



ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ТАБАЧНЫЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

М.В.Пестис, кандидат экономических наук;

Л.А.Язубец, старший преподаватель;

А.И.Сивук, старший преподаватель

УО «Гродненский государственный аграрный университет»,

e-mail: anna.ggau@mail.ru

Аннотация. В последние годы на табачном рынке Республики Беларусь происходит сокращение потребления табачных изделий, что вызвано демографической ситуацией, опережающим инфляцию ростом акцизов и цен, а также уменьшением доли курящего населения. На фоне изменения индекса ценовой доступности, а также неравномерного роста величины акциза на сигареты разных групп наблюдается массовое переключение потребителей на более дешевые марки сигарет. В связи с этим статья посвящена влиянию факторов на табачный рынок Республики Беларусь.

Ключевые слова: табачный рынок, факторы, марки сигарет, акцизный налог

FACTORS AFFECTING THE TOBACCO MARKET OF THE REPUBLIC OF BELARUS

M.V. Pestsis

L.A. Yazubets

A.I. Sivuk

Grodno State Agrarian University, e-mail: anna.ggau@mail.ru

Summary. In recent years, the tobacco market of the Republic of Belarus shows the reduction of the consumption of tobacco products, caused by the demographic situation, excise and price growth that outstrips the inflation as well as a decrease in the proportion of smoking population. Mass switching of consumers to cheaper brands of cigarettes is observed as the background of the change in the price accessibility index, as well as the uneven growth of the excise tax on cigarettes of different groups. In this regard, the article is devoted to the influence of factors on the tobacco market of the Republic of Belarus.

Key words: tobacco market, factors, brands of cigarettes, excise tax

Табачный рынок Республики Беларусь имеет ряд специфических особенностей, при этом некоторые из них нельзя отнести к положительным. Система квотирования уже сама по себе ограничивает свободную конкуренцию. Более того, производственная квота для внутреннего рынка существенно превышает его реальную потребность. Расчетная емкость рынка составляет не более 20 млрд. шт. сигарет, тогда как на 2017 г. объем квоты составляет более 29 млрд. шт., из которых более 22 млрд. шт. сигарет приходятся на долю ОАО «Гродненская табачная фаб-



рика «Неман» (ГТФ), в котором доля государства составляет 100%, и 7 млрд. шт. сигарет – на долю частного ООО «Табак-инвест» (Минск). В декабре 2016 г. ГТФ «Неман» приступила к производству востребованного рыночного формата «Queen Size». Первыми марками ГТФ, произведенными в данном формате, стали «Minsk Capital QS», «Minsk City QS», планируется выпуск новых марок в формате «QS»: «NZ Safari Pride», «NZ Gold QS». Прогнозируется, что ввод в эксплуатацию новой линии Comract позволит восполнить возникший дефицит продукции данного формата на внутреннем рынке в 2018 г.

Структура потребления сигарет на внутреннем рынке по итогам 2017 г. характеризовалась сокращением потребления иностранных брендов и увеличением отечественных марок, что является показателем усиления конкурентных преимуществ отечественных брендов по сравнению с иностранными. Произошел рост доли продаж табачных изделий низкого ценового сегмента (около 9% в период с декабря 2016 г. по июнь 2017 г.) за счет снижения доли среднеценового и верхнеценового сегментов. Прежде всего, «смещение» потребительского спроса в сторону отечественных марок сигарет объясняется их большей ценовой доступностью, что в условиях снижения реальных доходов населения является одним из главных факторов потребительского выбора.

Основным фактором, влияющим на табачный рынок является сложившаяся диспропорциональная структура акциза, при которой нагрузка на нижний ценовой сегмент в 2-3 раза ниже, чем на остальную продукцию, и это поощряет перепроизводство дешевых марок сигарет, что противоречит мировой практике. Все это приводит к глубокому искажению структуры самого рынка, ценовой декомпрессии. Очевидно, что и целям общественного здравоохранения такой подход также не соответствует.

С 2015 г. в особую группу, на которую устанавливается отдельная квота, выделены сигареты с фильтром нижнего ценового сегмента. Это сделало невозможным производство импортозамещающих международных марок первой ценовой группы, выпускавшихся ранее. Речь идет о популярных международных марках Magna и More, выпускавшихся фабрикой «Табак-инвест». Доля сигарет нижнего ценового сегмента составляет 70%. В нем доминирует ГТФ, занимая своими марками 80% объема выпуска таких сигарет. В результате установления непропорционально низкой ставки акциза на первую ценовую группу и ограничения доступа в данный сегмент другим игрокам фактически выстроена искусственная монополия на производство дешевых сигарет.

Существенная разница в акцизах на сигареты первой ценовой категории с одной стороны и сигареты второй и третьей ценовых категорий с другой стороны уже влияет на сокращение поступлений в государственный бюджет от акциза на табачные изделия. Рост налогов и иных платежей от первой ценовой группы не компенсирует их падение от второй и третьей групп. В 2016 г. миграция потребителя в низкий ценовой сегмент, привела к сокращению реализации сигарет среднего и верхнего ценовых сегментов примерно на 1,3 млрд. шт. Это произошло в основном за счет международных марок сигарет белорусского производства. В результате сократилось производство и реализация сигарет, которые обеспечивают наиболее существенные налоговые поступления. При этом международные марки, производственная квота которых составляет лишь 28%, обеспечивают 51% акцизных поступлений. В перспективе, если ситуация не изменится, эта тенденция будет усиливаться. Для компенсации выпадающих доходов бюджета от одной непроданной пачки сигарет второй и третьей ценовой группы необходимо продать две-три пачки первой ценовой группы, а это практически невозможно в условиях общего сокращения рынка и усилий государства по снижению потребления табачных изделий [1].

Для повышения эффективности производства, необходимо упростить действующую систему налогообложения табачных изделий путем введения единой специфической ставки. Мировой опыт показывает, что это наиболее адекватная система мер, позволяющая удешевить администрирование налога, обеспечить полную акцизную отдачу от всех сегментов и препятствовать нелегальному обороту.



В настоящее время в Беларуси ставки акциза средней и верхней ценовых групп уже достаточно приведены в соответствие с уровнем ставок, действующих в Российской Федерации, и составляют 85-90% от них. В то же время, ставка нижней ценовой группы находится на уровне не более 40% к действующей в РФ. Поэтому необходимо сближение ставок нижней ценовой группы со ставками средней и верхней ценовых групп. Если это не сделать, то в дальнейшем необходимость более резкой гармонизации может привести к ценовому шоку для потребителей, резкому сокращению объемов производства, и, как следствие, рабочих мест отечественных производителей. Такого сближения можно достичь путем постепенного опережающего увеличения ставки акциза для нижней ценовой группы, начиная с 2018 г., и дальнейшего упрощения акцизной системы вплоть до введения единой специфической ставки.

Уже многие годы в Российской Федерации и Казахстане действует метод трехлетнего планирования акцизного налога. Целесообразно рассмотреть возможность его внедрения и в Республике Беларусь. Такой подход позволит формировать предсказуемую и стабильную налоговую среду.

Согласно Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг. ключевыми индикаторами эффективности работы организаций с преобладающей долей государства в уставном фонде определены качественные показатели, направленные на решение задачи «низкие затраты – качественное производство – диверсифицированные продажи – прибыль»: экспорт товаров и услуг, рентабельность продаж, чистая прибыль, снижение затрат на производство продукции, работ, услуг [2].

Производство табачных изделий является материалоемким (более 85% в структуре себестоимости). Более того, оно является импортноемким (импортная составляющая в себестоимости около 70%). Мировой табачный рынок монополизирован транснациональными корпорациями, которые при производстве используют самые передовые технологии, обеспечивающие высокое качество, низкую себестоимость продукции и оптимальный уровень потерь сырья и материалов. В таких условиях единственный способ, обеспечить производство конкурентоспособной продукции – это использование прогрессивных энерго- и ресурсо-сберегающих технологий. Высокая конкуренция на современном табачном рынке, который полностью монополизирован международными корпорациями, требует оперативного принятия решений и постоянных затрат на модернизацию, связанных с быстроизменяющейся конъюнктурой.

Таким образом, учет основных факторов, влияющих на табачный рынок Республики Беларусь, позволит увеличить производство и сбыт продукции, повысить ее эффективность, а также выйти на внешний рынок и закрепить позиции на нем. Строгое фокусирование предприятий на развитии экспортных возможностей и диверсификации рынков сбыта позволит судить об узнаваемости белорусских брендов на зарубежных рынках.

Литература

1. Михальчук Л. Белорусский табачный рынок: реалии и перспективы // Белрынок. 6 сент. 2017. URL: <https://www.belrynok.by/2017/09/06/beloruskij-tabachnyj-gynok-realii-i-perspektivy/> (дата обращения 20.04.2018).

2. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы // Сайт Совета Министров Республики Беларусь. URL: <http://www.government.by/ru/> (дата обращения 23.04.2018).