vinetur

Исследователи из ЮАР предложили трехуровневый акциз на пиво, который может сократить потребление чистого алкоголя с пивом на 14,3%

Модель предлагает Национальному казначейству ЮАР установить ставки акциза на пиво по крепости с порогами 3,5% и 4,5%, предполагая изменение состава продукции производителями.

пятница, 20 ноября 2026 г.



Группа исследователей из ЮАР предложила трехуровневый акциз на пиво, который, по их оценкам, может сократить потребление чистого алкоголя с пивом на 14,3%, побуждая производителей выпускать менее крепкую продукцию.

Предложение было изложено в анализе, опубликованном на Polity в четверг, 19 ноября, под заголовком «Как изменения акцизов на пиво могут спасти жизни». Polity сообщило, что в статье воспроизведена работа исследователей, связанных с Исследовательским подразделением по экономике подакцизных товаров (REEP) Кейптаунского университета. Предложение адресовано Национальному казначейству ЮАР, отвечающему за бюджетную и налоговую политику.

Исследователи не утверждают, что такое изменение акциза уже принято. Они моделируют, как иная структура акцизов могла бы повлиять на содержание алкоголя в пиве, продаваемом в ЮАР, если производители полностью отреагируют на налоговые стимулы и изменят состав своей продукции.

Это важное различие. Оценочное сокращение на 14,3% касается потребления чистого алкоголя с пивом, а не сопоставимого снижения общего объема продаж пива. Например, производитель может продолжать продавать примерно столько же пива, но снизить крепость некоторых брендов, чтобы они попали в более низкую налоговую категорию.

Согласно трехуровневой модели, акциз на пиво будет зависеть от объемной доли алкоголя, или крепости. В предложении указаны пороговые значения 3,5% и 4,5% в рамках более широкого аналитического диапазона, начинающегося с 0,5% об. Такая система должна создать более очевидный финансовый стимул для производства и продвижения пива с меньшим содержанием алкоголя.

Согласно анализу, такая структура может повлиять не только на налоговые поступления. Она способна затронуть рецептуру, ассортимент продукции, упаковку, ценообразование и позиционирование пива на рынке. Если бренд снизит крепость с уровня чуть выше порога до уровня чуть ниже, налоговая нагрузка на него изменится, что даст производителям стимул немного уменьшить содержание алкоголя — пусть даже на небольшую, но коммерчески значимую величину.

Исследователи также смоделировали четырехуровневую систему. В этом случае расчетное сокращение потребления чистого алкоголя с пивом достигает 15,7%. Таким образом, четырехуровневый вариант дает более выраженный эффект в модели, чем трехуровневый, но разница составляет всего 1,4 процентного пункта. Поэтому трехуровневое предложение в симуляции несколько менее радикально, но также показывает существенное снижение потребления алкоголя с пивом.

В публикации от 19 ноября не приводились новые данные о продажах пива. В ней обобщены результаты более ранних исследований и учтено методологическое дополнение, опубликованное в августе 2026 года. Эти цифры следует рассматривать как результаты моделирования политики, а не как новый статистический отчет об изменении поведения потребителей, объемов производства пивоваров или ежемесячных показателей рынка.

Это важное ограничение для выводов, которые можно сделать на основе этих цифр. В исследовании не приводятся абсолютные изменения объема продаж пива в литрах. В нем также нет сравнений продаж месяц к месяцу или год к году. В материале, на который ссылается статья от 19 ноября, отсутствуют денежные оценки — указаны только процентные изменения, связанные с потреблением алкоголя и крепостью напитков.

Предложение относится к сфере исследований так называемых подакцизных товаров, включая алкоголь, табак и напитки с высоким содержанием сахара. Государства нередко используют налоговую политику в отношении таких товаров не только для пополнения бюджета, но и для влияния на поведение потребителей. В данном случае речь идет о том, может ли налоговая система сместить рынок пива в сторону менее крепкой продукции без опоры исключительно на общее повышение ставок.

Акциз, точнее учитывающий крепость напитка, действовал бы иначе, чем единая ставка, при которой к широкому ассортименту пива применяются примерно одинаковые условия. В теории, чем теснее размер налога привязан к содержанию алкоголя, тем сильнее стимул для производителей снижать крепость, если потребители по-прежнему готовы покупать такой продукт. Это может включать изменение рецептуры уже существующих сортов, выпуск новых вариантов с пониженной крепостью или изменение маркетингового ассортимента в пользу продукции из более низких налоговых категорий.

В анализе говорится, что конструкция акциза имеет значение, поскольку может менять стимулы на всех этапах цепочки поставок. Пивоварни ориентируются на ожидаемую рентабельность. Розничные продавцы — на цены и спрос. Потребители — на доступный выбор и способы продвижения продукции. Многоуровневая система призвана повлиять на всех троих, сделав менее крепкое пиво относительно более привлекательным.

В то же время моделирование основано на серьезном допущении. В сценариях REEP предполагается, что производители полностью изменят рецептуру продукции в ответ на налоговый стимул. В реальности результаты могут

оказаться иными, если компании решат не менять рецептуру, потребители отвергнут менее крепкие версии популярных брендов или конкуренция заставит производителей взять на себя часть налоговых изменений вместо того, чтобы перерабатывать продукцию.

Эти оговорки означают, что предложение следует рассматривать как один из возможных вариантов политики, а не как прогноз. В нем описывается, что может произойти при определенных допущениях, а не то, что обязательно произойдет на рынке пива ЮАР.

Тем не менее эта работа дает Национальному казначейству конкретную основу для рассмотрения при оценке того, как акцизная политика может влиять на общественное здоровье. Главный вывод модели состоит в том, что на объем потребляемого алкоголя может влиять не только общий размер акциза на пиво, но и его структура.

Для пивоваров налоговая политика может стать фактором, влияющим на разработку продукции. Для политиков она представлена как инструмент, способный решать задачи шире, чем пополнение бюджета. А для рынка это означает, что даже небольшие пороговые значения крепости, например 3,5% и 4,5%, могут влиять на деловые решения, если с ними связана существенная разница в налоговой нагрузке.