

ПУТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ УПАКОВОЧНОЙ ОТРАСЛИ

Козак А.,
директор ЗАО «ПАКЕТ», Киев

В последние годы упаковочная отрасль занимает все более заметное положение в экономике многих стран мира. В мире появляются все новые упаковочные материалы и изделия, улучшается дизайн упаковки, её внешнее оформление, совершенствуется технология, обновляются машины и оборудование. Без современной упаковки сегодня немислимо производство продуктов питания, товаров широкого потребления, торговля, экспорт товаров.

Оказывается, что перейти к свободной рыночной экономике без развитой тароупаковочной отрасли очень трудно, поскольку свободный рынок требует от производителей профессионально упакованной, конкурентоспособной продукции. «Упаковка - это сердце торговой марки, брэнда, поскольку именно она является немим продавцом товаров, лежащих на полках магазинов», пишет Д.Берндт, президент, профессор Европейского института упаковки

Упаковка давно превратилась в экономическую категорию, которая объединяет специалистов и предпринимателей многих отраслей производства. Современная упаковочная индустрия тесно связана с лесопромышленным комплексом, целлюлозно-бумажной, нефтехимической и металлургической отраслями, полиграфией, машиностроением, дизайном, логистикой, транспортом и складским хозяйством.

Доля упаковочных материалов в европейском обороте упаковок распределяется по стоимостным показателям следующим образом:

■ бумага, картон	- 38 %
■ синтетика	- 30 %
■ металл	- 19 %
■ стекло	- 10 %
■ древесина	- 3 %

К сожалению, в нашей стране проблемам упаковки пока не уделяется должного внимания. До 1996 года наши вузы не готовили специалистов по производству упаковки, не издавалась специальная учебная и справочная литература, словари, не развивалась в этом направлении терминология, межотраслевые, межрегиональные и международные связи.

История упаковки в нашей стране так же драматична, как и судьба многих отраслей народного хозяйства. Однако, в тяжелейших условиях экономического кризиса упаковщики, одни из первых, смогли адаптироваться к новым условиям хозяйствования и выйти на прибыльный уровень деятельности.

Нельзя не отметить, что в Украине в годы независимости с 1996г. появился ряд журналов для профессионалов, такие как: «Упаковка», «Мир упаковки», «Брутто» и т.д. Положительное действие на экономику оказывает Конкурс-соревнование «Украинская Звезда упаковки», проводимый с 1997г. Это позволяет украинским производителям упаковки участвовать в конкурсах «Звезда упаковки» Европы, Мира и отдельных индустриальных странах. Кстати, впервые такой конкурс зародился в Германии в 1963 году, о чём свидетельствует выпуск каталога в двух томах победителей этого ежегодного конкурса.

В настоящее время, когда определилось общее направление управлением народным хозяйством страны, ключевую роль начинает играть практическая реализация принятых стратегических решений и в упаковочной отрасли, а именно - использование широкой гаммы различных материалов для упаковочного производства.

В последние годы потребление упаковочных материалов в мире составляет примерно \$85 в год на душу населения. В Европейском Союзе до расширения на Восток этот показатель достигал \$385 ежегодно на душу населения. За последние 15 лет производство упаковочных материалов в мире, как и международный экспорт продуктов и услуг возрос от 300 млрд. евро в 1990г. до сегодняшних 450 млрд. евро в год. Заметные различия в использовании упаковок на душу населения в разных странах является косвенной характеристикой различий в интенсивности товарооборота.

Самое высокое потребление можно констатировать в Америке и Японии: \$400-450 на душу населения в год. Если бы все страны мира достигли по этому показателю Японии, то это означало бы пятикратное увеличение мирового производства товаров. Обращает на себя внимание существенное различие между объемами производства упаковки в Западной Европе (130 млрд. евро) и в Восточной Европе (15 млрд. евро). Это различие можно уравновесить только соответствующей заботой о темпах развития стран Восточной Европы.

Украина после России является вторым по размеру рынком упаковки в Восточной Европе. Перед распадом Советского Союза в Украине производилась шестая часть всей упаковки для транспортировки и сбыта товаров в бывшем Советском Союзе. В ценовом выражении это составляло 2 миллиарда рублей. В настоящее время вклад Украины в производство упаковки оценить очень трудно, но можно утверждать, что рынок упаковки на Украине пришел в движение. При этом наблюдаются разные тенденции развития. Типичным примером этому служит упаковка кондитерских товаров, где увеличивается спрос на небольшие упаковки. Одновременно изменился спрос на новые упаковочные материалы, особенно в связи с распространенностью маленьких упаковок для свежих продуктов. В то же время сегодня не пользуются спросом большие стеклянные упаковки.

Современная и рациональная упаковка является ключом к экономическому прогрессу. Тароупаковочная продукция играет важную роль в наполнении рынка товарами. Если раньше годами тянулись трудности по обеспечению населения в отдалённых местах от промышленных центров самым необходимым, то благодаря развитию упаковочной индустрии эти трудности значительно уменьшились. От правильного выбора упаковки зависит сохранность продукции, информация о том или другом товаре, удобство доставки упакованных изделий, их реализации и т.п. В то же время, есть множество примеров, когда небрежная упаковка товара приводит к его загрязнению и порче. Поэтому, сегодня насущное требование - улучшать и совершенствовать упаковку, придавать этому процессу такое качество, которое сделало бы упаковку полезней и удобней для покупателя. Итог - среди факторов, которые приводят к успеху или неудаче внедрения на рынок новой продукции, должна учитываться и упаковка.

На последнем конгрессе ИНТЕРПАК-2005 (Дюссельдорф, Германия) были представлены упаковки, которые обладают новыми возможностями сохранения свежести продуктов питания. Защита товара осуществляется теперь не только пассивно, но и активно. «Активная упаковка» быстро продвигается в заокеанских странах вперёд. Такую тенденцию должны принимать во внимание и в Украине.

Опросы украинских экспертов, менеджеров и работников в науке из сферы упаковки, которые проводились на курсах повышения квалификации в Лейпциге при Торгово-промышленной палате, свидетельствуют о приоритетах украинской упаковочной отрасли.

Из этого опроса явствует, что на Украине первые успехи в развитии упаковочной отрасли связываются, прежде всего, с введением новых упаковочных материалов, также с расширением заготовительной базы исходного сырья.

Как самые важные изменения в потребительских привычках были названы: закупки через большие интервалы времени; покупка в небольших упаковках; предпочтение

упаковок разового пользования; предпочтение упаковочного материала, который имеет дополнительные полезные свойства.

Отмечаются также и тот факт, что со времени введения рыночного хозяйства удалось преодолеть недостатки в оформлении упаковки. В ряде случаев были устранены недостатки в защитной функции упаковок и в согласовании упаковок для транспортировки и сбыта.

Данную информацию приходится брать из результатов опроса, который публикует Немецкий и Европейский институты упаковки, т.к. на Украине в государственных статистических отчётах информация об упаковке практически отсутствует.

Не безынтересно знать, что мировой упаковочный рынок в области применения упаковок по сферам потребления распределяется следующим образом:

- продукты питания - 40 %
- напитки - 15 %
- приготовление и поставка готового питания - 4 %
- косметика - 4 %
- фармакология - 4 %
- прочее - 24 %

(по данным Pira International Ltd).

Из-за растущих цен на энергию и ископаемое горючее всё чаще ставится вопрос о более широком использовании воспроизводимого сырья. При этом говорится не только о рециклинге материалов, но и об их «самоликвидации». Упаковки из расщепляемых материалов позволяют завершать кругооборот материалов с высокой пользой для экологии. Особый интерес к упаковкам из воспроизводимого и биологически расщепляемого сырья повышается вместе с растущим экологическим сознанием населения.

Говоря об инновационном пути развития упаковочной отрасли нельзя не отметить, что с октября 2006г., согласно Предписанию ЕС по упаковке, потребители смогут не только следить за состоянием упаковки по объективным показателям, но и в определенной степени управлять этими показателями. Особенно это касается упаковок, которые вступают в контакт с пищевыми продуктами, т.к. это должно обеспечить защиту потребителя от некачественного продукта, вредных бактерий и т.д. Упаковка должна быть средством для достижения цели, а не самоцелью.

При сегодняшней жесткой конкуренции на рынке требование уменьшения расходов на упаковочные материалы благодаря экономии материалов имеет первостепенное значение. К примеру, в Германии, Федеральное Министерство экологии, защиты природы и безопасности ядерных реакторов издало 6 января 2006г. Предписание по упаковкам об уменьшении массы материалов при производстве и утилизации отходов упаковок.

В частности, в этом Предписании в Разделе «Цели отходной экономики, область применения и утверждения понятий» говорится (Пункт 3), что «Самое позднее до 21 декабря 2008 года ежегодно, из общего количество отходов из упаковок, должно быть утилизировано как минимум 65% массы и материально утилизировано 55%. При этом, материальная утилизация для отдельных упаковочных материалов должна достичь: 15% для дерева, 22,5% для пластмассы, 50% для металла и стекла, бумаги и картона - 60% общей массы. В отходах пластмассы рассматривается только тот материал, который после утилизации снова становится пластмассой».

Сегодня к оригинальной упаковочной продукции относятся упаковки с охлаждающим аккумулятором, говорящие коробки, этикетки с солнечной батареей для передачи информации потребителю или дисплейные упаковки со световым, звуковым и ароматизированным эффектом. К брэндам, которые в последнее время вызвали дискуссии, относятся брэнд-ретро (т.е. возвращение к ранее используемым упаковкам) или брэнд-ограничение (т.е. переход к упаковке, которая изготавливается только в ограниченном количестве).

В сообщениях о последних тенденциях развития упаковочных средств, фигурируют три тренда:

- уменьшение расходов на материал;
- улучшение качества упаковочного материала, тары и вспомогательной тары;
- разработка новых упаковочных функций.

Эти тенденции являются центральной темой обсуждения среди специалистов упаковочной отрасли. Основной задачей здесь является тесное сотрудничество с институтами и предприятиями, широкое информирование о состоянии материалов, способных к расщеплению, и о возможностях применения их в области упаковки.

На Западе в организации этих обсуждений участвуют: Европейский и Немецкий институты упаковки; Международное Общество биологически расщепляемых материалов; Центр синтетического материала в Лейпциге, а также развивающиеся предприятия со своим опытом в производстве продукции из расщепляемых материалов.

Следует отметить, что с возрастанием уровня упаковочного производства в Украине сформировалось критическое отношение к упаковке импортных изделий. По этому поводу можно высказать следующие критические замечания: недостатки информационных функций; недостаточное внимание к национальным норм и стандартам и недостаточная готовность для повторного или дальнейшего использования упаковок.

По популярности упаковочные материалы в Украине распределяются в следующем порядке: бумага, картон, синтетика, стекло. Работа над национальными целевыми позициями для снижения стоимости материала и повторного применения упаковок, очень слаба для материальной и энергетической реализации. Но это дело наживное. Главное, что в новый период упаковочная отрасль вступает, имея уже новые ориентиры и желание двигаться вперед. На сегодня производство упаковки и тары становится быстроразвивающимся и рентабельным бизнесом в Украине.