

ДАЁШЬ "МОНОПОЛЬКУ"!

или, как вернуть государству реальный контроль над алкогольным рынком

Уже подзабытое, но всё же знакомое многим простонародное словечко - "монополька" означало в царской России не что иное, как "казённую винную лавку или казённую водку" (толковый словарь Ушакова). В начале XX века государственная монополия на производство и реализацию алкогольной продукции приносила немалый доход в казну.

Подобная ситуация наблюдалась и в советские времена, когда бюджет СССР почти на 15 процентов состоял из, так называемых, "пьяных денег". Но оставим пока моральную сторону рассматриваемого вопроса. Проблема "спаивания нации", хотя и существует, но, по-моему, слишком преувеличена. Во-первых, Россия, как ни странно, вовсе не является мировым лидером по количеству потребляемого на душу населения алкоголя, а во-вторых, каждый человек сам волен выбирать пить ему или не пить. И потому мы будем рассматривать интересующий нас вопрос в экономической плоскости.

Доходы советского государства от реализации водки и вина, измеряемые астрономическими цифрами, были сравнимы с доходами от продажи нефти. Но, увы, в начале 90-х, в период так называемой, приватизации, когда за бесценок были скуплены несметные богатства страны, в частных руках оказалась и алкогольная промышленность. Надо заметить, что с 1992 года, с того самого, когда была отменена государственная монополия на производство и реализацию спиртных напитков, пить меньше в России не стали, а значит и доходы от водки не уменьшились. Кстати, пить даже стали больше, хотя бы по причине социальных потрясений, но вот только миллиарды долларов прибыли от реализации водки, вина и пива, потекли в обход государственной казны, прямым образом в частные карманы. Таким образом, мы пришли к тому, что в 1997-2000 годах доля акцизов на алкоголь в доходах бюджета России составляла в среднем до 2 процентов.

Так нужно ли было разрушать вместе со всей экономикой и монополию на алкоголь?! Вопрос, понятно, риторический, и

сегодня надо не столько искать инициаторов подобного преступления против государства, сколько выход из создавшегося положения.

А положение на сегодняшний день таково. Согласно официальным данным Министерства по налогам и сборам (МНС) за год в России реализуется 4 миллиарда единиц алкогольной продукции. Примерно 10 процентов из них составляет подпольная продукция, а от 20 до 60 процентов - продукция заводского производства, но без уплаты акцизного сбора. Вообще за все годы, как был введён акциз на алкогольную продукцию, он не собирался в полном объёме ни разу. Например, в 1997 году поступило всего 42,3 процента от утверждённого бюджетом плана, в 1998 - 48, 2 процента. В прошлом году план также был не выполнен более чем на 40 процентов. За этими процентами стоят ни много ни мало миллиарды долларов (именно миллиарды!) не поступившие в государственную казну и осевшие в чьих-то грязных карманах. Как такое возможно? Очень просто. Вот хотя бы один из путей: федеральную акцизную марку, та которая наклеивается на пробку, не подделывает сегодня только ленивый. И значит количество "левых" неучтённых марок может быть любым. А что же более десяти степеней защиты, спросите вы, не спасают? Увы, все они полиграфические, а при современном развитии печатной техники, как говорил ещё Остап Бендер...

По данным Минэкономики России незаконный оборот в алкогольном секторе в 1997 году составил около 4 миллиардов долларов. Доходность нелегального предпринимательства достигает 600 процентов. Значительная часть этих средств используется на финансирование преступных сообществ.

Но колоссальные экономические потери государства - это только полбеда. Хорошо, если реализуемая без акцизов водка изго-

товлена на предприятиях и не уступает по качеству легальной, но ведь настоящим национальным бедствием стала за последние годы проблема потребления некачественной алкогольной продукции. Только за прошлый год в стране умерло около 34 тысяч человек от алкогольного отравления. Всего же, с тех пор, как была отменена государственная монополия на алкоголь, от отравлений некачественным алкоголем погибло более 300 тысяч человек. Сотни тысяч людей стали инвалидами. По сути речь идёт о демографической катастрофе.

"Кто Россию травит? Кто Россией правит?" - вопрошает Евгений Евтушенко в поэме "Казанские университеты" и отвечает: "Барыня стеклянная, водка окаянная". Что касается "правит", то тут - в точку. А вот кто "травит"? Этот вопрос в современной России остаётся пока без конкретного ответа...

Всё сказанное выше читатель слышал за последние годы неоднократно. Проблема - на поверхности. Но есть ли её решение? Бесспорно, есть. И можно сказать, что сегодня уже наметились определённые успехи. А началось всё в 1999 году, когда регионам было дано право вводить защитные меры в отношении спиртосодержащей продукции (Федеральный Закон "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции" от 07.01.99г.).

Тогда в регионах появились различные защитные знаки от простейших, использующих лишь типографские способы защиты, до сложных информационных систем идентификации алкогольной продукции, сутью которых являлся контроль всего приходящего и производимого в данном регионе алкоголя.

Одним из первых в 1998 году научнотехнический центр (НТЦ) "Атлас" федерального агентства правительственной связи и информации при президенте РФ разработал свою региональную систему "Атлас-СКАТ" (Система Контроля Акцизных Товаров).

(Продолжение на 3-й странице)

ДАЁШЬ «МОНОПОЛЬКУ»!

или, как вернуть государству реальный контроль над алкогольным рынком

Это в своём роде уникальная разработка, позволяющая контролировать выпуск и реализацию каждой бутылки. Именно каждой! Ведь наклеенная на бутылку марка, несёт в себе информацию, включающую и место изготовления, и дату, и номер партии, и, наконец, порядковый номер самой бутылки. То есть каждая марка индивидуальна, совсем как отпечатки пальцев у человека, а значит и не подделжит подделке. Например, марка, которая считывается сканером вторично, выдаёт на экране компьютера информацию: "данная бутылка продана" и указывается дата первичной проверки. Это на случай повторно использования. Ну а если же марка откровенно "левая", то компьютер просто не "прочтёт" нанесённый на неё штрих-код.

Система "Атлас-СКАТ" к концу 2000 года была внедрена в 12 регионах России. И везде, где бы она не вводилась, буквально через месяц были заметны положительные результаты. Например, в Ленинградской области, где система была введена одной из первых, спустя год поступление акцизов увеличилось на 182 процента! Примерно так же обстоят дела и в Карелии, и в Кемеровской, Свердловской, Ивановской и других областях, где успешно работает система "Атлас-СКАТ". Она зарекомендовала себя, как инструмент, позволяющий осуществлять эффективный контроль на алкогольном рынке. Она поставила надёжный заслон левой водке.

Ну а как же быть нам, рядовым покупателям? Не можем же мы в магазине проверять подлинность акцизной марки с помощью сканеров и компьютеров. На этот случай, марки имеют визуальную защиту в виде цветной голограммы. Однако, без специальных защитных мер, голограмма с объёмным изображением не служит гарантией от подделки. В марках ФАПСи в голографических защитных элементах ис-



пользуются скрытые изображения и микронадписи. Кроме этого, была введена ещё одна степень защиты.

Обыкновенный, на первый взгляд, белый порошок, изготовленный на основе редкоземельных металлов высочайшей чистоты, являющийся антистоксовыми соединениями высокой разрешающей способности (АСВР), обладает способностью светиться только в инфракрасном (ИК) излучении строго определённой частоты. Причём свечение может быть и зелёным, и красным, и синим, и даже... белым, что кажется не реальным. И, наконец, последние исследования позволили создать уникальное вспышечное высвечивание.

Изобрёл АСВР и способ его применения петербургский учёный, академик РАЕН Виктор Петрик. Изобретение запатентовано

и невооружённым глазом определить или увидеть его невозможно. Нанесённый тонкой полоской, скажем, по краю марки, он начинает светиться тем или иным цветом только, когда на него будет направлен маломощный источник ИК излучения (на снимке слева). Прибор, который даёт излучение, напоминает обыкновенную авторучку. Он доступен не только любому магазину, но и каждому, пожелавшему его иметь в личном пользовании. Таким образом, покупая товар в магазине, будь то алкоголь, как в рассматриваемом случае, или сигареты, или лекарства, или любой другой товар с защитной маркой, покупатель с помощью прибора ИК излучения может лично убедиться в подлинности марки, а значит и товара.

Наконец мы подошли к главному. С 1 января 2001 года введена в действие вторая часть Налогового Кодекса РФ, 193 статья которого предусматривает новые правила маркировки алкогольной продукции федеральными и региональными специальными марками, и новый порядок уплаты акцизов. Отныне уплата акциза будет разделена поровну между производителем и оптовым звеном (акцизным складом). То есть федеральная марка, производимая "Гознаком" будет также наклеиваться на пробку бутылки, а вот региональная марка до сих пор не определена. Известно наверняка лишь то, что она может быть в каждом регионе своя, не схожая с другими. С целью определения производителя региональных марок, правительство РФ выпустило Постановление № 1023 от 27.12.2000, которым предписывает "Органам исполнительной власти субъектов РФ провести конкурсы по отбору организации-изготовителя региональных специальных марок". Сегодня можно отметить двух реальных претендентов на роль "организации-изготовителя": "Гознак" и НТЦ "Ат-

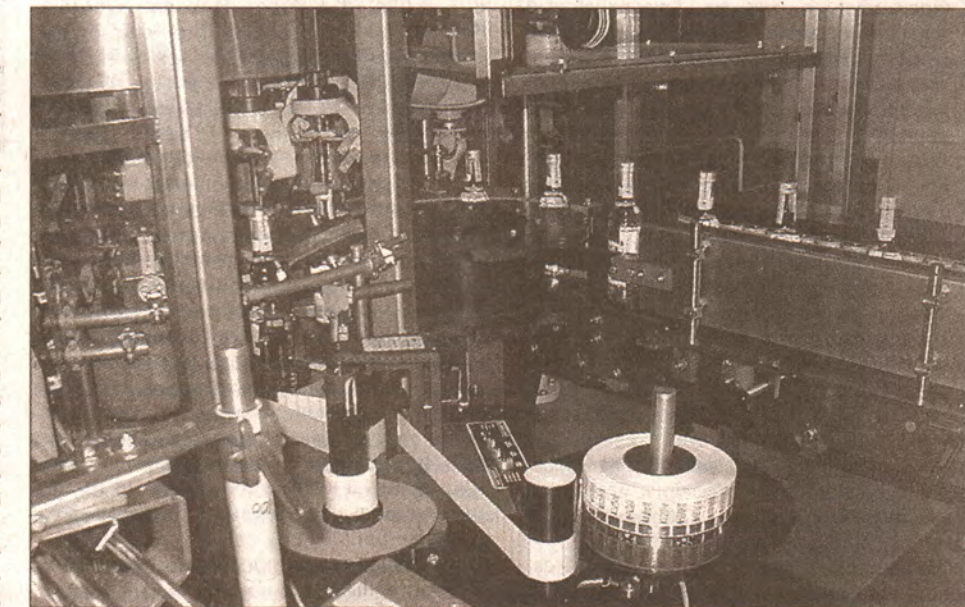
лас" ФАПСи. Тем более, информационная система "Атлас-СКАТ", разработанная ФАПСи, на протяжении трёх лет убедительно доказала свою состоятельность, как надёжный и уникальный метод максимального сбора акцизов. Система, которая позволяет контролировать выпуск и реализацию каждой отдельно взятой бутылки алкоголя, гарантирует и подлинность производства своих защитных марок.

Какие же ещё более лестные и убедительные характеристики можно привести! Теперь слово за региональными руководителями, для которых вопросы наполнения местного бюджета являются, по-

жалуй, приоритетными в их работе. Какая региональная специальная марка будет введена в их области, крае, республике решать им. Но выбор должен быть государственным. И только выбрав систему "Атлас-СКАТ" государство сможет реально, законным рыночным путём вернуть себе контроль над оборотом алкогольной продукции. А это - дополнительные миллиарды в российский бюджет, это реальная помощь пенсионерам, бюджетникам, военнослужащим, детям...

Пётр КОТОВ

На снимке: линия по изготовлению марок системы «Атлас-СКАТ»



Контактные телефоны для консультаций по внедрению системы "Атлас-СКАТ": в Москве (095) 289-14-29, в Петербурге (812) 303-90-20

«Голос Единства», 16.02.2001