

Упаковочные материалы из полимеров

Рынок гибкой упаковки в России: тенденции развития.

Российский рынок упаковки является одним из наиболее динамичных. Такое положение напрямую связано с обстановкой на смежных с ним рынках потребляющих отраслей, и прежде всего в пищевой промышленности, на долю которой приходится около 50% рынка упаковки в целом и около 70% рынка потребительской упаковки.

Низкий уровень культуры потребления во многом был обусловлен повальным дефицитом и отсутствием предложения. Выпускалась только, так называемая, транспортная упаковка, а потребительской упаковки практически не было. Товары для розничной продажи упаковывать было не принято – в лучшем случае упаковка позволяла опознать продукт и обеспечить его сохранность, но чаще всего упаковкой служила дешевая бумага низкого качества, в которую продукт заворачивался при продаже.

Лишь после перестройки производители стали воспринимать упаковку как составляющую имиджа, повышающую конкурентоспособность товара. Возникла потребность в качественной упаковке с более сложными функциями. Предъявляемым требованиям могла соответствовать только западная продукция, которая и заняла более 95% рынка, общий объем которого, по данным за 1992 год, в натуральном выражении составлял всего около 20-30 тыс. тонн в год.

Одними из крупнейших заказчиков у производителей упаковки с середины 90-х годов стали известнейшие транснациональные FMCG-компании Unilever, Nestle, Cadbury, Mars. За десять лет существования на российском рынке упаковки произошли кардинальные изменения – в настоящее время по структуре производства и потребления и другим показателям он все ближе приближается к уровню развития европейских рынков. Правда, сейчас сложно сказать о дальнейшей судьбе рынка упаковки в целом в связи с мировым финансовым кризисом. Но в 1998 году кризис в России сыграл положительную роль в развитии упаковочного рынка: дефолт заставил производителей продуктов питания, напитков и товаров народного

потребления (в том числе международные компании - такие как Nestle, Unilever и проч.) перейти на отечественную упаковку. Замещение импорта внутренним продуктом предоставило отрасли возможность развиваться более высокими темпами.

Гибкая упаковка – что это?

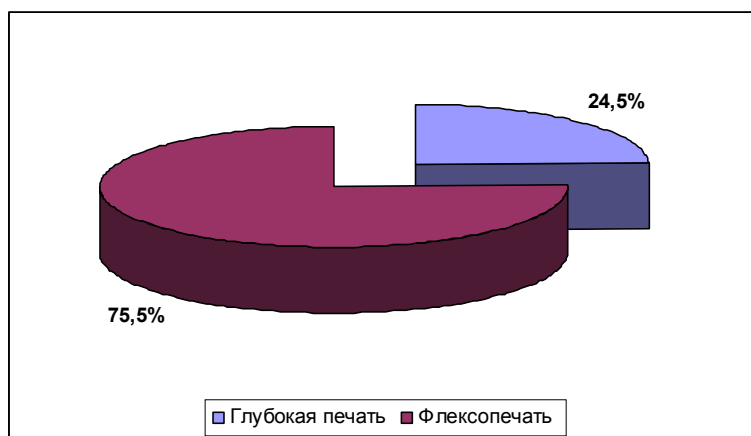
Из всех видов упаковки хотелось бы выделить гибкую упаковку, так как она является наиболее распространенным упаковочным материалом и самым широко применяемым видом упаковки.

Как уже говорилось ранее, упаковка, в общем, и гибкая упаковка, в частности, тесно связана с пищевой промышленностью. Одной из основных задач упаковки по-прежнему остается повышение конкурентоспособности отечественной продукции, в том числе за счет улучшения ее внешнего вида и повышения защитных свойств применяемых гибких упаковочных материалов. Самыми популярными являются:

- **плёнки из полиэтилена (однослойная или многослойная)**. Однослойная пленка в основном используется в производстве фасовки и пакетов для торговли. Многослойная — для упаковки моющих средств, кормов для животных и пр.;
- **плёнка из полипропилена**. Этот вид пленки наиболее распространен в производстве промышленной упаковки;
- **барьерные пленки**. Пока этот сегмент находится на начальной стадии формирования, в докризисные времена он развивался быстрыми темпами

Также рынок гибкой упаковки можно разделить на 2 сегмента глубокой печати. Это: ротогравюрная (глубокая) печать и флексография. На **Диаграмме 1** мы можем видеть, что большую долю российского рынка занимает флексопечать – 75,5%, тогда как глубокая печать все же лишь 24,5%. Это связано тем, что флексографическая печать более распространена, так как является финансово доступной и пользуется популярностью среди российских производителей. Сегмент глубокой печати более эксклюзивен, дорогостоящ и рассчитан на клиентов с высокими требованиями к качеству продукции.

Диаграмма 1. Соотношение сегментов глубокой печати и флексопечати на российском рынке (средняя оценка), % в натуральном выражении



ПРОИЗВОДИТЕЛИ ГИБКОЙ УПАКОВКИ

Число производителей гибкой упаковки в России по сравнению с серединой 90-х годов также резко возросло. Если в середине 90-х гг. было только 8—10 компаний, то сегодня их уже 70. Крупным производителем гибкой упаковки можно назвать предприятие, выпускающее более 500 тонн продукции в месяц. Пока в России таких компаний немного, хотя за последние пять лет на рынке упаковки определились очевидные лидеры, масштабы работы которых можно назвать общенациональными.

Перечислим производителей полимерной гибкой упаковки (в алфавитном порядке):

- | | | |
|-------------------|-------------------------------|------------------------|
| – «ГОТЭК-Полипак» | – «Охта» «Пакетти» | – «Славпак» «Славника» |
| – «Данафлекс» | – «Полимер» | – «Уралпластик» |
| – «Конфлекс» | – «ПО Пластик» | – «Фабрика упаковки» |
| – «Лиматон» | – «Полиграфоформление-Флексо» | – «Флексолэнд» |
| – «МКПК» | – «Компания Славич» | – FG Packaging |
| – «Мультифлекс» | – R-Print | – «Эдас Пак» |
| – «НТЛ-Упаковка» | | – «Экорт» и др. |

Источник: MA Step by Step

Существует также ряд компаний, размещающих заказы на печать упаковки за границей (в Турции и Китае). Эти посредники составляют конкуренцию отечественным производителям.

Российские компании контролируют около 80% российского рынка гибкой упаковки, в то время как на долю иностранных производителей приходится оставшаяся часть, среди них компании Alcan Packaging, Amcor Flexibles, Constantia Flexibles Group, CLP Industries. Несмотря на то, что эти игроки появились на рынке совсем недавно, они успели занять достаточно устойчивые позиции на рынке гибкой упаковки.

Amcor - глобальная корпорация, главный офис которой находится в Австралии. В 2008 году ежегодные продажи этой компании составили \$9,3 миллиарда. Компания имеет 21000 сотрудников, ее представительства располагаются в 260 городах в 38 странах мира, компания имеет 75 000 акционеров. Amcor Flexibles – подразделение компании Amcor, является лидером рынка и одним из самых крупных в мире поставщиков гибкой упаковки и упаковки для сигарет. Ежегодные продажи компании Amcor Flexibles составляют €1,8 миллиардов. Amcor Flexibles имеет заводы в 22 странах по всей Европе и в Америке. Компания является лидером в производстве упаковки для кондитерских изделий, снеков, йогуртов, напитков, сигарет и медицинских принадлежностей. Такой подход позволяет компании Amcor Flexibles стать предпочтительным партнером для клиентов, ищущих качественные и оптимальные решения в области упаковки.

Компания Alcan Packaging имеет 150 заводов в 30 странах Европы, Азии, Америки. Она производит весь спектр гибкой упаковки, в том числе материалы для молочной, кондитерской промышленности, материалы для косметической и табачной промышленности.

Constantia Flexibles Group является одним из мировых лидеров по производству гибких упаковочных материалов. Всего в группу входят 36 заводов, расположенных в разных странах мира, изготавливающих гибкие упаковочные материалы на основе фольги, бумаги, полимерных пленок для молочной, кондитерской и других пищевых отраслей, а также упаковку для фармацевтических препаратов, напитков и кормов для животных.

Компания C.L.P Industries Ltd. (Израиль) образовалась в 1971 году и на сегодня является одним из мировых лидеров производства гибкой упаковки для пищевой промышленности. Её экспорт составляет более 40% от производимой продукции и охватывает такие регионы как Центральная и Южная Америка, Канада, Западная и Восточная Европа, Дальний и Ближний Восток, Австралия, Южная Африка и т.д. Компания производит гибкую упаковку для клиентов в 26 странах мира. Потребителями ее продукции являются такие компании как Coca Cola, Nestle, Elite, Tnuva, J.M. Packaging, Best food, Walcan и другие.

Тенденции развития.

Сейчас все рынки можно рассматривать с двух сторон: в докризисный период и в кризисный период. Это же относится и к рынку гибкой упаковки. До кризиса среди потребителей отмечалось повышение спроса на упаковку с глубокой печатью, как на наиболее качественную продукцию, обеспечивающую повышение конкурентоспособности товара. В настоящее время кризис снизил инвестиционную привлекательность данного сегмента, и потребители (особенно небольшие компании) вновь обратились к дешевой упаковке.

И всё-таки хочется надеяться на лучшее и верить, что рынок будет расти и развиваться. До недавнего времени рынок гибкой упаковки действительно не стоял на месте. Он развивался не только количественно, но и качественно, вбирая в себя все возможные технические новинки, совершенствуя свойства упаковочных материалов.

Что же ждёт российский рынок гибкой упаковки в будущем, сказать сложно. Можно лишь сделать выводы, ссылаясь на обстановку, которая наблюдается сейчас. А наблюдать мы можем следующие – рынок имеет большой потенциал, чтобы развиваться, соответствуя мировому уровню, и постепенно этот потенциал реализуется с огромным прогрессом.

По сравнению с иностранным рынком, российский рынок гибкой упаковки является ненасыщенным и развивается более интенсивными темпами (10-15%).

Говоря о глубокой печати, важно отметить, что сегмент по-прежнему остается перспективным. Для глубокой печати в России характерно присутствие иностранных игроков, тогда как флексопечать, в основном, представлена российскими производителями. Последние имеют на рынке жесткую конкуренцию и практически не имеют свободных ниш. В дальнейшем развитие флексопечати будет обуславливаться тенденцией перехода на производство многослойной пленки.

Среди прочих тенденций важно не забыть и про конкурентную среду. Тут наметились следующие тенденции: усиление конкурентоспособности местных производителей, укрупнение игроков и глобализация сферы печатной индустрии.