера может способствовать созданию более благоприятных условий осуществления хозяйственной деятельности для легальных, добросовестных участников рынка, в том числе увеличению доли субъектов малого и среднего предпринимательства.

*В свою очередь, произвольное введение органами власти субъектов Российской Федерации дополнительных ограничений на реализацию алкогольной продукции и изменения установленных ранее режимов продажи алкогольной продукции без крайней необходимости могут провоцировать рост доли нелегальной продукции и социальное напряжение. По оценкам экспертов, ужесточение условий осуществления хозяйственной деятельности для легальных, добросовестных участников рынка может также приводить к сокращению числа малых и средних предприятий, поддержка которых является одним из приоритетных направлений государственной политики<sup>8</sup>.*

**2) Рассмотрение вопроса о раздельном регулировании разных видов алкогольной продукции.** Указанная мера была ранее отражена в аналитическом исследовании ФАС России о состоянии конкуренции на оптовых рынках алкогольной продукции за 2017-2018 годы и в настоящее время, по мнению опрошенных участников рынков алкогольной продукции, является наиболее актуальной.

*Необходимо отметить, что все опрошенные участники оптового рынка виноградных вин отметили, что положения вступившего в силу Федерального закона от 27.12.2019 № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии*

<sup>8</sup> В 2020 году обозначенная позиция направлялась главам ряда субъектов Российской Федерации.

в Российской Федерации», а также изменения, внесенные в него Федеральным законом от 02.07.2021 № 345-ФЗ, создали основу для динамичного и качественного развития российской винодельческой отрасли.

**3) Выявление и отмена избыточных административных процедур в отношении участников алкогольных рынков.**

Данный вопрос планируется обсудить в рамках заседаний Экспертного совета при ФАС России по развитию конкуренции на рынках алкогольной продукции.

ФАС России в рамках заседаний Рабочей группы Росалкогольрегулирования по реализации механизма «регуляторной гильотины» в сфере производства и оборота алкогольной продукции в 2020 году принимала активное участие в мероприятиях по выявлению и отмене неэффективных и избыточных обязательных требований, предъявляемых к участникам алкогольного рынка. В результате проделанной работы по данным Росалкогольрегулирования<sup>9</sup> было отменено более 150 нормативных правовых актов, регулирующих производство и оборот этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции.

**4) Гармонизация норм и требований законодательных и нормативных актов, в том числе имеющих межгосударственный статус.** Указанная мера может способствовать снижению рисков поступления нелегальной продукции из стран ЕАЭС, уменьшению теневого сектора, и, как следствие, развитию конкуренции среди добросовестных участников рынка.

Так, например, Федеральным законом от 27.12.2019 № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» введены новые понятия, в том числе, «вино», «вино наливом», «крепленое вино» и другие. При этом в данном законе не содержится ряда понятий, используемых в действующих государственных национальных и межгосударственных стандартах, определяющих порядок производства винодельческой продукции, в связи с чем требуется внесение изменений в соответствующее нормативные акты.

**5) Дополнительное рассмотрение и проработка вопроса об увеличении возможностей информирования совершеннолетних потребителей в отношении характеристик и свойств российского вина.** Данный вопрос планируется обсудить в рамках заседаний Экспертного совета при ФАС России по развитию конкуренции на рынках алкогольной продукции.

---

<sup>9</sup> Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка. Итоги 2020 // URL: [http://cfo.fsrar.gov.ru/files/24896\\_%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8%202020.pdf](http://cfo.fsrar.gov.ru/files/24896_%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8%202020.pdf)