

# «Не с того конца взялись»: перспективы развития рынка вина в России

**Е.С. КАРПУШИН**, кандидат экономических наук. E-mail: mfisk@yandex.ru

**А.С. СОЛОВЬЕВА**, Балтийский гуманитарный институт, Санкт-Петербург.  
E-mail: alinas25@mail.ru

В статье анализируются перспективы развития российского рынка вина, основные тенденции в данном направлении и прогнозы изменения ситуации на нем с учетом сложившейся негативной ситуации в экономике России. Указываются главные недостатки и проблемы развития российского виноделия. Формируются рекомендации производителям вина по усилению и созданию отечественных брендов, активизации маркетинговой активности.

*Ключевые слова:* вино, рынок, импортозамещение, потребление, контрафакт

В настоящее время мировая винодельческая отрасль переживает не лучшие времена, что связано с обострением конкуренции, однако виноделие по-прежнему занимает особое место в экономике стран, являющихся экспортерами и импортерами этого продукта, поскольку обеспечивает значительные поступления в бюджеты. Винопроизводство в России, несмотря на все трудности, с которыми ему пришлось столкнуться (мировой кризис, программы по борьбе с алкоголизмом, нехватка достаточного количества собственного виноградного сырья), характеризовалось в начале XXI века значительным ростом вследствие успешной реализации программ по обновлению промышленных мощностей.

Для России повышение интереса к данной отрасли было вызвано присоединением Крыма, обладающего обширными производственными возможностями. Значение виноделия подкрепляется стремлением Минздрава РФ решить важную социально-экономическую задачу по снижению алкоголизации населения за счет повышения потребления вина среди населения при параллельном сокращении доли крепкого алкоголя (повышение культуры потребления алкоголя). На это, в частности, указывает директор Федерального медицинского исследовательского центра психиатрии и наркологии Минздрава Т. Клименко [1].

## Стали ли россияне меньше пить? Производство и объем рынка

Винодельческая отрасль включает в себя два тесно связанных между собой направления: виноградарство (выращивание винограда) и виноделие. Ранее существовало ошибочное мнение об отсутствии виноделия в РФ, однако, по данным Всемирной организации вина и виноделия, еще в 2007 г. российские производители выпустили 7280 тыс. гектолитров данной продукции (гектолитр равен 100 л, дал равен 10 л), заняв 11-е место в списке стран, которые производят вино [2].

К крупнейшим производителям вина (тихих вин, т.е. не обладающих игристостью) в России в 2014 г. относились заводы: Минераловодский виноградных вин (3,2 млн дал), Гатчинский спиртовой (3,0), а также Торговый дом «Виктория» (2,4), АПФ «Фанагория» (1,9), Райпишекомбинат «Славянский» (1,6 млн дал) [3].

Крупнейшим собственником виноградников в России в настоящее время является винный комплекс «Ариант» (бренд – Château Tamagne), укрепивший свои позиции после покупки 2,5 тыс. га в Краснодарском крае (общая площадь сейчас – 8,5 тыс. га). В 2015 г. компания собирается заложить еще 0,5 тыс. га (объемы вложений – 10 тыс. долл. на гектар) [4].

Российский рынок вина демонстрирует разнонаправленную динамику: выручка от продажи вина растет, при снижении объемов проданной продукции (таблица).

**Объем российского рынка вина в 2004–2014 гг.**

Показатель	2004	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Объем рынка:								
млрд руб.	128,5	220,6	238,0	292,4	332,4	340,0	353,3	376,2
млн дал	88,2	105,8	106,5	123,9	125,9	117,2	113,2	112,1

**Источник:** данные компании Euromonitor International [3].

Из данных таблицы следует вывод, что рынок находится в состоянии постепенного падения, поскольку рост его объема в денежном выражении не выше уровня инфляции, а снижение с 2011 г. объемов производства в натуральном выражении лишь подтверждает эту тенденцию. По данным Минздрава, сокращается и потребление алкогольной продукции: в 2015 г. на душу населения

пришлось 11,5 л спирта против 13,5 л в 2014 г. [1]. Однако есть основания для сомнений: во-первых, Минздрав как государственная структура заинтересован в улучшении вышеуказанного показателя, кроме того, здесь не учитывается контрафактная продукция, объемы которой, по мнению экспертов, растут.

Чтобы получить объективную оценку, позволяющую адекватно прогнозировать перспективы развития легального и теневого рынка вина в России, на наш взгляд, следует принять во внимание следующие тенденции.

Падение потребления чистого спирта на душу населения (несмотря на то, что при расчете данного параметра учитываются люди, вовсе не потребляющие алкоголь, число которых увеличилось из-за роста рождаемости в 2010-е годы в сравнении с кризисом рождаемости в 1990-х годах) является объективным параметром, влияющим на рынок вина в целом и на российских производителей винограда – в частности (падение спроса и рост риска перепроизводства вина). Безусловно, Минздраву необходимо использовать другие статистические показатели, чтобы учитывать число младенцев и перепады в уровне рождаемости, например, исключать из численности людей, потребляющих алкоголь, лиц младше 15 лет (подобную методологию используют ООН и Всемирная организация здравоохранения).

Данные, полученные от вышеуказанных международных организаций, достаточно сильно отличаются от данных Минздрава: по статистике ВОЗ уровень потребления алкоголя в России в возрастной категории «15+» составил в 2014 г. 15,76 л чистого этилового спирта (четвертое место в мире) [5]. Для сравнения: по данным ООН, использующей ту же методологию расчета, средний уровень потребления спирта в России в 2003–2005 гг. составлял те же 15,7 л [6]. Если говорить о 2015 г., то ВОЗ также подтверждает падение потребления алкоголя в России, но лишь незначительное: около 15 л на человека (шестое место в мире) [7]. Данные за 10 лет убедительно свидетельствуют о том, что потребление алкоголя в России практически не меняется, а следовательно, в кратко- и среднесрочной перспективах потребление алкоголя в пересчете на чистый этиловый спирт останется неизменным, что не исключает передела рынка между легальным и теневым секторами, отечественными и зарубежными производителями, крепким алкоголем и вином.

Российским производителям приходится формировать свои прогнозы и планы по развитию отечественного виноделия, исходя из уровня конкуренции с западными производителями. В 2014 г. отечественные эксперты поняли ошибочность своих прогнозов по поводу грузинского вина: несмотря на ухудшение отношений с Грузией, граждане России весьма положительно восприняли возвращение вин из данной страны. Грузинские виноделы, которые отсутствовали на российском рынке с 2006 г., смогли практически мгновенно вернуть утраченные позиции. Не подтвердились прогнозы бывшего главного санитарного врача РФ и руководителя Роспотребнадзора Г. Онищенко о том, что «грузинским винам вряд ли удастся занять более 1% российского винного рынка». По данным Федеральной таможенной службы (ФТС), грузинские вина получили в 2013 г. 5,45% доли рынка РФ в натуральном выражении (2,42% – в денежном выражении; восьмое место среди импортеров вина в Россию) [8].

### **Винограда меньше, вина – больше**

Даже несмотря на присоединение Крыма, возможности российских виноделов на рынке весьма ограничены: нехватка винограда приводит к необходимости массовых закупок вино-материала за границей. По своим производственным возможностям (17,9 тыс. га виноградников; урожай винограда в 2014 г. – 70,2 тыс. т) Крым значительно уступает Краснодарскому краю, особенно при сравнении урожайности. В Краснодарском крае в 2014 г. было собрано 213,5 тыс. т винограда (в три раза больше, чем в Крыму) [3]. Следует подчеркнуть важность учета площади плодоносящих виноградников. Например, во многих источниках можно встретить не вполне корректные данные о площади виноградников в Крыму – более 30 тыс. га: почти половина их не приносит урожая, поэтому учет отражает лишь перспективу роста [9].

Принимая во внимание малые объемы производимого в РФ винограда, вызывает сомнение инициатива главы Минсельхоза А. Ткачева, выдвинутая в августе 2015 г., об ужесточении или даже запрете ввоза иностранных вино-материалов в Россию. Председатель совета директоров ОАО «Абрау-Дюрсо» П. Титов указал на недопустимость подобного шага в связи с тем, что это приведет к сокращению производства российского вина на 70%.

П. Титов отмечает дороговизну российского винограда по сравнению с импортным сырьем (эту ситуацию не смогла изменить даже девальвация рубля), на опасность роста производства фальсифицированного и крайне малую долю действительно российского вина [10]. Чтобы понять истинное положение дел с вином, изготовленным из российского винограда, достаточно взглянуть на данные таблицы за 2014 г. (112,1 млн дал) и сравнить их с объемами совокупного производства вин (без игристых) в Краснодарском крае и Крыму: только 16,9 млн дал [3]. Остальное произведено из импортного виноматериала. Объемы выращиваемого на территории РФ на 86,5 тыс. га (с учетом Крыма) винограда несопоставимы с потребностями российской винодельческой отрасли. Чтобы отказаться от закупок импортных виноматериалов, России требуется около 390 тыс. га виноградников, на что указывает генеральный директор группы «Фанагория» П. Романишин [4].

Увеличение объема выращенного винограда в России весьма проблематично из-за неблагоприятных климатических условий, длинного инвестиционного цикла, невысокой рентабельности производства вина, относительно небольшого спроса (риск перепроизводства). Рентабельность производства вина (без учета инфляции) составляет около 3%, для luxury-вина – около 13%, но для достижения такого высокого показателя, по мнению генерального директора винодельческой компании PoderNuovo Дж. Булгари, необходимо 50 лет (мировая практика) [11].

Стоит принять во внимание и ситуацию, сложившуюся в Армении, где производится большое количество винограда. В 2015 г. урожай в Армении был огромный: собрано 300 тыс. т винограда, и поскольку главным рынком сбыта является Россия, то из-за проблем в нашей экономике армянские фермеры вынуждены либо за бесценок продавать виноград, либо выбрасывать из-за отказов скупщиков его приобретать. Председатель Союза виноделов Армении А. Арутюнян указывает на беззащитность фермеров, поскольку «крестьяне остались один на один со своей судьбой» [12].

Повторение подобных ситуаций приведет к увеличению контрафактного производства вина из армянского винограда (виноматериала) в России, поскольку тяжким трудом выращивать виноград в России, когда высококачественный виноград бесплатно

пропадает в Армении, становится невыгодно [13]. Возникают опасения, что в такой же ситуации могут оказаться и российские виноградари при реализации непродуманных (не имеющих обоснования в виде маркетинговых исследований) программ по увеличению урожая винограда в России [14].

В дополнение к рискам перепроизводства винограда и вина в России резкое падение реальных доходов граждан РФ может серьезно ограничить платежеспособный спрос на вино (снижение реальной заработной платы за 11 месяцев 2015 г., по данным Росстата, составило 9,2%) [15]. Если учесть прогнозы заместителя руководителя Минтруда РФ Л.Ю. Ельцовой о том, что достижение уровня зарплат 2014 г. возможно лишь в 2018 г., то целесообразно при прогнозировании потребления и производства вина исходить из реальных данных за 2014 г. и не переоценивать перспективы рынка по росту потребления.

### **Увеличение акцизов – путь к росту контрафакта**

В текущей ситуации россияне будут переходить на нелегальный крепкий алкоголь, ситуация с которым и в прошлые годы была неблагоприятной. Если говорить о фальсифицированном вине (продукция не соответствует ГОСТу, в ней содержится вода), то, по данным руководителя Росалкогольрегулирования И. Чуяна, его доля составляла в 2013 г. около 40% [16]. Причины сложившейся ситуации, по мнению И. Чуяна, – низкие штрафы, недостаток общественного контроля.

Акцизы также стимулируют рост доли теневого рынка. Их увеличение, по планам Правительства РФ, должно было привести к падению потребления алкоголя в стране. Однако по факту акцизы служат лишь инструментом передела рынка в пользу теневого сектора, не отягощенного необходимостью их уплаты, соблюдения стандартов качества при производстве. Высокие акцизы эффективны только тогда, когда власти могут использовать меры, позволяющие пресекать незаконную деятельность по производству и реализации алкогольной продукции. В России такие меры не применяются, поэтому велика доля нелегальной продукции на рынке. В результате формируется недостоверная статистика о падении потребления алкоголя в стране за счет употребления водки в пользу слабоалкогольных напитков (в том числе вина).

В Министерстве финансов РФ поняли ошибочность своей политики и уже заявили о приостановке роста акцизов на крепкий алкоголь в 2016 и 2017 гг. Представитель министерства И. Трунин, обосновывая правильность данного решения, подчеркнул, что «увеличение налоговой нагрузки на предприятия привело к росту контрабанды из стран Таможенного союза» [16]. Реальная опасность усиления теневых производителей алкоголя была осознана на самом высоком уровне: бороться с нелегальными производителями будет вице-премьер А. Хлопонин [17]. По данным «Российской газеты», в 2016 г. установлены следующие размеры акцизов: 5 руб. за литр вина, 13 руб. за литр игристого вина; однако предусмотрено удвоение акциза в том случае, если оно сделано из импортного материала [18].

Акцизы на крепкие алкогольные напитки (в том числе на водку) составляют в 2016 г. 500 руб. в расчете на 1 л чистого спирта [19]. Становится очевидным, что вышеуказанное соотношение акцизов делает отечественное вино гораздо более конкурентоспособным в борьбе за потребителя. Правительство РФ, как и любая государственная организация, стремится к достижению социального, а не экономического эффекта в краткосрочной перспективе (это означает, что задача по снижению алкоголизации населения всегда превалирует над задачей увеличения объема собранных акцизов с алкогольной продукции). Именно в ограничении потребления вредной для здоровья продукции (табак, алкоголь) заключается приоритетная государственная задача в любом цивилизованном государстве (Россия не является исключением).

В теории данный краткосрочный социальный эффект в ущерб чисто экономическому (тоже краткосрочному) приводит уже в долгосрочной перспективе к значительному экономическому выигрышу (за счет снижения смертности и повышения качества и производительности труда). Но для реализации подобных сложных схем управления требуются профессиональные экономисты-менеджеры. Поэтому получается, что все вышеуказанные инициативы эффективны только в теории, а не на практике. Тема «акцизов» является очень острой в России: кто-то поддерживает идею вытеснения водки и прочего крепкого алкоголя с рынка, кто-то справедливо указывает, что это лишь укрепит позиции теневого рынка.

Еще в 2009 г. в «Российской газете» обсуждалась проблема эффективности политики увеличения акцизов на алкоголь, осуществлялись попытки определения главной задачи Правительства РФ: достижение экономической (пополнение бюджета) либо социальной задачи (снижение уровня потребления алкоголя). Руководитель Центра разработки национальной алкогольной политики П. Шапкин высказал свое мнение о том, что решить одновременно обе задачи вообще вряд ли возможно [20]. В этой же публикации приводились мнения экспертов о прямой связи роста акцизов и увеличения объема нелегальной продукции. В целом складывается ситуация, когда увеличение (уменьшение) налогов ведет к неэффективному решению и экономической, и социальной задач, что свидетельствует об общей нецелесообразности любых сугубо финансовых рычагов управления в производстве алкогольных напитков.

Эксперты «Российской газеты» четыре года спустя вернулись к обсуждению данной проблемы. Британский экономист К. Сноудон назвал идею отлучения россиян от пьянства посредством роста налогов (акцизов) «утопическим идеалом» [21]. Аргументируя свою позицию, он указывает на неэластичность спроса на алкоголь и табак: люди склонны сокращать расходы на другие товары, нежели на подорожавшие алкоголь и табак (это справедливо и для газированных сладких напитков, и в отношении жирной нездоровой пищи). К. Сноудон скептически отзываясь и о мировой практике высоких акцизов на алкоголь и табак (в том числе в Великобритании), указывая на частые случаи отравления суррогатным алкоголем.

Главный вывод упомянутой статьи таков: «Экономический рост создает эффективные стимулы для населения вести более насыщенный, здоровый образ жизни» [21]. Ее авторы считают, что введение высоких акцизов оказывает воздействие только при пропорциональном росте ВВП на душу населения. Силовые варианты принуждения населения к трезвости (рост акцизов, вырубка виноградников и прочие радикальные меры) так же неэффективны, как и любая политика принуждения, которая приводит к обратной реакции: к протесту.

Стоит учитывать и мнения экспертов, согласно которым потребление вина характерно для относительно состоятельной прослойки населения, то есть увеличение его покупок

возможно только при росте доходов граждан РФ. В ситуации падения реальных располагаемых доходов люди все охотнее будут переходить на всевозможные медицинские настойки, спиртосодержащие жидкости – тоники для волос (100-граммовая бутылочка стоит лишь 14 руб. при содержании спирта 75%), антимозольные, средства для роста волос и чистки ванны и т. д. Объем данного сегмента, по данным руководителя Центра исследования федерального и регионального рынка алкоголя В. Дробиза, составляет 10% рынка (около 135 млн л) [22]. Необходимо помнить и о росте самогонарения: себестоимость производства литра самогона, по данным газеты «Московский комсомолец», составляет лишь 40 руб. [22].

В результате легальные производители алкоголя вынуждены сокращать производственные мощности, увольнять персонал, государство недополучает налоги, растет смертность от употребления некачественного алкоголя. Согласно данным ВОЗ, за 2012 г. 5,9% смертей в мире связано с алкоголем, что превышает смертность от ВИЧ/СПИДа (2,8%) и туберкулеза (1,7%). Для мужчин показатель смертности от алкоголя еще выше: 7,6% [23].

Не стоит совершать ошибку всех антиалкогольных кампаний (в том числе и в СССР): качественный алкоголь должен быть доступен в магазинах, а снижение потребления должно происходить за счет повышения уровня жизни населения, пропаганды, а не запретов и высоких акцизов. Несоответствие цены алкоголя и социально-экономических потребностей населения приводит лишь к росту нелегального рынка, сопровождаемого поддержкой населения, что делает борьбу с ним практически невозможной.

### **Эта бессмысленная ЕГАИС**

Расцвет нелегальных производителей алкоголя заставляет задуматься об эффективности функционирования Единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС). Она призвана выявить абсолютно все этапы производства: от сбора винограда до продажи бутылки вина в конкретном магазине (ЕГАИС контролирует все виды алкогольной продукции). Данная система была внедрена еще в 2005 г. (разработчик – ФГУП НТЦ «Атлас»). Однако уже в 2006 г. премьер-министр РФ М. Фрадков был проинформирован министром финансов о неработоспособности ЕГАИС [24]. Причины – отсутствие

необходимых «работающих» законов, несогласованность работы отдельных ведомств, слабое техническое обеспечение, нехватка необходимой информации для регистрации в ЕГАИС, отсутствие акцизных марок из-за задержек их печати и т. д. Эксперт В. Хмельницкий справедливо указывает на то, что «данные ЕГАИС никому не нужны»: их объем слишком велик, чиновники физически не в состоянии адекватно проанализировать их [24].

В конце 2015 г. эксперты и чиновники алкогольного рынка совместно обсуждали проблемы ЕГАИС. Председатель Алкогольной ассоциации Татарстана А. Галимова указала на тот факт, что ЕГАИС является лишь альтернативной формой учета продаж, а не методом борьбы с нелегальным рынком алкоголя [25]. Кроме того, ЕГАИС будет внедряться в сегменте HoReCa (отели, рестораны, кафе) только в июле 2017 г. Член комитета по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты В. Цыганков высказался о недостатках ЕГАИС: это невозможность регистрации штрих-кодов, учета продукции в ЕГАИС, технические сложности ее внедрения в регионах, чрезмерная дороговизна, что приводит к вытеснению добросовестных бизнесменов, их уходу в тень [25].

Продолжая негативные отзывы бизнесменов о ЕГАИС (положительные отсутствуют), стоит отметить случаи реализации продукции в обход закона: «Некоторые магазины, не подключившиеся к системе, расплачиваются с поставщиками наличными, то есть проводят товар мимо ЕГАИС» [26]. Вообще статус ЕГАИС остается весьма размытым: хотя система внедрена еще в 2005 г., обязательной для оптовых и розничных торговцев она стала только 01.01.2016 г. Однако 31.12.2015 г. Д. Медведев подписал постановление об отсрочке внедрения ЕГАИС до 20 апреля 2016 г. для розничной торговли (это означает, что розничным магазинам не обязательно работать в ЕГАИС) [26].

Но главный недостаток ЕГАИС – в том, что данная система является автоматизированной (а не автоматической). Это означает, что она работает только при активном участии людей, которые по своему усмотрению вносят в нее данные, имея, таким образом, более чем достаточные возможности для ее обмана. Показательным примером является проверка качества краснодарских вин, осуществленная Росалкогольрегулированием и ФНС: 70% вин оказались фальсификатом, однако на каждой фальшивой бутылке

была наклеена абсолютно легальная акцизная марка, что свидетельствует о том, что фальсификат производится на легальных заводах [27]. Что же помешает теневым бизнесменам аналогичным образом производить и продавать фальшивые вина и при ЕГАИС? Эффективность ЕГАИС совершенна неочевидна и крайне сомнительна.

### **Работа над качеством**

Большой объем нелегального вина на рынке России заставляет задуматься и о качестве российского вина в целом. При анализе источников можно встретить информацию о так называемом «порошковом» вине. Мы считаем необходимым указать на большое количество недостоверных и неполных данных на телевидении, в Интернете и прочих СМИ. Люди, являющиеся экспертами в области виноделия и виноградарства, весьма негативно отзываются о термине «порошковое вино», называя его вымышленным, методологически неверным (в официальной терминологии никаких порошковых вин нет). Существует большое количество технологий производства вина, что не позволяет уверенно утверждать, по каким именно производят то или иное вино в России. Можно говорить лишь о том, что в вино действительно добавляют красители, заменители, концентраты, различные пищевые добавки с маркировкой «Е», воду, спирт, дрожжи, сахар и прочие «ненадлежащие» ингредиенты [28]. С учетом повсеместной практики изготовления «отечественного» вина из виноматериалов сомнительного качества и происхождения, не соответствующего ГОСТу, не имеющего документов, свидетельствующих о его производителе, качестве и прочих характеристиках, приходится констатировать: большая часть вина в России не соответствует высоким стандартам качества.

Тем не менее качественное вино в России все же есть, хотя его доля на рынке исчисляется несколькими процентами. «Российская газета», поддерживая репутацию отечественных виноделов, указывала на тот факт, что «в России производятся вина, качество которых не уступает лучшим мировым образцам, например, ледяное вино (дорогой десертный напиток, изготавливаемый из винограда, замороженного на лозе). Ранее хорошие ледяные вина могли делать только в Канаде и Германии» [29].

Российские виноделы регулярно участвуют в международных конкурсах и получают заслуженные награды. Например, белое вино из Ростовской области «Донская чаша» 2009 г. (Винодельня «Ведерниковъ») получило признание в Европе, завоевав золотую медаль на дегустационном конкурсе MundusVini (Германия) [30]. Разумеется, цены на подобные вина выше, чем на обычные: около 600 руб. за бутылку 0,75 л (выбор – за платежеспособным потребителем).

Учитывая приведенные выше реалии рынка, производителям вина в России необходимо усилить работу по созданию известных отечественных брендов вина, причем в дешевом, наиболее массовом ценовом сегменте. В элитном сегменте без подобной работы не обойтись, поскольку покупатель не заплатит несколько тысяч рублей за бутылку вина, о котором он ничего не знает и не является ценителем данного алкогольного продукта. Если же говорить о дешевом вине, которое может быть достаточно качественным (на что указывают эксперты), то граждане России зачастую не могут назвать ни одной марки вина отечественного производства. Активная реклама при соблюдении строгих стандартов производства и контроля качества позволит создать новый бренд, что увеличит долю отечественных производителей на российском рынке, а также позволит популяризировать данный напиток. Это будет способствовать и выполнению государственных программ по снижению алкоголизации населения в целях получения социально-экономического эффекта.

Несколько рекомендаций по созданию отечественных винных брендов.

1. Использование в названиях вина иностранных слов может запутать потребителя относительно страны-производителя продукта, поскольку именно наличие слов на русском языке на этикетке убеждает покупателя в отечественном происхождении товара. Кроме того, русские названия лучше запоминаются наиболее массовой категорией потребителей, не знакомых с иностранными языками. Такие названия, как *Château Tamagne*, имеют полноценные аналоги в русском языке: «Таманская крепость». Учитывая, что «Шато Тамань» изготавливается из винограда, выращенного на Таманском полуострове (Краснодарский край), то отечественное название выглядит оправданным, в том числе

и с точки зрения маркетинга в части позиционирования «отечественного товара».

2. Неспособность и нежелание российских производителей придумать русское наименование для вина свидетельствуют о слабой организации производства в целом, в том числе и маркетинговой деятельности. Импортзамещение как стратегия должно проходить во всех элементах, в том числе и в такой составляющей, как бренд.

Удачным примером истинно отечественного является бренд «Вина Кубани – гордость России». В совокупности с удачным и легко запоминающимся логотипом данный бренд отвечает вышеуказанным требованиям и является стандартом качества. Очень важно, что разместить данный знак качества на своей продукции имеют право лишь те, кто производит вино только из винограда, выращенного «в определенной географической местности Кубани» и отвечающего регламентированным стандартам качества [31]. Это позволяет предоставить потребителю достоверную информацию (заметим, что нередко вино только прошло процедуру розлива в бутылки в России, а виноград выращен за пределами РФ).

Однако данный бренд, несмотря на все положительные черты, относительно мало известен в России: купить в российских супермаркетах вино, на этикетке которого размещен данный знак, весьма проблематично. На этот факт указывает президент Союза сомелье и экспертов России А. Саркисян. По его мнению, незнание покупателей о данном бренде (как и о кубанских винах) [32] говорит о неэффективности работы российских виноделов.

Подобный бренд в совокупности с проведением агрессивной маркетинговой политики необходим и для крымских вин. Несмотря на запрет рекламы алкогольной продукции на телевидении, вина можно рекламировать на телевидении по ночам (поправка принята в 2014 г.) [3]. Если Правительство РФ действительно заинтересовано в продвижении отечественного вина и снижении алкоголизации населения (замене крепкого алкоголя вином), то данную рекламу можно размещать на федеральных телевизионных каналах на льготных условиях.

Подводя итоги, отметим, что российским производителям вина необходимо учитывать общую негативную тенденцию снижения потребительской активности при определении перспектив

своего развития и провести большую работу по увеличению производства винограда, повышению качества вина, усилению маркетинговых стратегий, в том числе по созданию отечественных брендов.

## Литература

1. Усов А. Население РФ стало меньше пить: не на что и некому. URL: <http://newdaynews.ru/health/553423.html> (дата обращения: 25.12.2015).
2. URL: <http://www.cigarpro.ru/AboutVine/wine-in-Russia> (дата обращения: 04.11.2015).
3. Шамакина К., Пузырев Д. Правила роста: от чего зависят продажи российского вина. URL: <http://www.fanagoria.ru/public/202> (дата обращения: 17.12.2015).
4. Шамакина К., Галактионова А. Крупнейший собственник виноградников в России увеличил земли на 40%. URL: <http://www.rbc.ru/ins/business/28/05/2015/5565993b9a79472a8d563dbe> (дата обращения: 07.01.2016).
5. Рейтинг стран мира по уровню потребления алкоголя. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-alcohol-consumption/info> (дата обращения: 27.12.2015).
6. Алкоголь в России – из доклада ВОЗ. URL: <http://mozhblag.prihod.ru/2015/03/08/alkogol-v-rossii-iz-doklada-voz> (дата обращения: 21.12.2015).
7. Топ 10. Самые пьющие страны мира 2015 года. URL: <http://top10a.ru/samye-pyushhie-strany-mira-2015-goda.html> (дата обращения: 26.12.2015).
8. Пузырев Д. Поставки хванчкары в Россию вдвое превысили ожидания рынка. URL: <http://rbcdaily.ru/market/562949990460503> (дата обращения: 11.12.2015).
9. Площадь виноградников в Крыму наметили увеличить в несколько раз. URL: <http://crimea.kz/104139-Ploshad-vinogradnikov-v-Krymu-nametili-ivelichit-v-neskol-ko-raz.html> (дата обращения: 01.01.2016).
10. Шарифулин В. Эксперт: запрет импорта виноматериала приведет к закрытию 70% российских предприятий. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2204167> (дата обращения: 02.01.2016).
11. Булгари Д. Мы планируем продавать в Украине 2% произведенного вина. URL: <http://gigamir.net/money/pub403543> (дата обращения: 26.12.2015).
12. Мгдесян А. Из-за кризиса в России коньячно-винные и виноградные хозяйства Армении оказались в форсмажорной ситуации. URL: <http://www.alcoexpert.ru/itnews/26331-iz-za-krizisa-v-rossii-konyachno-vinnye-i-vinogradnye-hozyajstva-armenii-okazalis-v-fors-mazhornoj-situacii.html> (дата обращения: 01.12.2015).
13. Карпушин Е. С. Посредники как часть экономической системы // Биржа интеллектуальной собственности. – 2014. – № 11. – С. 49–52.
14. Карпушин Е. С. Ограниченные возможности инвестиций в задаче обеспечения инновационного экономического развития России // Биржа интеллектуальной собственности. – 2014. – № 10. – С. 49–52.
15. Калюков Е. Падение доходов россиян ускорилось до максимума за полгода. URL: <http://www.rbc.ru/economics/17/12/2015/5672c1209a794758c1b6f90a> (дата обращения: 03.01.2016).

16. Скопинцева Е. Площади виноградников вырастут в 1,5 раза. URL: <http://www.eg-online.ru/article/249766> (дата обращения: 17.12.2015).
17. Парад контрафакта. URL: <http://www.ksonline.ru/stats/-/id/3314> (дата обращения: 27.12.2015).
18. Фомченков Т. В России выросли акцизы на алкоголь и табак. URL: <http://www.rg.ru/2016/01/01/akcizi-site-anons.html> (дата обращения: 02.01.2016).
19. Новые виды акцизов в 2016 году. URL: <http://www.business.ru/article/309-novye-vidy-aktsizov> (дата обращения: 21.01.2016).
20. Конищева Т., Чкаников М. Водка вызвала квоту. URL: <http://www.rg.ru/2009/08/03/alkogol.html> (дата обращения: 22.01.2016).
21. Терещенко А. Налоги на пороки. URL: <http://www.rg.ru/2013/06/18/snoudon.html> (дата обращения: 22.01.2016).
22. Бойчук В. Кризис заставил россиян перейти с водки на «фунфырики» и «чиканчики». URL: <http://beercomments.com.ua/krizis-zastavil-rossiyan-perejti-s-vodki-na-funfyriki-i-chikanchiki> (дата обращения: 31.12.2015).
23. Дмитричев И. ВОЗ: в России пьют в два с половиной раза больше спиртного, чем в среднем по миру. URL: <http://tass.ru/obschestvo/1180303> (дата обращения: 01.01.2016).
24. URL: <http://www.lobanov-logist.ru/library/362/55211/?print=Y> (дата обращения: 21.01.2016).
25. Галимова А. А., Самарина Н. Б., Дивнич Ю. И., Лебедев К. М. Расшифровка совещания ТПП и РСПП по ЕГАИС: «Правительство и нас всех грубо обманывает». URL: <http://profibeer.ru/main/7775> (дата обращения: 21.01.2016).
26. Поставщики алкоголя рассказали, как решают проблемы, возникшие после введения ЕГАИС. URL: <http://www.rosbalt.ru/federal/2016/01/13/1479403.html> (дата обращения: 21.01.2016).
27. Дуленкова А. Росалкоголь заставит фермеров декларировать собранный виноград. URL: <http://izvestia.ru/news/541624> (дата обращения: 21.01.2016).
28. Мурашев О. Кубанские вина – что такое порошковое вино? URL: <http://www.anarafuture.ru/vinodelie/kubanskie-vina-chto-takoe-poroshkovoe-vino> (дата обращения: 21.01.2016).
29. Узбекова А. Есть ли в России хорошее вино. URL: <http://www.rg.ru/2013/09/03/vinodelie.html> (дата обращения: 22.01.2016).
30. Золото российского вина – долгожданная награда! URL: <http://press.uiprask.ru/31577> (дата обращения: 21.01.2016).
31. URL: <http://www.kuban-alko.ru/logo> (дата обращения: 01.01.2016).
32. Кубанская винная карта продвинет бренд «Вина Кубани – гордость России». URL: <http://armavir.ru/novosti/2015/08/19/kubanskaya-vinnaya-karta-prodvinet-brend-vina-kubani-gordost-rossii> (дата обращения: 03.01.2016).