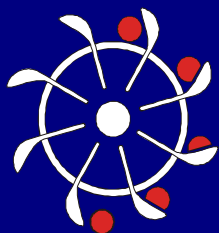


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТАРЫ И УПАКОВКИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва



ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диаграмм	9
Список таблиц	11
Выдержки из исследования	13
Мировой рынок упаковки	13
Производство.....	13
Сегментирование Рынка.....	15
Сегментирование Рынка по назначению упаковки	15
Ценовое сегментирование Продукции.....	16
Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении.....	17
Темпы роста Рынка	17
Темпы роста некоторых сегментов Рынка.....	17
Основные тенденции в потребительском сегменте	18



АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: изучение текущего состояния Рынка, анализ конъюнктуры, выявление основных тенденций.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Задачи исследования:

- § изучение макроэкономической ситуации, влияющей на Рынок
 - § сегментация Рынка, выявление основных тенденций развития сегментов
 - § оценка объема Рынка и его темпов роста
 - § конкурентный анализ основных игроков Рынка с выделением их конкурентные преимуществ и недостатков
 - § определение основных характеристик потенциальных потребителей продукции
 - § определение факторов, благоприятствующих развитию Рынка, и сдерживающих рост Рынка
- оценка перспективы развития Рынка

Кол-во страниц: 161 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 23 диаграмм, 33 таблиц, 2 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Розничная торговля
Мировой рынок упаковки
Производство
Потребление
Основные тенденции рынка
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Классификация продукции
Классификация упаковки по назначению
Классификация упаковки по типу используемого материала
Классификация продукции по способам упаковки
Сегментирование Рынка
Сегментирование Рынка по назначению упаковки
Сегментирование по отраслям промышленности
Сегментирование по типу исходного сырья
Ценовое сегментирование Продукции
Тенденции различных сегментах Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Объем Рынка в натуральном выражении

Объем Рынка в денежном выражении

Объем некоторых сегментов Рынка

Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении

Темпы роста Рынка

Темпы роста некоторых сегментов Рынка

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Производственная цепочка процесса

Основные принципы ценообразования

Производители на рынке

Производители упаковки из картона и бумаги

Производители жесткой пластиковой упаковки

Производители гибкой упаковки

Производители упаковки из металла

Производители упаковки из стекла

Рейтинги роста производства в 2007 году по регионам

Рейтинги роста производства в 2007 году по предприятиям

Рейтинги роста цен в 2007 году по регионам

Объемы импорта и экспорта

Импорт продукции

Общий объем импорта

Импорт деревянной, картонной, бумажной упаковки

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Импорт упаковки из алюминия и черных металлов

Объемы импорта

Основные страны-импортеры

Импорт стеклянной тары и упаковки
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Импорт упаковки из текстиля
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Импорт тары и упаковки из пластмасс
Объемы импорта
Основные страны-импортеры
Структура импорта по виду сырья
Экспорт продукции
Общий объем экспорта
Экспорт деревянной, картонной, бумажной упаковки
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Экспорт упаковки из алюминия и черных металлов
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Экспорт тары и упаковки из стекла
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Экспорт упаковки из текстиля
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Экспорт упаковки из пластмасс
Объемы экспорта
Основные страны-экспортеры
Структура экспорта по виду сырья
Соотношение экспорта и импорта
Основные тенденции в структуре импорта-экспорта
Конкурентный анализ



Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка

Описание профилей крупнейших компаний

АЦБК

ГОТЭК

Комус-упаковка

Rexam

Ruscam (Русджам)

Tetra Pak

Алкан Пэкеджинг

Amcor

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Резюме

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции

Некоторые события на Рынке тары и упаковки, иллюстрирующие описанные тенденции

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

B2C рынки

B2B рынки

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг

Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)



- Основные тенденции в потребительском сегменте
- Обобщающие выводы и рекомендации
- Факторы, влияющие на развитие Рынка
- Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков
- Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке
- Тенденции Рынка
- Основные тенденции мирового рынка упаковки
- Тенденции в ассортименте Продукции
- Тенденции в ценовых сегментах
- Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции
- Тенденции в потребительском сегменте
- Общие выводы по отчету
- Приложение
- Приложение 1. Типов упаковочных пленок
- Приложение 2. Технология производства пленок методом экструзии
- Приложение 3. Основные методы асептической упаковки и стерилизации.



СПИСОК ДИГРАММ

- Диаграмма 1. Рост ВВП 2005 – 2011 г.г. (прогноз), %
- Диаграмма 2. Динамика роста объема ВВП, млрд. руб.
- Диаграмма 3. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 20011 (прогноз) гг., %
- Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, тыс. руб.
- Диаграмма 5. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, % к соответствующему периоду предыдущего года
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли, млрд. руб.
- Диаграмма 7. Динамика роста объема мирового упаковочного рынка
- Диаграмма 8. Долевое распределение мирового рынка по странам-производителям, %
- Диаграмма 9. Долевое распределение сбыта продукции на мировом рынке, %
- Диаграмма 10. Упаковка в отраслях промышленности (Европа), %
- Диаграмма 11. Сегментирование рынка по назначению упаковки, %
- Диаграмма 12. Долевое распределение сегментов рынка по отраслям промышленности, %
- Диаграмма 13. Примерная структура использования материалов в производстве упаковки в России, %
- Диаграмма 14. Динамика и прогноз объема Рынка в стоимостном выражении 2005 - 2008, млрд. долл.
- Диаграмма 15. Доли федеральных округов в производстве гофрокартона в 2007 году, %
- Диаграмма 16. Прогноз роста уровня потребления картона и бумаги на 2010 год, кг
- Диаграмма 17. Популярность типов упаковки на 01.04.2008 г. (по данным за 30 дней), %
- Диаграмма 18. Популярность сырья для упаковки на 01.04.2008 г. (по данным за 30 дней), %
- Диаграмма 19. Симпатии в отношении потребителей упаковочных материалов на мировом рынке*



Диаграмма 16. Динамика потребления пищевой стеклотары в России 2002 – 2008 (прогноз), млн. шт.

Диаграмма 17. Основные сложности при открытии упаковки, %

Диаграмма 18. Основные «раздражающие» факторы в упаковке, %

Диаграмма 19. Факторы, наиболее часто влияющие на решение о повторной покупке*, %

Схема 1. Цепочка движения товара

Схема 2. Производственная цепочка упаковочного процесса



СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Объемы некоторых сегментов рынка

Таблица 2. Доли крупнейших игроков сегмента пивных бутылок, %

Таблица 3. TOP-10 регионов по производству товара Тара из полимерных материалов

Таблица 4. TOP-10 регионов по производству товара Тара деревянная и товары для нее

Таблица 5. TOP-10 регионов по производству товара Тара транспортная из бумаги и картона

Таблица 6. TOP-10 регионов по производству товара Тара потребительская из бумаги и картона

Таблица 7. TOP-7 регионов по производству товара Тара стеклянная консервная

Таблица 8. Предприятие по производству товара Тара из полимерных материалов

Таблица 9. TOP-10 предприятий по производству товара Тара транспортная из бумаги и картона

Таблица 10. TOP-2 предприятий по производству товара Тара потребительская из бумаги и картона

Таблица 1. TOP-6 регионов по индексу роста цен товарной группы Тара деревянная и детали для нее

Таблица 2. TOP-10 регионов по росту цен товара Тара транспортная из бумаги и картона

Таблица 3. TOP-10 регионов по росту цен товара Тара стеклянная консервная

Таблица 14. Основные страны-импортеры упаковки из дерева, картона, бумаги

Таблица 4. Основные страны-импортеры упаковки из алюминия и черных металлов

Таблица 5. Основные страны-импортеры упаковки из стекла

Таблица 6. Основные страны-импортеры упаковки из текстиля

Таблица 7. Основные страны-импортеры упаковки из пластмасс

Таблица 8. Структура импорта по виду сырья

Таблица 9. Основные страны-экспортеры упаковки из дерева, картона, бумаги

Таблица 10. Основные страны-экспортеры упаковки из алюминия и черных металлов

Таблица 11. Основные страны-экспортеры упаковки из стекла



Таблица 12. Основные страны-экспортеры упаковки из текстиля

Таблица 13. Основные страны-экспортеры упаковки из пластмасс

Таблица 14. Структура экспорта по виду сырья

Таблица 15. Соотношение импорта и экспорта

Таблица 16. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 17. TOP-10 Основные потребности потребителей тары и упаковки, данные на 01.04 2008 (за месяц)

Таблица 18. STEP-анализ рынка

Таблица 19. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 20. Описание некоторых типов упаковочных пленок

Таблица 21. Методы асептической упаковки

Таблица 22. Методы стерилизации

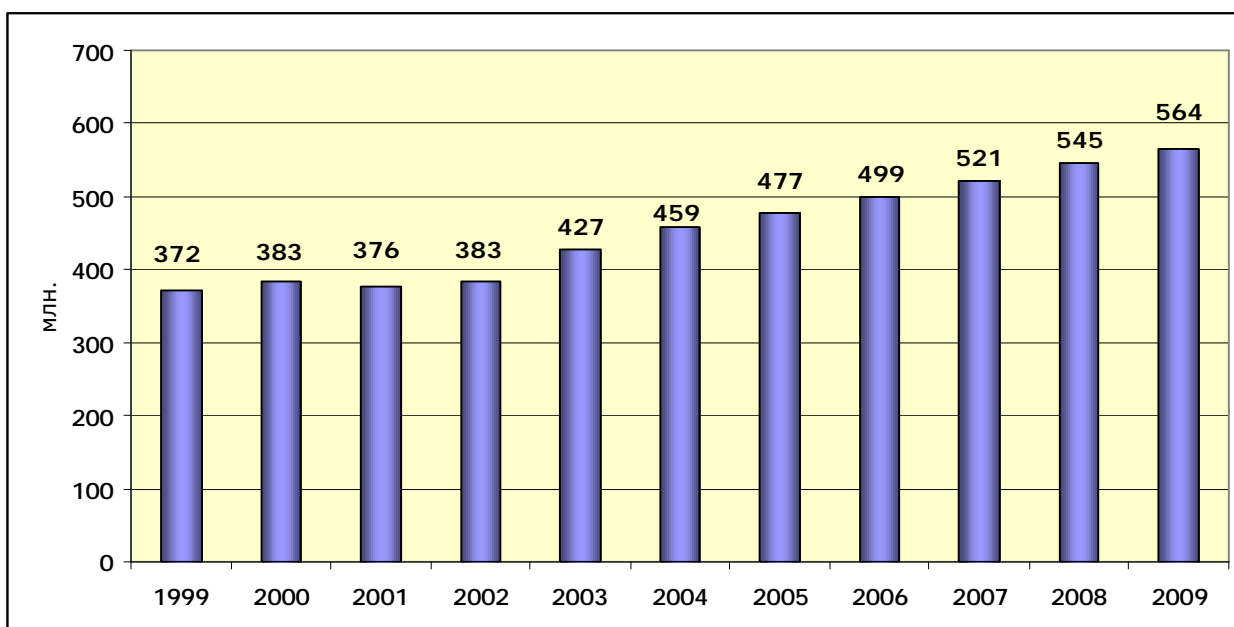
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Рост оборота розничной торговли способствует увеличению спроса на различные виды потребительских товаров, и как следствие, провоцирует рост упаковочного производства.

МИРОВОЙ РЫНОК УПАКОВКИ

В 2007 году объем мирового рынка упаковки превысил **500 млн. долл.**

ДИАГРАММА 1. ДИНАМИКА РОСТА ОБЪЕМА МИРОВОГО УПАКОВОЧНОГО РЫНКА



Источник: Некоммерческое партнерство «Национальная конфедерация упаковщиков» («НКПак»), 31.01.2008 г.

ПРОИЗВОДСТВО

Производство упаковки располагается в следующих странах мира (в алфавитном порядке):

- | | |
|-------------|-------------|
| § Аргентина | § Индонезия |
| § Египет | § Китай |
| § Индия | § Польша |

Маркетинговое Агентство Step by Step

125993, ГСП-3, г. Москва, ул. Чайнова, д. 15 к.5, 9-й этаж
Тел. (495)250-6174, (495)226-0298 www.step-by-step.ru

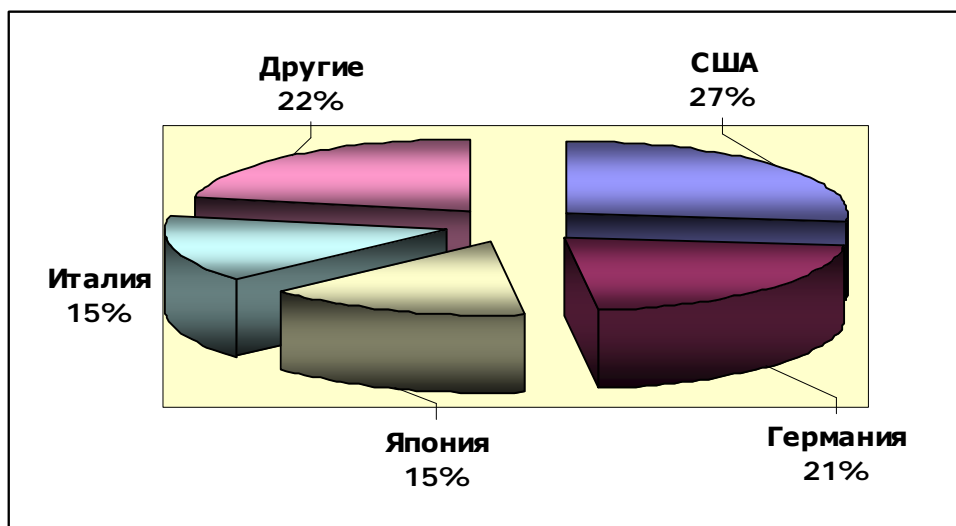


- § Россия
- § Тайвань
- § Турция
- § Филиппины

(Источник: «НКПак», 31.01.2008 г.)

Долевое распределение рынка по странам-производителям выглядит следующим образом:

ДИАГРАММА 2. ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ПО СТРАНАМ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ, %



Источник: «НКПак», 31.01.2008 г.

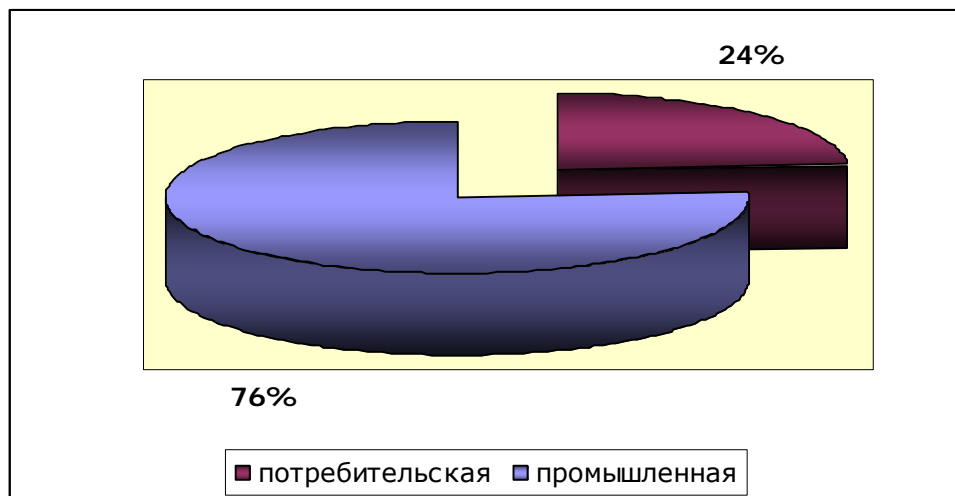
Как видно, наибольший объем производства приходится на США и Германию.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА ПО НАЗНАЧЕНИЮ УПАКОВКИ

Представляет интерес соотношение между **потребительской и промышленной тарой и упаковкой**, которое в последние годы менялось. Так, доля потребительской тары/упаковки, которая продается вместе с товаром непосредственно конечному потребителю, еще 10 лет назад составляла всего лишь около 10% от общего объема рынка упаковки. Потребление упаковки производственными предприятиями и вес (масса) производственной — транспортной — упаковки были несоизмеримо высоки, по сравнению с весом (массой) потребительской упаковки. Тем не менее, к 2005 году ситуация изменилась, и доля потребительской упаковки достигла уже 20–22%. Это объясняется ростом внимания поставщиков к индивидуальной упаковке товара.

ДИАГРАММА 3. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА ПО НАЗНАЧЕНИЮ УПАКОВКИ, %



Источник: МА Step by Step.

По нашим подсчетам, доля потребительской упаковки в 2007 году составила около **24%** Рынка в натуральном выражении.

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

Еще несколько лет назад на рынке четко выделялись два ценовых сегмента:

- § массовый
- § дорогой

Разница в цене составляла порядка 20-30%. Дорогой, или премиум-сегмент, обеспечивали зарубежные производители, в частности Европейские (Tetra Pak, Saint Gobain, Glasspack), а его объем составлял до 25% всего рынка. Остальные три четверти приходились на отечественно производителя, все продукция которого уступала по качеству импортной упаковки, поэтому могла претендовать только на массовый сегмент.

Однако в последние годы российские производители стали активно проявлять интерес к дорогому сегменту, поскольку сегодня потребители предпочитают более сложную, качественную упаковку. А значит, в скором времени, можно ожидать исчезновение грани между дешевой упаковкой и упаковкой премиум класса, так

как отечественные производители, чтобы обеспечить прибыльность бизнеса, будут вынуждены повышать качество выпускаемой продукции, но по стоимости более доступной, чем импортная.

Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении

По прогнозам специалистов, при сохраняющихся тенденциях роста, процесс насыщения рынка упаковочными материалами продолжится до 2010 года.

Прогнозируемая емкость российского рынка тары и упаковки в 2008 году будет равна до 70 млн. тонн и 30 млн. долларов в натуральном и денежном выражении соответственно (с учетом стоимости упаковки, поступающей из-за рубежа).

(Источник: МА Step by Step 2007 год).

Темпы роста Рынка

Рост Рынка в 2007 году по нашим подсчетам составил около **37%**.

Темпы роста некоторых сегментов Рынка

§ Темп роста **сегмента полимерной термоупаковки** в 2007 году составил **21%**, в денежном выражении. В 2008 году его прирост составит 17%, в 2009 - 13%, в 2011г - 6%.

§ Стоит отметить существенное замедление темпов роста **производства картона**, которые упали в три раза, — с 10,3% в 2006 году до 2,9% в 2007-м.

Бурный рост производства картона продолжался все последние годы. Но в 2007-м произошло резкое снижение темпов роста производства картона. Это падение отрасли уже давно прогнозировалось экспертами, но, тем не менее, стало для многих неожиданностью. Такое падение темпов роста стало возможным вследствие следующих обстоятельств:

- высокие темпы роста спроса на гофротару (в среднем на 20% в 1999–2001 годах) и относительно низкие барьеры входа на рынок

обусловили быстрый приход в отрасль новых игроков и значительный рост производства этой продукции.

§ По предварительным данным в 2007 году рост в сегменте **алюминиевых банок** составил 10–11%.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

Если обратиться к информации портала Unipack.ru, можно выделить основные проблемы, больше всего волнующие потенциальных потребителей тары и упаковки.

ТАБЛИЦА 1 . TOP-10 ОСНОВНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТАРЫ И УПАКОВКИ, ДАННЫЕ НА 01.04 2008 (ЗА МЕСЯЦ)

Название рубрики	Кол-во посещений за последние 30 дней
Пленка стретч (стрейч)	690
Пластиковые пищевые контейнеры	492
Ведро пластиковые	489
Машины для производства пакетов	483
Дизайн упаковки	414
Полиэтиленовые пакеты ПВД	410
Пленка полиэтиленовая	390
Экструзивные выдувные машины (экструдеры) для производства емкостей из ПЭ, ПП, ПВХ и ПЭТ	387
Подарочная упаковка (в т.ч. праздничная, новогодняя, цветочная, эксклюзивная)	381
Пластиковые ящики	372

Источник: «top100.unipack.ru», ТОП 100 - Индекс популярности разделов рубрикатора, 01.04.2008 г.

Как видно, потребители ищут не только информацию о различных видах продукции, но и данные о производстве, и, что не маловажно, информацию по дизайну упаковки.

Кроме того, основными потребителями упаковки останутся производители и перевозчики пищевых продуктов. Но из-за роста спроса на свежую и готовую к употреблению растительную пищу и в связи с отказом розничных торговцев упаковывать товар на своих складах, в будущем этих основных потребителей могут потеснить переупаковщики.



Все большей популярностью начинают пользоваться продукты быстрого приготовления, глубоко замороженные продукты, которые тоже требуют качественной упаковки и привлекающего внимание оформления.

Потребляющие отрасли все более переориентируются с бумажной упаковки на тару из других материалов, в частности из полимерной пленки и фольги. Эта тенденция ведет к приостановке роста объемов производства бумажной упаковки и к расширению областей применения полимерных материалов.

В последнее время при выборе упаковки все чаще предпочтение отдается экологически чистым и легко утилизируемым материалам.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone



Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.