

# Стратегия пИТИЯ: водка или жизнь?

Недавно на форуме «Здоровье нации—основа процветания России» руководитель Федеральной службы России по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, главный санитарный врач страны Геннадий Онищенко заявил, что Роспотребнадзор подготовил концепцию (государственной политики по снижению масштабов алкоголизации российского населения. Общие потери от употребления крепкого и суррогатного алкоголя, по данным официальной статистики, составляют от 500 тыс. до 750 тыс. человек в год. Эксперты, законодатели и медики считают, что сейчас главная цель—изменить структуру потребления алкоголя в нашей стране.

**МАРГАРИТА НИКИФОРОВА**

На форуме Геннадий Онищенко особо отметил, что «за последние годы наблюдается существенный рост употребления слабоалкогольных напитков и пива» (с 1998 года — в три раза). По его мнению, это происходит за счет подростков и женщин в том числе детородного возраста, что в немалой степени способствует снижению уровня средней продолжительности жизни и росту показателей преждевременной смертности населения. Однако, согласно официальным данным, структура потребления алкоголя в стране выглядит так: 3,8 литра приходится на водку, 2,8—на пиво, 0,5 —на вино. А если принять во внимание популярные в российской глубинке различные суррогаты и контрафакты, а также всякого рода непившевые спиртовые жидкости, то доля крепкого алкоголя составляет порядка 8 литров на душу населения в год. В то время как в странах ЕС, по данным компании «Бизнес Аналитика», этот показатель в 3—4 раза ниже, а около 80% выпитого — это слабые алкогольные напитки, вино и пиво. Гак что, несмотря на относительный рост потребления слабоалкогольных напитков, Россия по-прежнему остается страной с северным типом потребления, для которого характерно доминирование крепкого алкоголя.

Между тем еще в прошлом году Геннадий Онищенко заявлял, что России следует переходить на «южный» тип потребления алкоголя. По его мнению, этот переход является важной составляющей частью в борьбе с алкоголизмом. А известный социолог Дарья Халтурина и вовсе гворит о необходимости жестких запре-

тительных мер со стороны государства в этом вопросе. Она приводит в пример Финляндию, где не удавалось добиться существенного роста продолжительности жизни мужчин вплоть до введения в середине 1970-х годов очень высоких цен на водку, которые привели к снижению ее потребления.

У нас запретительные и ограничительные меры всегда были неэффективными. Самый свежий пример — акцизная политика, проводимая государством в отношении пивоваренной отрасли. Законодатели, видимо, не учли, что Россия относится к числу стран, в которых ценовой фактор является определяющим для потребителя при выборе типа алкоголя. Сегодня соотношение стоимости 1 бутылки водки и 1 бутылки пива составляет 1 к 3. Для сравнения: в советские времена было 1 к 12. Это если говорить об официальной рознице. Но ведь ни для кого не секрет, что в любом городе нашей страны купить бутылку водки у какой-нибудь доброй бабы Маши или спиртовую настойку в аптеке за 30-40 рублей не проблема. А бутылка пива в среднем стоит 20 рублей. Позволю себе риторический вопрос — что выбирает среднестатистический россиянин с зарплатой 5—7 тыс. рублей, выпивающий не эстетства ради, а опьянения для? Отсюда и падение рождаемости и снижение качества и количества трудовых ресурсов.

Знают ли об этом авторы вышеупомянутой концепции? Люди они информированные и грамотные, так что, скорее всего, знают, но почему-то направляют свой должностной гнев совсем в другую сторону. Может быть, потому что производители пива открыты, прозрачны и не прячутся в тень?

На сегодняшний день пивоваренная отрасль является не только одним из самых динамично развивающихся секторов пищевой промышленности, но и надежным партнером государства. Экономические результаты деятельности пивоваров в прошлом году красноречиво об этом свидетельствуют. Пивоваренная отрасль на 100% выполняет свои обязательства перед бюджетом всех уровней. Одних лишь акцизов уплачено на сумму 22 млрд рублей. Всего пивоваренными компаниями в 2007 году перечислено 89 млрд рублей, более половины в региональные бюджеты. Отрасль активно инвестирует в смежные отрасли экономики. Объем инвестиций в развитие сельского хозяйства в 2007 году составил порядка 600 млн рублей. Производители пива закупают 70% отечественного солода, 60% стеклотары, 70% алюминиевых банок. Но и это еще не все: пивовары ежегодно выделяют порядка 300 млн рублей на благотворительность. В этом году показатели, надо полагать, снизятся, поскольку повышение акцизной ставки стало одной из причин замедления темпов роста производства пенного. По итогам первого полугодия он составил 2,1% (для сравнения: в аналогичном периоде 2007 года—31,4%).

Надо понимать, что динамичное развитие отрасли всецело зависит от законодательного регулирования и создания благоприятных нормативно-правовых условий. Перефразируя популярную ныне фразу можно сказать: «Мы — то, что мы пьем» И какими мы будем — безнадежно спивающейся нацией, пьющей дешевые суррогаты, или европейской страной с цивилизованной культурой потребления алкоголя—зависит от государства. В последнее время много говорится о Стратегии социально-экономического развития России 2020. Эксперты и государственные мужи ломают головы и копыя, каким путем идти стране дальше. На мой взгляд, основная дилемма стратегии формулируется предельно просто—водка или жизнь? Решим ее правильно — и ВВП поднимем, и Кубок мира по футболу выиграем, и на Марс полетим.