



Investment project Goffer packing and goffer wrapping production

1. General information

Title	Description
Type of the place	Industrial place
Direction of cooperation	Organization of production
Final product	Organization of production triplex goffer pasteboard of different classes and types: Goffer packing.
Contact Information	OJSC «Penza Region Development Corporation», phone: +7(8412) 68 08 37 e-mail: info@krpo.ru Website: www.krpo.ru
Favourable conditions for the investment project implementation, key competences	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Shortage of goffer packing in Volga federal district; ❖ Active supplanting of wood and plastic packing by goffer packing in some branches (beer, alcohol, furniture, sweets and candies etc.); ❖ Cluster development in the Penza region – the main suppliers of packing: pastry, glass, furniture clusters; ❖ High profitability of production; ❖ Availability of transport and engineering infrastructure; ❖ Availability of “brown” plots for project implementation with option to purchase; ❖ Opportunities to minimize labor costs; ❖ Tax privileges and preferences are provided for project implementation; ❖ Project support from the Penza Region Government.

2. Marketing Information

Title	Description
Product market	Penza region, neighborhood regions
Market characteristics	<p>Goffer packing manufacture was one of the most profitable segments of the Russian pulp-and-paper industry within several years. It was an incitement for volume growth of investments into the given segment.</p> <p>Before crisis the Russian goffer packing market could be characterized as stable, dynamically developing and constantly growing. The increase rates of output volume were not below 12% per year during the period till 2008. According to manufacturers the annual increase of cardboard consumption on the Russian market in the near future should be on pre-crisis level of 5-7 %.</p> <p>According to experts of the company "Express review", demand on goffer packing will grow. It will cause growth of output volumes in 2011 on 3 %. It is also necessary to expect building of additional manufactures of a tare cardboard, including application of new technologies that assumes growth of investments (for example, in production of a seven-layer corrugated cardboard).</p> <p>The main factors influencing on dynamics of growth of the market of packing made of corrugated cardboard, are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • the general growth of economy and consumer expenses; • growth of a share of packed and brand production; • development of retail trade; • development of technologies on packing processes; • increase of a role of packing in marketing and logistics; • toughening of production storage conditions. <p>Among negative factors it is necessary to note:</p>

High cost of an entry on the market (investments, as a rule, a 40-50 million \$ – industrial complex with productive capacity of 60-110 million m2.) and considerable investments into training and control system creation make high barrier of an entry for new large and average players. Besides, large players, if necessary, can sharply increase volumes of release in case of demand.

Consumption of the goods-substitutes. Influence of products-substitutes is low. There is a following situation the on the market:

Active supplanting of wood and plastic packing by goffer packing in some branches (beer, alcohol, furniture, sweets and candies etc.);

- Goffer packing replacement by polymeric films, for example in soft drinks manufacture.

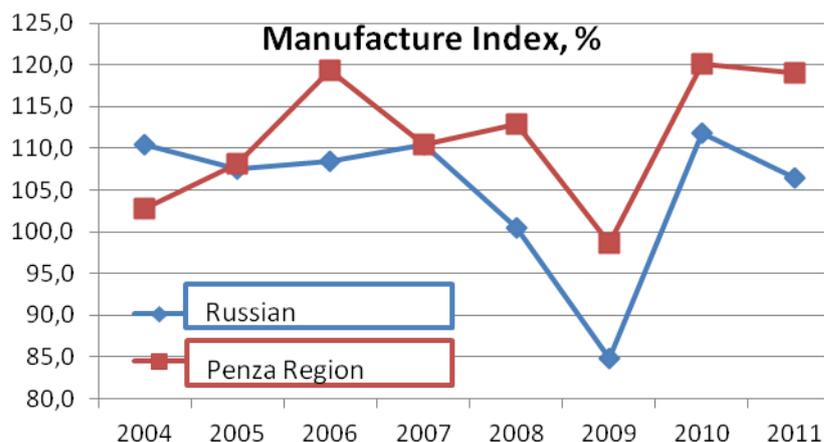
Goffer packing is the most favourable, from the point of consumers' costs, transport container, the new goods with the same consumer properties is improbable in the nearest future.

Goffer packing products from pulp-and-paper materials are the most claimed on the market. The share of the paper and cardboard are 45-50 % of all consumed packing.

Fast growth of this market during the postcrisis period in Russia was defined by reduction of consumption volumes of the import goods and adequate increase in a domestic production of in basic branches-consumers of cardboard packing, such as food, pharmaceutical, glass and faience and so forth. The food industry remains the main consumer of a corrugated cardboard.

Manufacture placing in the Penza region

According to statistics, processing manufactures in the Penza region develop more intensively than in Russia. The manufacture Index according to the form economic activities "Processing manufactures" (the general index of industrial production has similar dynamics).



Besides the dynamics of volume of the shipped goods of own manufacture, the executed works and services made by own forces according to the form of economic activities "Processing manufactures" develops with the similar rates in Russia and in the Penza region.



In the structure of shipped goods of the Penza region 33,4 % makes foodstuff, 18,6 % manufacture of cars and the equipment, 13,4 electric equipment, electronic and optical – that is branches which are the basic goffer packing consumers.

At a choice of a site to manufacture of a corrugated cardboard the defining factor is the nearness to the consumers of goffer packing, corrugated cardboard transportation is economically unprofitable (90 % - air) in difference from the cardboard transportation.



Инвестиционный проект «Производство гофрокартона и гофротары»

1. Общая информация

Наименование	Описание
Тип площадки	Производственная
Планируемое использование площадки	Организация производства гофрокартона и гофротары, индивидуальной упаковки из бумаги (пакеты, др) и одноразовой бумажной посуды.
Конечный продукт	Гофрокартон трехслойный различных классов и типов: гофротара, индивидуальная упаковка из бумаги, одноразовая бумажная посуда.
Контактная информация	ОАО «Корпорация развития Пензенской области», Тел.: +7(8412) 68 08 37 e-mail: info@krpo.ru сайт: www.krpo.ru
Благоприятные условия реализации инвестиционного проекта	Дефицит гофротары в Приволжском Федеральном округе; Активное вытеснение гофротарой деревянной и пластиковой тары из некоторых сегментов (пиво, ликеро-водочные изделия, мебель, кондитерские изделия и т.д.); Постоянный спрос на бумажную посуду, как со стороны предприятий быстрого питания, так и розничной торговли. Развитие кластеров Пензенской области – основных потребителей продукции - кондитерского, стекольного, мебельного; Высокая рентабельность производства; Наличие транспортной и инженерной инфраструктуры; Наличие вариантов «коричневых» инвестиционных площадок для реализации проекта с возможностью приобретения в собственность; Возможности минимизации затрат на оплату труда; Наличие налоговых преференций при реализации инвестиционных проектов; Поддержка проекта со стороны Правительства Пензенской области.

2. Маркетинговая информация

Наименование	Характеристика
Рынок сбыта	Пензенская область, соседние регионы
Особенности рынка	<p style="text-align: center;">Гофрокартон</p> <p>Производство гофротары в течение нескольких лет было одним из самых прибыльных сегментов российской целлюлозно-бумажной индустрии, что послужило толчком для роста объема инвестиций в данный сегмент.</p> <p>До кризиса рынок гофротары в России можно было охарактеризовать, как стабильный, динамично развивающийся и постоянно растущий. В период до 2008 года темпы роста объемов производства гофротары в России были не ниже 12% в год. По оценке производителей картона ежегодный прирост потребления на</p>

российском рынке гофрокартона в ближайшее время должен вернуться на докризисный уровень 5-7%.

По мнению специалистов компании «Экспресс-Обзор», спрос на гофроупаковку будет расти, что вызовет рост объемов производства в 2011 году на 3%. Стоит также ожидать строительства дополнительных производств тарного картона, в том числе с применением новых технологий, что предполагает рост инвестиций (например, в производство семислойного гофрокартона).

Как отмечают производители гофропродукции, основными факторами, влияющими на динамику роста рынка упаковки из гофрокартона, являются:

- общий рост экономики и потребительских расходов;
- рост доли упакованной и брендированной продукции;
- развитие розничной торговли;
- развитие технологий упаковочных процессов;
- повышение роли упаковки в маркетинге и логистике;
- ужесточение условий хранения продукции.

Наиболее высокая конкуренция на рынке наблюдается в сегменте четырехклапанных гофрокоробов с печатью до двух цветов. Он характеризуется, с одной стороны, большой емкостью и насыщением (данный сегмент демонстрирует относительно низкие темпы прироста по сравнению с рынком в целом), с другой - наличием значительного количества предприятий, способных выпускать соответствующую продукцию. В число таких предприятий входят как лидеры отрасли, так и мелкие региональные производители, перерабатывающие покупной гофрокартон. Последние способны оказывать определенное влияние на уровень цен в своем регионе, поскольку имеют возможность экономить на транспортных расходах, работая преимущественно с небольшими заказчиками, но практически не влияют на рынок крупных индустриальных потребителей.

Среди негативных факторов следует отметить:

1. Высокую стоимость входа на рынок (инвестиции, как правило, порядка 40-50 млн. \$
– комбинат с производительной мощностью 60-110 млн.м2.) и значительные инвестиции в обучение и создание системы управления создают достаточно высокий барьер входа для новых крупных и средних игроков. Кроме того, крупные игроки, при необходимости, могут резко увеличить объемы выпуска в случае возникновения спроса.
2. Потребление товаров-заменителей. Влияние продуктов-заменителей невысокое. На рынке складывается следующая ситуация:
 - продолжается активное вытеснение гофротары деревянной и пластиковой тарой из некоторых сегментов (пиво, ликеро-водочные изделия, и т.д.);
 - замена гофроупаковки полимерными пленками, например в производстве прохладительных напитков.

В связи с тем, что гофроупаковка является наиболее выгодной, с точки зрения издержек потребителя, транспортной тарой, появление новых товаров с теми же потребительскими свойствами в ближайшее время маловероятно.

Тароупаковочные изделия из целлюлозно-бумажных материалов наиболее востребованы на рынке. На долю бумаги и картона приходится порядка 45–50% всей потребляемой упаковки.

Так, дешевизна, малый вес и прочность картона позволяют легко приспособить его для упаковки значительного числа разнообразных товаров и использовать как для изготовления транспортной тары, так и для создания индивидуальной упаковки. Сама картонная упаковка достаточно легка и компактна, что удобно при ее транспортировке и хранении.

Быстрый рост этого рынка в посткризисный период в России определялся сокращением объемов потребления импортных товаров и адекватным увеличением отечественного производства продукции в базовых отраслях-потребителях картонной упаковки, таких как пищевая, фармацевтическая, стекльно-фаянсовая и пр. Пищевой рынок остается главным потребителем гофрокартона.

Одноразовая бумажная посуда и индивидуальная упаковка из бумаги

Производство одноразовой посуды считается сегодня весьма перспективным направлением бизнеса. Одноразовая пластиковая посуда считается во всём мире лидером по гигиеничности. Преимуществами одноразовой посуды так же являются лёгкий вес, удобство использования и дешёвая стоимость.

Как основной рынок потребления бумажной посуды отдельно нужно выделить сектор Хорека («HoReCa» Hotel – Restaurant – Cafe/Catering/Casino), русский вариант КаБаРе (Кафе – Бары – Рестораны). Этот сектор представлен гостиницами, барами, ресторанами, кафе и прочими предприятиями, «гостеприимного» бизнеса. Данный термин используется, как правило, для обозначения сектора предприятий общественного питания. Торговые точки Хорека в последнее время стремительно набирают вес, количество ресторанов, баров, отелей и клубов с каждым днем растет. Россия входит в число крупнейших стран по общему обороту общественного питания. В 2010 году она находилась на 5 месте в Европе, уступая лишь Великобритании, Франции, Испании и Германии. Общественное питание в нашей стране имеет огромный потенциал роста, который будет реализовываться по мере повышения доходов населения, развития туризма и формирования культуры питания вне дома. В 2011 году оборот рынка общественного питания в России составил 903,3 млрд. руб., рост на 5,3% в сопоставимых ценах в сравнении предыдущим годом. В 2011 году 28% общероссийского оборота общественного питания приходилось на Центральный федеральный округ: почти 255 млрд. руб. На втором месте по обороту общественного питания находится Приволжский федеральный округ с оборотом в 173 млрд. руб. На конец первого квартала 2011 года в России действовало 344 сети заведений общественного питания – рестораны, кафе, бары, заведения быстрого питания (fastfood), кофейни и уличные киоски – с 6379 точками. Наиболее активно сети быстрого питания развиваются в крупных городах.

Растет и преумножается бизнес, сопутствующий Хорека. В том числе развиваются компании, специализирующиеся и на поставках бумажной посуды.

На данный момент в России рынка бумажной посуды практически нет. Производитель посуды из бумаги в России – филиал компании Nuhtamaki (Финляндия) – Polarsip в Подмоскowie. Производств пока не так много, но они есть – около 20: некоторые специализируются на одном размере стаканчиков (чаще вендинговых), другие выпускают 1-2 вида стаканов. Есть фирмы, которые импортируют стаканчики из Польши, Италии, Финляндии, Китая, Кореи, Германии, США и даже Вьетнама. Стаканчики представлены, как правило, размерами 100-200 грамм для кофе, 200-280 грамм для чая, 280-300 грамм для холодных напитков, и в небольших количествах для мороженого и попкорна. Незрелость производства накладывает негативный отпечаток на сбыт. Хорека – благоприятна для проведения различных акций – клиент добродушен, расслаблен и склонен спокойно относиться к рекламе, в тоже время в ограниченном пространстве меньше присутствие и отвлечение на другие торговые марки. Коммуникация с целевой аудиторией менее проблемна, чем в любом другом месте. Вендинговые компании, рекламные фирмы, фаст-фуды, кондитерские предприятия, транспортники (железнодорожники и авиаторы) оценили преимущества и возможности бумажного стаканчика – это идеальное место для нанесения любой информации рекламного характера. Доказано, размещение рекламы в точках общественного питания очень эффективно. Однако клиент, желающий перейти на привлекательную посуду, с эффектом рекламоносителя, часто сталкивается с неспособностью производителя быстро и небольшими партиями исполнить заказ.

Возможности применения бумажной посуды безграничны – стаканы с квадратным дном, цилиндрические стаканы, запаивание стаканов крышкой, тарелки различной формы и глубины, стаканчики с ручками, с разными способами печати и т.д. Упаковка 'Саше' -- плоский трех-, четырехшовный пакет. В 'саше-пакет' можно упаковывать широкий диапазон товаров – быстрорастворимые напитки, порошкообразные продукты, дрожжи, гранулированный кофе, окисляющиеся продукты, некоторые крупы, фармацевтические смеси, сильно пылящие продукты, жирные продукты и т.д. Он незаменим в точках общественного питания. В них подают клиенту: горячие блины, хот-доги, картошку-фри и выпечку.

По скромным подсчетам сегодняшней рынок заполнен примерно лишь на 10%. Но при нынешнем темпе роста спроса – предложение будет существенно отставать. Темпы роста потребления бумажной посуды очень высокие и пока можно говорить о перспективном пути развития – появлении новых производств при почти отсутствующей конкуренции. Можно услышать возражения о превышении цены бумажной посуды над пластиковой. Но необходимо понимать – пока будут импортировать бумажные стаканчики, пока будет несколько десятков производителей на всю страну – нет смысла снижать цены.

Бумажная посуда имеет ряд преимуществ использования, в первую очередь –

экологичность, высокая теплоизоляция и широкие возможности брендинга. Стоимость бумажной посуды немногим выше пластиковой, и оба вида стаканов будут занимать свою нишу.

Чтобы выпускать качественный продукт нужно качественное сырье. При высокой привлекательности этого бизнеса, рентабельность его не высока – 7-15%. Это связано со следующими факторами: дорогое сырье, высокие технологические и общепроизводственные расходы, большая конкуренция с производителями стаканов из пластика.

Обоснование размещения производства в Пензенской области

По данным статистики обрабатывающие производства в Пензенской области развиваются интенсивнее чем в России, о чем свидетельствует Индекс производства по виду экономической деятельности "Обрабатывающие производства" (общий индекс промышленного производства имеет схожую динамику)



Кроме того динамика объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по виду экономической деятельности "Обрабатывающие производства" развивается схожими темпами в России и Пензенской области.



В структуре отгруженной продукции Пензенской области 33,4% составляют пищевые продукты, 18,6% производство машин и оборудования, 13,4 электрооборудование, электронное и оптическое – то есть отрасли – основные потребители гофроупаковки.

При выборе месторасположения производства гофрокартона определяющим фактором является приближенность к потребителям гофроупаковки, т.к. перевозка гофрокартона экономически невыгодна (90% -воздуха) в отличии от транспортировки картона.