

УДК 339.16.012.23

N.V.Savelyev

FEATURES OF THE FORMATION OF A SCHEME FOR REGULATING THE SALE OF ALCOHOL PRODUCTS BY REMOTE METHOD IN THE RUSSIAN FEDERATION

The issue of legalizing online trade of alcoholic beverages in the Russian Federation has been a constant subject of discussion for many years. Such initiatives stop either at the stage of theoretical discussions or at the stage of preparation for testing online trade of alcohol. At the same time, all market participants, that is both businesses and buyers, are not only technologically ready to work in this format, but are already actively using it, but bypassing legislative norms. In this regard, the government ceases to be an effective regulator of the market, along with this losing tax revenues from sales that go through an illegal online channel. Thus, this article provides an example of a scheme for regulating the sale of alcoholic beverages in the Russian Federation remotely, describing individual features of its formation, as well as assessing the potential impact on the market volume.

Keywords: distance trading, alcoholic beverages, digitalization, online trading, illegal sales, sales regulation.

Н.В.Савельев¹

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СХЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ДИСТАНЦИОННЫМ СПОСОБОМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Вопрос легализации онлайн-торговли алкогольной продукцией в Российской Федерации является постоянным объектом обсуждений на протяжении многих лет. Подобные инициативы останавливаются либо на этапе теоретических обсуждений, либо на этапе подготовки к тестированию онлайн-торговли алкоголем. При этом, все участники рынка, т.е. и бизнес, и покупатели, не только технологически готовы к работе в таком формате, но и уже активно им пользуются, но в обход законодательных норм. Государство, в связи с этим, перестаёт быть эффективным регулятором рынка, вместе с этим теряя налоговые поступления от продаж, которые проходят по нелегальному онлайн-каналу. Таким образом, в данной статье приведён пример схемы регулирования реализации алкогольной продукции в Российской Федерации дистанционным способом с описанием отдельных особенностей её формирования, а также оценкой потенциального влияния на объём рынка.

Ключевые слова: дистанционная торговля, алкогольная продукция, цифровизация, онлайн-торговля, нелегальные продажи, регулирование продаж.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-4-43-78-85

Для формирования схемы регулирования реализации алкогольной продукции в Российской Федерации дистанционным способом следует выделить несколько отделов, отвечающих за различные аспекты данного вопроса. Учитывая мнения экспертов соответствующего рынка, можно выделить следующие разделы, а также ключевые аспекты внутри них, работа над которыми позволит выстроить эффективную систему отечественного мониторинга и регулирования реализации алкоголя через онлайн-канал.

Таблица 1 – Разделы системы отечественного мониторинга и регулирования реализации алкоголя через онлайн-канал в Российской Федерации

Технологический раздел	Правовой раздел	Раздел здравоохранения
Система проверок: – возраста покупателей через госуслуги, – лицензии продавца через специальный реестр, – качества товара через ЕГАИС и Честный знак.	Проработка законодательства: – создание соответствующего законопроекта, – подключение заинтересованных сторон: государство, бизнес, здравоохранение, – разработка дополнительной системы	Социальный аспект: – ограничения на рекламу в онлайн-пространстве, – кампании, направленные на информирование о вреде употребления алкоголя.

¹ Савельев Н.В., аспирант; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова", г. Москва

Savelyev N.V., Postgraduate; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Plekhanov Russian University of Economics", Moscow
E-mail: nsavela@gmail.com

	лицензирования онлайн-продавцов.	
Технологическое сопровождение: – продавцов при оформлении лицензий, – курьеров и служб доставок при отпуске продукции и передаче покупателям, – контролирующих органов при проверках продавцов.	Уточнение ответственности: – за реализацию несовершеннолетним, – за реализацию в незаконных временных и территориальных рамках, – за торговлю без лицензии в целом.	Налоговый аспект: – уточнение налоговых обязательств, – направление части налогов на поддержку соответствующих программ здравоохранения.

Источник: составлено автором на основе рыночной экспертизы [4]

В контексте разработки схемы регулирования реализации алкогольной продукции дистанционным способом стоит выделить его ключевые субъекты, которые можно разделить на контролирующие и исполняющие:

Контролирующие субъекты	Государство - Росалкогольтабакконтроль, Роспотребнадзор, Минздрав
	Бизнес
	Другие контролирующие органы
Исполняющие субъекты	Покупатели
	Продавцы

Источник: составлено автором.

Рисунок 1 – Ключевые субъекты регулирования реализации алкогольной продукции через онлайн-канал в Российской Федерации

Отдельное внимание стоит уделить теме лицензирования: для реализации такой товарной категории как алкогольная продукция через онлайн-канал подойдёт соответствующая лицензия, предназначенная исключительно для традиционного офлайн-формата. Эффективность такого подхода подтверждает мировой опыт всех развитых стран, где такой формат торговли алкоголем разрешён [7], [8]. Очевидно, учитывая тот же мировой опыт, потребуется доработка реестра держателей таких лицензий, позволяющих на законном основании реализовывать алкогольную продукцию, в том числе дистанционным способом. Работать такой реестр должен в режиме реального времени, постоянно мониторя рынок действующих лицензированных продавцов алкогольной продукции.

Стоит отметить, что для торговли слабоалкогольными напитками (как правило, до 6% содержания спирта) отдельной лицензии не требуется [1]. Этот же принцип, который уже успешно работает в традиционном канале продаж, стоит распространить в том числе на дистанционный.

Таким образом, дополнительный контроль за качеством и оборотом алкоголя не требуется – весь путь товара от его производства до розничной покупки можно проследить в соответствующих системах:

- "Меркурий" – данная система учёта товаров имеет широкий список маркируемых товаров, в который также входит алкогольная продукция;
- ЕГАИС – это система учёта, специализирующаяся непосредственно на алкогольных изделиях;
- "Честный знак" – это система учёта товаров многих категорий, в которые также входит пиво и слабоалкогольные напитки.

Более важный и требующий контроля аспект в контексте реализации алкогольной продукции через онлайн-канал – это вопрос получения товара несовершеннолетними лицами. Отметим, что данный вопрос продолжает быть не менее актуальным и в традиционной офлайн-сфере реализации алкоголя. Однако, дистанционный канал продаж имеет куда больший потенциал к контролю над данным процессом благодаря современным технологиям.

Как уже было отмечено ранее и предложено многими экспертами рынка, ключевой технологией здесь будет уже активно используемый по всей России, глубоко интегрированный во многие процессы и детально проработанный Единый портал госуслуг. Являясь по своей сути цифровым удостоверением личности (как соответствующие ID-системы в других странах), портал может генерировать уникальные QR-коды для каждого покупате-

ля. В совокупности с классическим документом, подтверждающим личность, такой QR-код поможет продавцам контролировать возраст получателя алкогольной продукции [4].

Не менее важен и контроль с другой стороны – контроль служб доставки и курьеров. Как показывает зарубежный опыт и что было отмечено ранее: именно в связи с халатностью лиц, осуществляющих доставку алкогольных изделий, их могут получить несовершеннолетние [2]. Необходима единая проработанная система обучения такого персонала ответственному обращению с алкоголем. Такая система будет состоять из двух этапов – теоретического и практического:

1) в рамках теоретического этапа лицо, работающее с доставкой алкогольных изделий, будет изучать особенности соответствующих товарных категорий, принципы их хранения и транспортировки, а также соответствующие местные правовые особенности, связанные с реализацией данной категории;

2) в рамках практического этапа лицо, работающее с доставкой алкогольных изделий, проходит специальный тест, технически имитирующий условия передачи товара получателю со всеми необходимыми данными – документом, подтверждающим личность, и QR-кодом из системы Госуслуг, и при успешном выполнении теста и отсутствии ошибок лицо допускается к работе с алкогольной продукцией и её транспортировке до покупателя.

Также благодаря современным технологиям можно регулировать время реализации алкогольной продукции в соответствии с региональными нормами, технически блокируя возможность продажи, несоответствующей законодательным нормам.

Если говорить в целом о вопросе регуляторики реализации алкоголя через онлайн, то именно такой канал имеет множество преимуществ, основанных прежде всего на его большом технологическом потенциале. Соответствующая автоматизация и техническое сопровождение может быть внедрено относительно всех субъектов и их участия в канале реализации алкогольной продукции через онлайн.

Таблица 2 – Ключевые способы и системы регулирования деятельности отдельных субъектов-участников реализации алкогольной продукции через онлайн-канал в Российской Федерации

Участники онлайн-канала продаж алкоголя	Сфера и способ регулирования	Система регулирования
Покупатели	Проверка возраста	Госуслуги
Службы доставки	Проверка возраста и соблюдения других норм	Единая система верификации возраста получателя алкоголя
Продавцы	Проверка соблюдения норм доставщиками	
	Техническое сопровождение при получении лицензии на торговлю алкоголем	Единая система лицензирования и соответствия продавцов нормам
Контролирующие органы	Проверка продавцов на наличие лицензий, а также на соблюдение условий этих лицензий	
	Проверка качества товаров	Меркурий, ЕГАИС, Честный Знак

Источник: составлено автором.

Логичным продолжением обсуждения регулирования процесса реализации алкогольной продукции через дистанционный канал будет вопрос ответственности за нарушение федеральных актов и региональных норм. Однако, чрезмерно глубокого и усложнённого анализа этот вопрос не требует, так как распространения влияния текущей законодательной базы, связанной с оборотом алкогольной продукции, на онлайн-канал будет достаточно для формирования чёткого и понятного свода правил для всех участников сопутствующих торгово-технологических процессов. Такой свод правил будет включать в себя следующие основные аспекты:

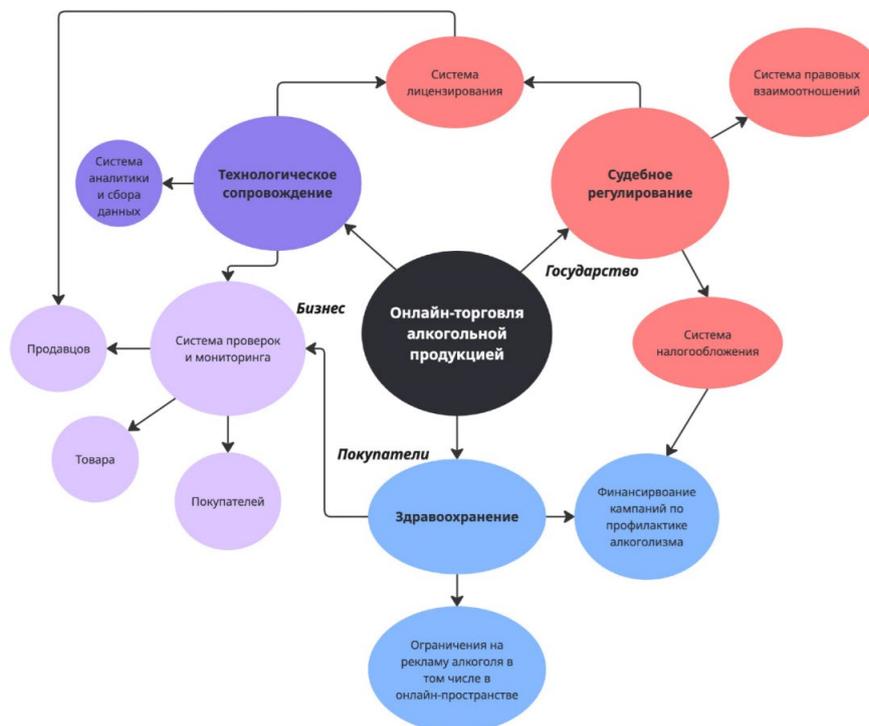
- обязательность наличия лицензии на производство, хранение, розничную продажу, оптовую продажу и доставку алкогольной продукции;
- влечение административной ответственности за нарушение действующих правил продаж алкогольной продукции;
- влечение уголовной ответственности за незаконное производство и оборот алкогольной продукции.

Другим важным аспектом реализации алкогольной продукции, в том числе через онлайн-канал, является такой аспект как налогообложение, который помимо стандартных НДС и налога на прибыль в сфере алкоголя включает в себя акцизные ставки, выплаты по которым должны своевременно осуществляться и фиксироваться. При этом важно и то, как данные налоговые сборы будут осваиваться, и тут, по мнению автора, одним из ключевых бенефициаров этой схемы должна быть именно государственная система

здравоохранения.

Для здравоохранения, в свою очередь, будет крайне важным аспект мониторинга работы онлайн-канала продаж алкогольной продукции, поэтому тут большую роль будут играть обеспеченные современными технологиями регулирования контролирующие органы, способные отчитываться перед структурами здравоохранения по ключевым показателям. Задачей же системы здравоохранения, в свою очередь, будет формирование и продвижение кампаний, направленных на информирование о вреде алкогольных изделий и их безопасном потреблении. Такие социально-информационные меры будут более эффективными и контролируруемыми, чем запретительные меры. Однако, запрет на рекламу алкогольной продукции также будет актуально распространить и на онлайн-канал.

На основе всего, что было обозначено выше, общую схему реализации онлайн-торговли алкогольной продукцией в Российской Федерации можно представить следующим образом.



Источник: составлено автором.

Рисунок 2 – Авторская схема регулирования реализации алкогольной продукции в Российской Федерации дистанционным способом

Такая единая комплексная схема, учитывающая все основные аспекты работы рынка алкогольной продукции, его мониторинга и регулирования должна поспособствовать процессу безопасной легализации дистанционных продаж алкоголя через так называемое "обеление" его "серой" зоны, что позволит легальным продавцам и покупателям алкоголя уверенно взаимодействовать в онлайн-пространстве, и через ужесточение регулирования "чёрной" зоны путём более жёстких и прямых мер по отношению к исключительно нелегальным субъектам рынка, представляющим опасность как для других продавцов, так и, что более важно, для покупателей. Однако, чтобы дать более однозначный ответ на вопрос эффективности предложенной схемы, стоит провести соответствующую оценку схемы регулирования реализации алкогольной продукции дистанционным способом в Российской Федерации.

Для оценки влияния предложенной схемы на объёмы рынка воспользуемся системой прогнозирования объёмов продаж при сохранении текущей конъюнктуры и прогноза продаж при внедрении предложенных рекомендаций. Прежде чем оценивать влияние рекомендаций, стоит вывести основную формулу расчёта прогнозирования динамики рынка, основанную на регрессионной модели. Выглядеть она будет следующим образом:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \times X_1 + \beta_2 \times X_2 + \beta_3 \times X_3 + \beta_4 \times X_4,$$

где:

Y – оборот рынка (зависимая переменная),

X – факторы, влияющие на оборот рынка (независимые переменные), к которым

относятся:

- X_1 – среднегодовой доход населения, тыс. руб.,
 - X_2 – прирост среднего уровня цен на алкоголь, %,
 - X_3 – уровень инфляции, %,
 - X_4 – влияние изменений в законодательстве, безразмерная величина,
- β – коэффициенты чувствительности объема рынка к соответствующим факторам:
- β_0 – свободный член, который показывает базовый уровень оборота,
 - β_1 – изменение оборота на каждую единицу изменения среднего дохода,
 - β_2 – изменение оборота на каждую единицу изменения прироста цен,
 - β_3 – изменение оборота на каждую единицу изменения уровня инфляции,
 - β_4 – изменение оборота на каждую единицу изменения влияния законодательства.

ства.

Если основная группа факторов (доходы, цены и инфляция) является интуитивно понятной и измеримой, то про такой фактор, как влияние изменений в законодательстве, стоит упомянуть отдельно. Влияние изменений в законодательстве на динамику оборота рынка алкогольной продукции – это прежде всего качественный фактор, который сложно измерить напрямую в привычных единицах. Однако, для его количественной оценки можно использовать так называемую прокси-переменную, отражающую степень и силу законодательных изменений. В рамках данной работы автором была присвоена следующая шкала влияния изменений в законодательстве на динамику оборота рынка алкогольной продукции, в которой использован шаг в 0,9 пунктов:

Таблица 3 – Шкала показателей влияния изменений в законодательстве на динамику оборота рынка алкогольной продукции и её характеристики

Показатель шкалы	Характеристика
0	Отсутствие существенных изменений в законодательстве
0,9	Незначительные ужесточения оборота алкогольной продукции
1,8	Значительные ужесточения оборота алкогольной продукции
-0,9	Незначительные смягчения оборота алкогольной продукции
-1,8	Значительные смягчения оборота алкогольной продукции

Источник: составлено автором.

Если говорить о примерах, то к незначительным ужесточениям можно отнести изменения, касающиеся обязательной маркировки алкогольной продукции федеральными специальными марками, к значительным – сокращение временных рамок для реализации алкогольной продукции, например – на региональном уровне. В то время как примером значительного смягчения оборота алкогольной продукции будет считаться легализация дистанционных продаж алкогольной продукции, причём в любом проявлении – будь то тестовый период в определённых субъектах или же полная легализация на всей территории России.

Таким образом, сведённые данные для расчётов прогноза динамики объёма рынка алкогольной продукции в Российской Федерации за 2021–2024 гг. представлены ниже.

Таблица 4 – Ключевые данные для расчётов прогноза динамики объёма рынка алкогольной продукции в Российской Федерации за 2021–2024 гг.

Год	Оборот рынка (Y)	Среднегодовой доход, тыс. руб. (X_1)	Прирост цен, % (X_2)	Уровень инфляции, % (X_3)	Влияние законодательства (X_4)
2021	303	350	7	8,4	0
2022	310	380	10	13,7	0
2023	298	410	9	11,9	0,9
2024	323	440	24	6	0

Источник: составлено автором.

До расчёта прогноза стоит применить метод наименьших квадратов к имеющимся данным и построить линейную регрессионную модель, где зависимой переменной будет оборот рынка, а независимыми переменными – факторы, влияющие на него: среднегодовой доход населения, прирост среднего уровня цен на алкоголь, уровень инфляции и влияние законодательства. Чтобы оценить степень влияния коэффициентов, следует использовать следующую формулу:

$$\beta = (X^T \times X)^{-1} \times X^T \times Y,$$

где:

X – матрица независимых переменных,
 Y – вектор зависимой переменной.

Сначала подготовим матрицу X и вектор Y:

$$X = \begin{vmatrix} 1 & 440 & 24 & 6 & 0 \\ 1 & 410 & 9 & 11,9 & 0,9 \\ 1 & 380 & 10 & 13,7 & 0 \\ 1 & 350 & 7 & 8,4 & 0 \end{vmatrix}$$

$$Y = \begin{vmatrix} 323 \\ 298 \\ 310 \\ 303 \end{vmatrix}$$

Для вычисления $X^T \times X$ посчитаем матрицу размером 5x5:

$$X^T \times X = \begin{vmatrix} 4 & 1580 & 50 & 40 & 0,9 \\ 1580 & 632\,200 & 20\,290 & 15\,186 & 351 \\ 50 & 20\,290 & 790 & 451,7 & 7,2 \\ 40 & 15\,186 & 451,7 & 468,86 & 10,71 \\ 0,9 & 351 & 7,2 & 10,71 & 0,81 \end{vmatrix}$$

Следующим шагом вычислим $X^T \times Y$ через:

$$X^T \times Y = \begin{vmatrix} 323 & + & 298 & + & 310 & + & 303 & = \\ 1234440 \times 323 + 410 \times 298 + 380 \times 310 + 350 \times 303 = 142120 + 121980 + & & & & & & & \\ 117800 & & & & & & 106050 & = \\ 48795024 \times 323 + 9 \times 298 + 10 \times 310 + 7 \times 303 & = & & & & & & \\ 7752 & + & 2682 & + & 3100 & + & 2121 & = \\ 156556 \times 323 + 11,9 \times 298 + 13,7 \times 310 + 8,4 \times 303 & = & & & & & & \\ 1938 & + & 3546,2 & + & 4247 & + & 2545,2 & = \\ 12276,40 \times 323 + 0,9 \times 298 + 0 \times 310 + 0 \times 303 = 268,2 & & & & & & & \end{vmatrix}$$

Для нахождения итогового значения β осталось рассчитать обратную матрицу $(X^T \times X)^{-1}$, которую вручную найти сложно, но через ускоренное вычисление с помощью Python можно получить следующие итоговые результаты:

$$\begin{vmatrix} 203,37 & 0,24 & 0,46 & -1,52 & -5,84 \end{vmatrix}$$

Интерпретировать эти результаты можно следующим образом:

- $\beta_0 = 203,37$ – базовый уровень оборота без учёта факторов;
- $\beta_1 = 0,24$ – увеличение оборота на 240 млн руб. на каждые 1 тыс. руб. роста среднего дохода;
- $\beta_2 = 0,46$ – увеличение оборота на 460 млн руб. на каждый процент прироста цен на алкоголь;
- $\beta_3 = -1,52$ – снижение оборота на 1,52 млрд руб. на каждый процент инфляции;
- $\beta_4 = -5,84$ – снижение оборота на 5,84 млрд руб. на условную единицу влияния законодательства.

Теперь полученные результаты можно подставить в изначальную формулу расчёта прогнозирования динамики рынка, основанную на регрессионной модели:

$$Y = 203,37 + 0,24 \times X_1 + 0,46 \times X_2 - 1,52 \times X_3 - 5,84 \times X_4$$

Чтобы сделать прогноз динамики объёма рынка алкогольной продукции на ближайшие 5 лет, нужны прогнозы по факторам на каждый год. Их можно сделать по классической формуле тенденции с учётом значений предыдущих лет и получить следующие результаты.

Таблица 5 – Прогноз ключевых данных для расчётов динамики объёма рынка алкогольной продукции в Российской Федерации за 2025–2029 гг.

Год	Среднегодовой доход, тыс. руб. (X_1)	Прирост цен, % (X_2)	Уровень инфляции, % (X_3)	Влияние законодательства (X_4)
2025	470	8	7	1,8
2026	495	7	6	0 / -1,8
2027	520	7	6,5	0
2028	545	6	6,1	0
2029	570	7	5,7	0

Источник: составлено автором.

Возвращаясь к такому фактору, как влияния законодательства, стоит уточнить те

значения, которые были получены. В 2025 г. влияние законодательства играет более негативную роль на динамику рынка в связи с введением региональных ограничений на время реализации алкогольной продукции в Вологодской области. В остальные годы проставлено значение 0, так как в рамках данной модели прогноза предполагается, что серьёзных изменений в регулировании рынка не произойдёт. В 2026 г. также проставлено второе значение данного показателя – -1,8, что соответствует смягчению оборота алкогольной продукции. Связано это с теоретической возможностью внедрения предложенной в рамках данной работы схемы регулирования реализации алкогольной продукции дистанционным способом. Предполагается, что такое обновление снизит негативный эффект от влияния изменений законодательства в области регулирования оборота алкогольной продукции.

Конкретное влияние при внедрении предложенных рекомендаций и при отсутствии внедрения можно рассчитать на основе конкретных данных, указанных в таблице выше. Исходя из них рассчитаем итоговый прогноз динамики объёма рынка алкогольной продукции в Российской Федерации за 2025–2029 гг. прежде всего без внедрения предложенной в рамках данной работы схемы.

Таблица 6 – Прогноз динамики объёма рынка алкогольной продукции в Российской Федерации за 2025–2029 гг.

Год	Расчёт	Прогноз объёма, млрд руб.
2025	$203,37 + 0,24 \times 470 + 0,46 \times 8 - 1,52 \times 7 - 5,84 \times 1,8$	298,70
2026	$203,37 + 0,24 \times 495 + 0,46 \times 8 - 1,52 \times 6$	316,73
2027	$203,37 + 0,24 \times 520 + 0,46 \times 9 - 1,52 \times 6,5$	322,43
2028	$203,37 + 0,24 \times 545 + 0,46 \times 7 - 1,52 \times 6,1$	328,12
2029	$203,37 + 0,24 \times 570 + 0,46 \times 7 - 1,52 \times 5,7$	334,73

Источник: составлено автором.

Таким образом, из-за в целом рассчитанного низкого базового уровня оборота в 2025 г. наблюдается спад объёма рынка. И это отражает реальность, так как в первой половине 2025 г. уже отмечается снижение объёмов реализации алкогольной продукции в сравнении с прошлыми годами [6]. Также на такое снижение оказывает существенное влияние как учтённое в проведённом анализе и введённое в 2025 г. региональное ограничение на время реализации алкогольной продукции в Вологодской области и общая антиалкогольная правительственная риторика, так и в целом обозначенный тренд на более осознанное потребление алкоголя или полный отказ от него среди населения [5]. В последующие годы показатель общего объёма рынка будет увеличиваться в среднем на 2-3% согласно прогнозу.

Однако, внедрив предложенные в рамках данной работы рекомендации по реализации программы дистанционной торговли алкогольной продукцией, можно получить уже новые данные, представленные в таблице ниже.

Таблица 7 – Прогноз динамики объёма рынка алкогольной продукции в Российской Федерации за 2025–2029 гг. с учётом внедрения предложенных рекомендаций

Год	Расчёт	Прогноз объёма, млрд руб.
2025	$203,37 + 0,24 \times 470 + 0,46 \times 8 - 1,52 \times 7 - 5,84 \times 1,8$	298,70
2026	$203,37 + 0,24 \times 495 + 0,46 \times 8 - 1,52 \times 6 - 5,84 \times (-1,8)$	327,24
2027	$210,49 + 0,24 \times 520 + 0,46 \times 9 - 1,52 \times 6,5 - 5,84 \times 0$	329,55
2028	$210,49 + 0,24 \times 545 + 0,46 \times 7 - 1,52 \times 6,1 - 5,84 \times 0$	335,24
2029	$210,49 + 0,24 \times 570 + 0,46 \times 7 - 1,52 \times 5,7 - 5,84 \times 0$	341,85

Источник: составлено автором.

Так, реализованная в 2026 г. авторская разработка способствует существенно увеличению объёмов рынка. Тем не менее, крайне важно отметить, что фактически это будет не увеличением количества продаж алкоголя в Российской Федерации, во многом это будет переход в легальную зону тех нелегальных продаж, которые ранее совершались лицензированными и сертифицированными продавцами в обход действующего законодательства. Это ранее в данной работе уже обозначенное "обеление" "серой" зоны рынка алкогольной продукции позволит не только увеличить показатель объёмов рынка алкоголя в России без фактического роста продаж, но и позволит расширить поступления в бюджет от новых легальных продаж алкоголя, которые ранее осуществлялись нелегально и никак в итоге в бюджете страны не осваивались. Вместе с этим, реализованная рекомендации не только перенаправит существующий поток продаж из нелегальной области в легальную, но и привлечёт новых качественных продавцов, технически обеспеченных для ведения дистанционной торговли, в том числе алкоголем.

Такой прорыв обеспечит наполнение легального рынка, в связи с чем в рамках расчётов, проведённых в таблице выше, базовый уровень объёма рынка, начиная с 2027 г., будет увеличен на 3,5% – именно на такой процент объём рынка в 2026 г. с учётом

внедрения предложенных рекомендаций превосходит этот же показатель, только без внедрения рекомендаций.

Здесь важно отметить, что сам по себе рост динамики объема рынка алкогольной продукции – не является позитивным показателем, к нему прежде всего стоит относиться как к статистическому факту, основанному в первую очередь на органическом росте и развитии как самого рынка, так и рыночной экономики страны в целом. Куда важнее здесь будет динамика нелегального рынка алкоголя в России, который, как было отмечено ранее, трудно оценить в конкретных цифрах, однако, его постоянный прирост в большом количестве не вызывает никаких сомнений. Такая динамика точно говорит о негативной тенденции развития данного сегмента. И, так как резкий прогнозируемый рост объема легальных продаж алкогольной продукции объясняется не новыми покупками, а уже существующими, которые просто становятся легализованными и доступными для статистики, то внедренная схема дистанционной торговли алкоголем в данном случае показывает себя как рабочий и эффективный инструмент для снижения объемов нелегального рынка алкоголя в России, а значит – и для развития не только конкретной продуктовой отрасли, но всего экономического сектора страны в целом.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 22.11.1995 N 171-ФЗ (ред. от 21.04.2025) "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции" Статья 16. Особые требования к розничной продаже алкогольной продукции, розничной продаже алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания, а также потреблению (распитию) алкогольной продукции.

2. Морозова В.А. Практика интернет-торговли алкогольной продукцией за рубежом / В.А. Морозова, Н.В. Лузина // От синергии знаний к синергии бизнеса: цифровая трансформация: сборник статей и тезисов докладов VII Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и преподавателей, Омск, 30 марта 2020 года / Омский филиал Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования "Московский финансово-промышленный университет "Синергия". – Омск: Общество с ограниченной ответственностью "Издательский центр КАН", 2020. – С. 265-269. – EDN SBXRJVJ.

3. Хисматуллин О.Ю. Отдельные аспекты развития правового регулирования дистанционной торговли в России / О.Ю. Хисматуллин // Евразийская адвокатура. – 2016. – № 2(21). – С. 90-92. – EDN VUWJFH.

4. Ассоциация компаний интернет-торговли [Электронный ресурс]. – URL: <https://akit.ru/news/vef-2024-glava-akit-o-razvitii-internet-torgovli-v-rossii> (дата обращения: 17.02.2025).

5. Деловое издание "Коммерсантъ" [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7638944> (дата обращения: 17.02.2025).

6. Федеральная служба по контролю за алкогольным и табачным рынками [Электронный ресурс]. – URL: https://fsrar.gov.ru/statisticheskaja_informacija/ (дата обращения: 22.04.2025).

7. Colbert S, Wilkinson C, Thornton L, Feng X, Richmond R. Online alcohol sales and home delivery: An international policy review and systematic literature review // Health Policy. 2021 Sep; 125(9):1222-1237.

8. Emily J.O'Donnell, et al. E-commerce and Alcohol Control: Legal and Ethical Challenges // Addiction Research & Theory, 2018.