

ИССЛЕДОВАНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА ТАБАЧНОЙ ОТРАСЛИ

Смирнова Е.Ю.

ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт табака, махорки и табачных изделий» (ФГБНУ ВНИИТТИ), г. Краснодар

Аннотация. В данной статье были исследованы сегменты рынка табачной отрасли Российской Федерации, установлены доли крупнейших компаний на рынке табачных изделий и объемы их производства, отмечена динамика покупательского спроса на различные ценовые сегменты продукции для оптимизации производства и сбыта табачной продукции.

Любой рынок с точки зрения маркетинга состоит из покупателей, которые отличаются друг от друга по своим вкусам, желаниям и потребностям. Все они приобретают товары, руководствуясь совершенно разными мотивами, поэтому необходимо понимать, что при разнообразии спроса и в условиях конкуренции, каждый человек будет неодинаково реагировать на предлагаемые товары и услуги.

Очень сложно удовлетворить запросы всех без исключения потребителей, так как у них имеются определенные различия в потребностях. Так, например, ряд потребителей предпочитают высококачественные товары и готовы заплатить соответствующую цену, тогда как другие имеют возможность приобрести товар с более низким качеством по невысокой цене. Может оказаться и так, что среднее количество и набор свойств при средней цене не удовлетворит ни одну из групп потребителей.

Актуальность работы обусловлена необходимостью исследования отечественного рынка табачной продукции с целью установления идентифицированных сегментов и их анализа.

Рыночная сегментация представляет собой, с одной стороны, метод для нахождения частей рынка и определения объектов, на которые направлена маркетинговая деятельность предприятий. С другой стороны - это управленческий подход к процессу принятия предприятием решений на рынке, основа для выбора правильного сочетания элементов маркетинга. Сегментация проводится с целью максимального удовлетворения запросов потребителей, а также рационализации затрат предприятия-изготовителя на разработку программы производства, выпуск и реализацию товара.

Одна из особенностей табачного рынка состоит в том, что он одновременно является и рынком услуг, и производственным рынком. В свою очередь, в качестве рынка услуг табачный рынок ориентирован как на страны, экспортирующие табачную продукцию по оптовым расценкам, так и на конечного потребителя рынков внутри этих стран. Анализ рынка табачной продукции в РФ целесообразно проводить по нескольким направлениям. Во-первых, необходимо определить основных крупных игроков данного рынка и выяснить долю объема, приходящуюся на каждого.

В данный момент на рынке табачной продукции РФ представлено около 900 разновидностей наименований табачных изделий, из них можно выделить примерно 350 семейств сигарет иностранного и отечественного производства. В России в табачной отрасли заняты около 65 тыс. человек и функционируют порядка 58 табачных предприятий [1].

По итогам 2015 года основные производители сигарет в России занимают следующие позиции:

- компания «Japan Tobacco International» (JTI) (производители: ООО «Петро», г. С-Петербург; ЗАО «Лигgett-Дукат», г.Москва), имеет долю на рынке в размере 34,4%;

- компания «Philip Morris International» (PMI) (производители: ЗАО «Филип Моррис Ижора», Ленинградская обл.; ОАО «Филип Моррис Кубань», г.Краснодар), имеет долю на рынке в размере 27,6%;

- компания «British American Tobacco» (BAT) (производители: ОАО «Бритиш Американ Табакко-СПб», г.С-Петербург; ОАО «Бритиш Американ Табакко-СТФ», г.Саратов), имеет долю на рынке в размере 21,5%;

- компания «Imperial Tobacco Group» (ITG) (производители: ООО «Империал табакко - Волга», г.Волгоград; ЗАО «Империал табакко - Ярославль», г.Ярославль), имеет долю на рынке в размере 6,1%;

- ОАО «Донской табак», г.Ростов-на-Дону, имеет долю на рынке в размере 8,8% [1].

Совокупная доля указанных компаний на российском рынке сигарет составляет 98,4 %. Остальные участники рынка имеют доли около 2,6%.



Рис. 1. Доли крупнейших компаний на рынке табачных изделий РФ

Доля компании JTI на российском рынке в натуральном выражении по сравнению с 2014 годом уменьшилась на 1,7% до 34,4 процента из-за роста конкуренции в среднем ценовом сегменте.

Доля PMI на российском рынке по результатам 2015 года выросла на 0,8% по сравнению с 2014 до 27,6% [2].

По результатам 2015 года доля рынка немного выросла и у British American Tobacco (BAT) – на 0,1% до 21,5% в натуральном выражении [3].

«Донской табак» в 2015 году занял четвертое место на рынке после транснациональных корпораций JTI, Philip Morris и BAT с долей рынка 8,8%. У «Донского табака» с широким ассортиментом недорогих сигарет достаточно большие объемы продаются в небольших городах и сельской местности, тем самым ему удалось опередить на 1 позицию иностранную компанию ITG [4].

Imperial Tobacco занимает пятое место среди производителей табака в России, доля рынка у компании — 6,1%. Доля за январь - сентябрь по отношению к доле в 2014 г. снизилась на 0,34%.

В результате рабочих встреч и совместных обсуждений текущего состояния рынка табачных изделий Управлением контроля химической промышленности и агропромышленного комплекса был выработан общий подход к ценовой сегментации рынка. Рынок табачных изделий условно делится на 5 сегментов:

- "Премиальный" (цена за пачку сигарет более 95 руб.);
- "Среднепремиальный" (от 75 до 90 руб. за пачку сигарет);
- "Средненизкий" (от 60 до 75 руб. за пачку сигарет);
- "Низкоценовой" (менее 60 руб. за пачку сигарет);
- "Сигареты без фильтра" [1].

Эти ценовые группы под влиянием инфляции, государственного регулирования и других факторов постоянно изменяются.

Таблица 1

Примерная доля крупнейших табачных компаний в различных сегментах рынка табачной продукции РФ

Табачные компании	Премиальный сегмент, %	Средне-премиальный сегмент, %	Средне-низкий, %	Низко-ценовой, %	Сигареты без фильтра, %
JTI	12,1	67,7	31,1	16,1	-
PMI	42,1	23,7	26,5	27,9	-
BAT	41,0	3,7	27,3	22,1	-
ITG	2,6	0,1	3,6	14,1	28,4
Донской табак	2,2	4,8	11,5	16,8	29,2
Балтийская ТФ	-	-	-	2,8	-
Погарская сигаретно-сигарная фабрика	-	-	-	0,2	42,4

В настоящее время табачный рынок РФ представлен широким спектром табачных изделий от сигарет «без фильтра» до элитных сигарет с фильтром. Спрос покупателей на «премиальные» сигареты упал на 0,5%, на «среднепремиальные» упал на 0,3%, а на «средненизкий» повысился на 1% и на «низкоценовой» повысился на 0,1%. Это говорит о том, что потребители из-за повышения цен на табачные изделия переходят от более дорогих марок сигарет к более дешевым.



Рис. 2. Сегменты рынка сигарет в 2015 г.

На сегодняшний день рынок табачной продукции крайне неустойчив. В связи с принятым «антитабачным» законом «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», вступившим в силу с 1 июня 2014 года, число курящих россиян снизилось на 17% и рынок табачной продукции сократился до 355,9 млрд сигарет в 2014 году [5,6].



Рис. 3. Производство табачных изделий в РФ (2011-2015 гг.)

В 2015 году производство сигарет снизилось еще на 6,2% до 294,5 млрд сигарет в год. По прогнозам крупных табачных фабрик в 2016 году производство табачных изделий сократится еще на 9%. Причиной сокращения рынка табачной продукции является рост акцизов и, как следствие, стоимость сигарет на фоне снижения покупательской способности [7].

Следует отметить, что внутри табачного рынка идет жесткая конкуренция, которая инициирует изменения на рынке, следствием которых являются появление новых видов продукции, новых компаний, перераспределение доли сегментов разной ценовой категории табачной продукции.

Таким образом, при исследовании сегментов рынка табачной отрасли Российской Федерации установлены доли крупнейших компаний на рынке табачных изделий и их объемы производства продукции, определены ценовые сегменты рынка табачных изделий, отмечена динамика покупательского спроса на различные сегменты. Определен наиболее востребованный ценовой сегмент табачной продукции – «средненизкий» с максимальным повышением доли потребительского спроса на 1 %. Анализ сегментов отечественного табачного рынка позволит оптимизировать характер, состояние и динамику отношений в рыночной среде между тремя основными субъектами рынка - производителем, потребителем и конкурентами, что является крайне актуальным вопросом.

Литература

1. Сборник статистических и оценочных показателей по табачному бизнесу Российской Федерации ассоциации производителей табачной продукции. - 10-е изд. доп. – М.: «Табакпром», 2015.
2. Официальный сайт компании «Philip Morris International» http://www.pmi.com/eng/media_center/press_releases/Pages/201507160659.aspx.
3. Официальный сайт компании «British American Tobacco» http://www.batrussia.ru/group/sites/BAT_7YLHWS.nsf/vwPagesWebLive/DO9ZCB4L?opendocument.
4. Официальный сайт компании ОАО «Донской табак» <http://dontabak.ru/publications/item/361>
5. Романова, Н.К. Современный табачный рынок России / Н.К. Романова // Сб. научных трудов КРИА. – Краснодар: Издат. Дом- Юг, 2015. – Вып. 24. – С.221-224.
6. Романова, Н.К. Состояние экономики табачного рынка России [Электронный ресурс]/ Н.К. Романова // Инновационные исследования и разработки для научного обеспечения производства и хранения экологически безопасной сельскохозяйственной и пищевой продукции: матер. Междунар. научн.-практ. конф. (06-26 апр. 2015 г., г. Краснодар). – С.444-446. URL: http://vniitti.ru/conf/conf2015/sbornik_conf2015.pdf
7. Официальный сайт международной аналитической компании «Nielsen» <http://www.nielsen.com>.