

Российский табачный рынок один из самых крупных в мире. По своей емкости в натуральном выражении он уступает лишь китайскому, американскому и японскому. В России продается 270-280 млрд. табачных изделий (1999 год) на общую сумму примерно 2,1-2,5 млрд. долларов США, а потребление растет на 1,5-2% ежегодно. В Москве этот показатель еще выше. Жители столицы с каждым годом увеличивают потребление табачных изделий почти на 10%.

В начале 90-х российское правительство стремилось всячески поощрять вложения в местное сигаретное производство и создало просто райские условия для крупных табачных инвесторов. Тем временем, сами табачные корпорации на рынках практически всех цивилизованных стран испытывали беспрецедентное давление со стороны властей, постоянно увеличивающих акцизы с табачных изделий (в некоторых государствах Запаदा он составляет сейчас половину, а то и две трети розничной цены пачки сигарет), а также различных здравоохранительных и общественных организаций, заваливших суды Америки и Западной Европы исками к сигаретным монстрам на сотни миллиардов долларов США.

В России никакой борьбы за здоровье нации не предвиделось, наши налоги и акцизы были почти в пять раз ниже, чем в Финляндии и США, что стимулировало спрос.

Организация сигаретного производства в России была для западных компаний еще и баснословно выгодным бизнесом, по расчетам экспертов, 100 млн. долларов США, вложенные в российскую табачную фабрику годовой мощностью 30 млрд. сигарет, полностью возвращается через три года, и предприятие начинало приносить до 40% чистой прибыли в валюте. К 1998 году транснациональные корпорации "большой тройки" Philip Morris, BAT (поглотившая Rothmans) и JTI (поглотившая R.J.Reynolds), а также американская Liggett и германская Reemstma, вложив в общей сложности почти полтора миллиарда долларов, владели уже одиннадцатью сигаретными производствами, отвечающими самым современным западным стандартам.

Общие запланированные объемы производства "большой тройки" на 2000 год оценивались в 200 млрд. сигарет. Если к этому прибавить планы американской Liggett и немецкой Reemstma, то получалось, что все западные компании собирались выпустить на рубеже веков не менее 250 млрд. сигарет. То есть занять 86% отечественного рынка.

В своей производственной политике в России западные компании ориентировались в основном на выпуск сигарет среднего ценового диапазона. В этой ситуации большинство независимых российских фабрик выглядели весьма бледно. Их суммарная доля на рынке едва превышала 30%. Пожалуй, лишь "Донской табак", "Балканская звезда" и "Нево-Табак" чувствовали себя неплохо. Все три предприятия почти полностью обновили производственные мощности и смогли составить конкуренцию в своих регионах западным компаниям.

После 17 августа 1998 года потребители стали экономить на всем, включая сигареты. Спрос мгновенно сместился в сторону дешевой продукции, на которую и было ориентировано большинство независимых отечественных фабрик. Обретя второе дыхание, в 1999 году они увеличили выпуск на четверть (со 109 до 146 млрд. сигарет).

В этих условиях западным компаниям, доля рынка которых резко упала, не оставалось ничего другого, как стремительно расширить производство в России, чтобы за счет больших объемов и уменьшения импортных поставок готовой продукции (на нее пошлины больше, чем на табак) снизить цены. Западные компании продолжали наращивать производство и в 1999 году выпустили 140 млрд. сигарет и еще примерно 55 млрд. импортировали. Все это привело к тому,

что уже в 1999 году общее предложение табачных изделий в России превысило спрос почти на 57 млрд. сигарет (20% от объема потребления). В настоящее время табачный рынок России испытывает кризис перепроизводства, причем его острота постоянно нарастает. Если в начале 2000 года предложение превышало спрос на 57 млрд. сигарет, то концу года оно уже перешло рубеж в 1000 млрд. сигарет и продолжает увеличиваться. Начались ценовые войны, причем во всех сегментах. С 1 января 2001 года в связи с повышением акцизов на табачные изделия усугубится положение российских табачных фабрик. А вот на Украине с 1 января акциз понижен в два раза, и это тоже бьет по российским производителям. Если раньше многих наших табачников спасал легальный и нелегальный экспорт сигарет на Украину (по разным оценкам, туда продавалось от 30 до 40 млрд. сигарет в год), то теперь эти экспортные операции сигарет из России на Украину теряют всякий смысл.