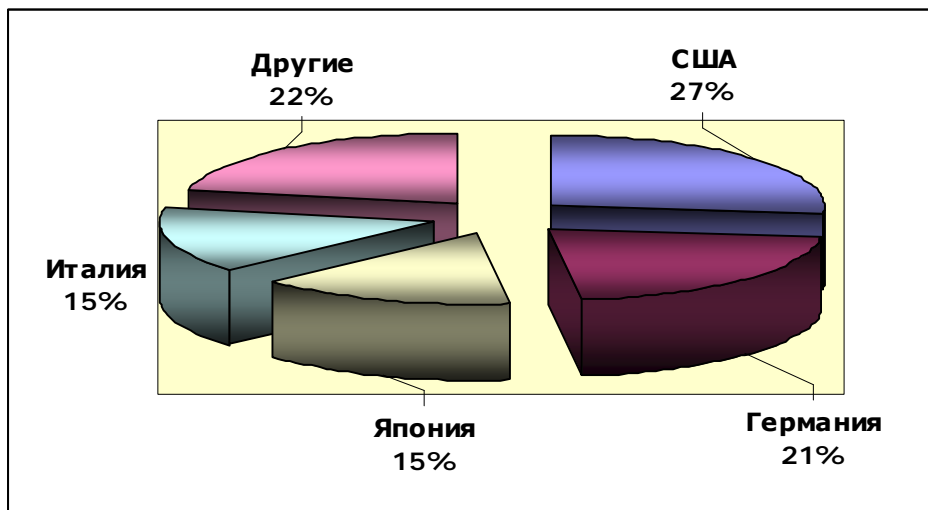


Российский рынок упаковки в 2007 году показал почти 40% прироста

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.

В 2007 году объем мирового рынка упаковки превысил **500 млн. долл.** Долевое распределение рынка по странам-производителям выглядит следующим образом:

ДИАГРАММА 1. ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ПО СТРАНАМ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ, %



Источник: «НКПак», 31.01.2008 г.

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, ситуация изменилась, и доля потребительской упаковки достигла уже 24%.

Если исходить из прогнозных оценок, то ориентировочный объем Рынка в 2007 году составит от **62,3 до 63,8 млн. тонн** (около 37% прироста). Причем, доля потребительской упаковки в 2007 году составит около **13,3 млн. тонн**.

В 2007 году импорт в Россию тары и упаковки составил **\$1,05 млрд.**, или **550,9 тыс. тонн** в натуральном выражении. Наибольшая доля импорта приходится на импорт тары и упаковки из пластмасс (51,2% в стоимостном выражении и 34,7% в натуральном выражении).

В 1996 году количество действующих игроков на рынке упаковки не превышало 1000. В настоящее время их количество как минимум в 3, а по данным некоторых аналитиков в 6 раз больше, причём подавляющее большинство компаний является мелкими предприятиями..

Тем не менее, определяющей тенденцией на рынке становится продолжение концентрации производства в ведущих компаниях и увеличение их доли на Рынке, что при замедлении темпов роста производства приведет к постепенному вытеснению с рынка мелких производителей.

Кроме того, российские компании, занимающиеся производством упаковочных товаров, постепенно выходят за пределы упаковочного рынка, расширяют его границы. Все большее значение для игроков на рынке упаковки обретает креативность, способность не только к

четкому выполнению производственных планов, но и к выходу на неосвоенные сегменты рынка.

Как следствие, активно идут инвестиции в данную отрасль промышленности, хотя конкуренция среди производителей постепенно усложняется в связи с появлением на российском Рынке западных концернов.