

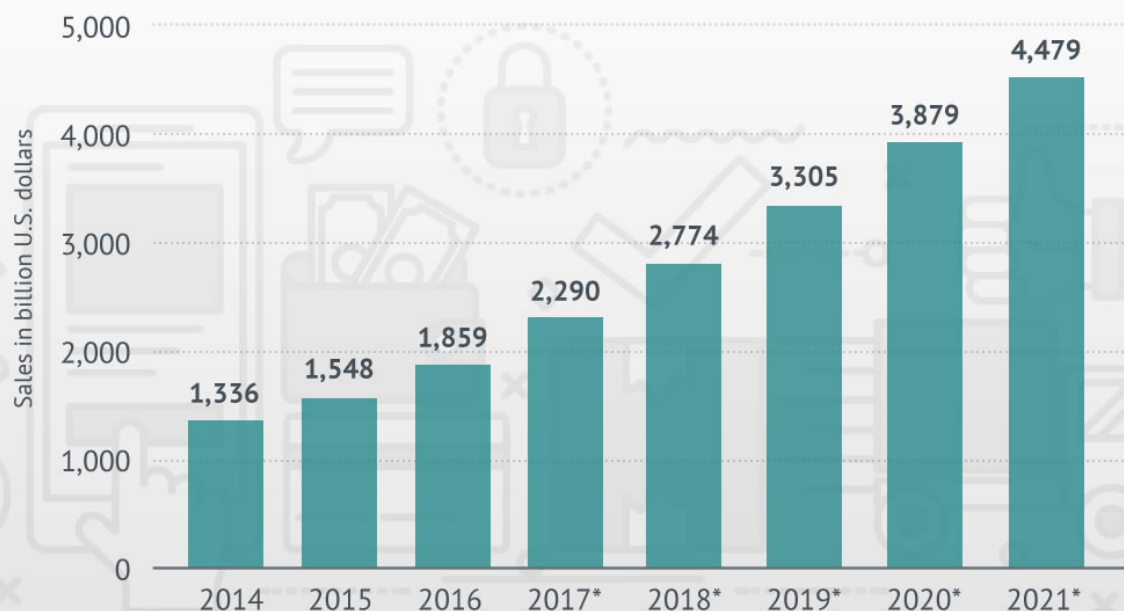


ИНТЕРНЕТ В ПОМОЩЬ

Электронная торговля открывает новые возможности для производителей полимерной упаковки.

Глобальный объем розничной электронной коммерции по итогам 2017 года составит 2,3 трлн долл., увеличившись более чем на 23% в годовом сопоставлении. Учитывая то, что общий розничный товарооборот будет равен порядка 22,7 трлн долл., доля онлайн-торговли впервые в истории составит десятую часть мировых продаж. Но это далеко не предел, свидетельствуют данные, которые привели эксперты eMarketer в своем новом обзоре Worldwide Retail and Ecommerce Sales. По их прогнозам, в ближайшие годы темпы роста электронной коммерции будут стабильно превышать 10%, а основным драйвером будет Азия, прежде всего Китай, но также Индия и другие страны региона. В итоге в начале следующего десятилетия объем рынка электронной торговли вплотную приблизится к отметке в 4,5 трлн долл.

Динамика розничных интернет-продаж (в трлн долл.)



Особенностью электронной коммерции является более длинная цепочка поставок по сравнению с традиционной торговлей: товар проходит множество точек перевалки против обычных четырех. Это значит, что в процессе транспортировки упаковка подвергается повышенному риску повреждения.

Цепочки поставок: традиционные схемы и электронная коммерция

Цепочка поставок в физические точки продаж Как ваш товар попадает на прилавок



Цепочка поставок в онлайн-торговле Как ваш товар попадает прямо к потребителю





По данным DS Smith, более трети онлайн-покупателей в Великобритании сталкивались с плохой упаковкой заказа, причем каждый пятый был сильно раздосадован этим. Согласно другому опросу, проведенному компанией JABIL, 95% производителей поддерживают тезис о том, что неудобная, непривлекательная или просто поврежденная упаковка значительно снижает привлекательность товара.

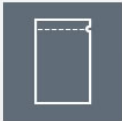
В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ ТЕМПЫ РОСТА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ БУДУТ СТАБИЛЬНО ПРЕВЫШАТЬ 10%, А ОСНОВНЫМ ДРАЙВЕРОМ БУДЕТ АЗИЯ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО КИТАЙ, НО ТАКЖЕ ИНДИЯ И ДРУГИЕ СТРАНЫ РЕГИОНА.

Именно поэтому пристрастие людей к покупкам через Интернет может стать катализатором спроса на пластики, особенно полиэтилен, который используется для изготовления пленок, сумок и воздушно-пузырчатой пленки. «Конечно, товары, поставляемые операторами дистанционной торговли, имеют собственную упаковку, однако для каждого конкретного заказа они должны упаковываться дополнительно», – объясняет директор IHS Markit Chemical по рынку полиолефинов Дж. П. На.

Ранее дизайнеры упаковки представляли себе товар в некой идеальной среде – скомпонованным стандартными партиями в удобных ящиках или паллетах. Однако в дистанционной торговле это не работает, поскольку товары путешествуют в одиночку или вместе с другими видами продукции. То, что с комфортом транспортируется большими партиями, будучи поставлено покупателю в рамках онлайн-заказа индивидуально или в непривычном соседстве, может выглядеть как упакованное самым неподходящим образом. По оценкам исследовательской компании Bemis, наиболее остро нуждается в замене тара мясомолочных продуктов, шоколада, сухих завтраков, консервированных овощей, кормов для животных, отбеливателей и стиральных порошков, шампуней.

Эксперты Bemis с цифрами в руках подтвердили, что упаковка, сослужившая производителям хорошую службу в условиях массового производства, может быть малопригодной в эпоху электронной коммерции. Они разработали прочностный тест, учитывающий специфику онлайн-торговли, и применили его в отношении 170 продуктов из 34 товарных категорий. Две трети образцов показали отрицательные результаты. При этом наиболее хорошо зарекомендовавшим себя типом упаковки оказалась не жесткая металлическая, а мягкая пластиковая упаковка.

Инновации в упаковке

Детское питание	 Стеклянная банка	 Полужесткий контейнер с крышкой	 Вертикально устойчивый мешочек с наконечником-дозатором
Суп	 Жестяная банка	 Картонная упаковка	 Вертикально устойчивый мешочек (открывается по перфорации)
Корм для животных		 Бумажный мешок	 Пластиковый мешок с плоским дном
Моющее средство	 Твердая бутылка		 Вертикально устойчивый мешочек с наконечником-дозатором

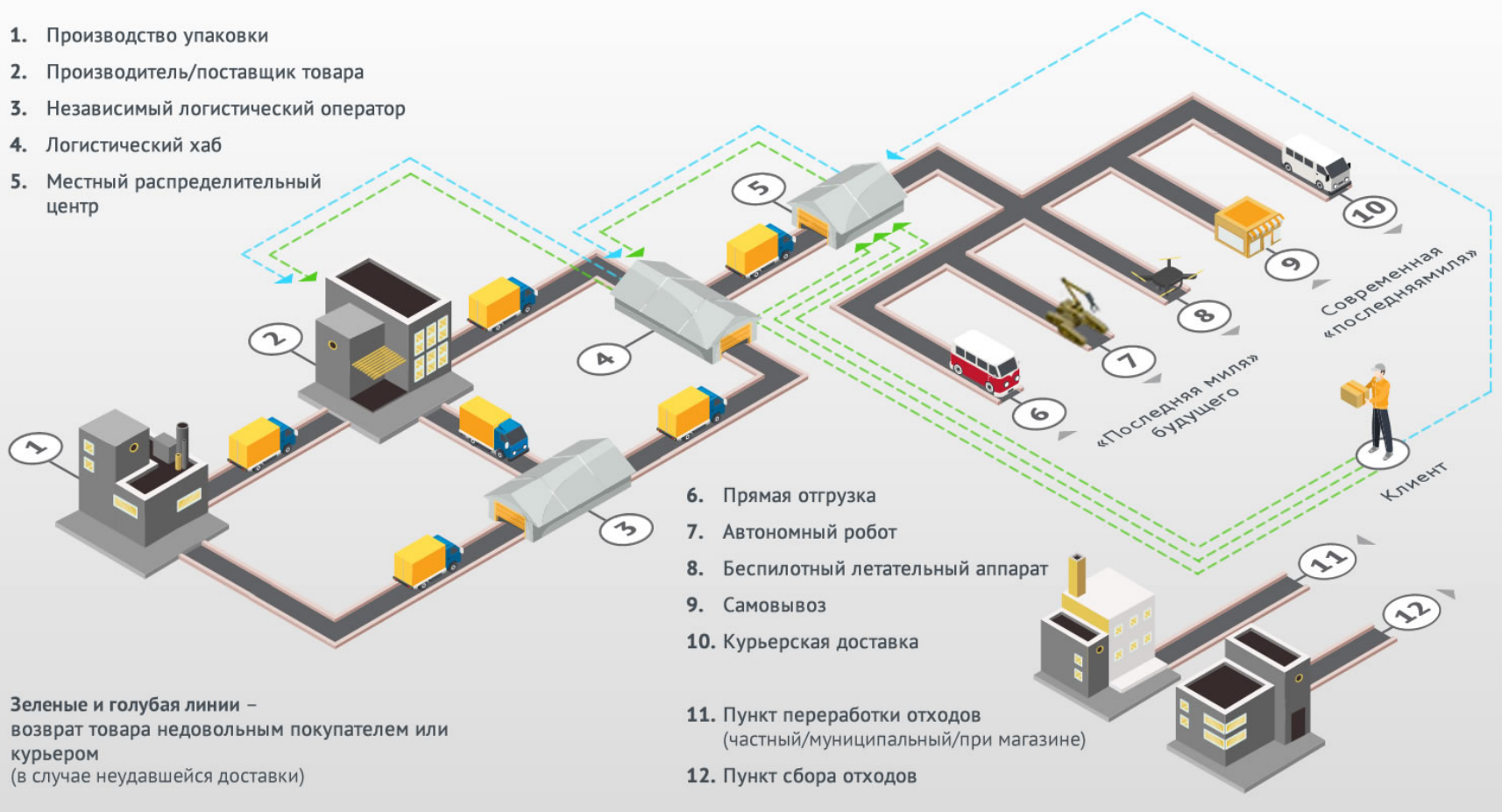
Согласно статистике, собранной Schönwald Consulting, ежегодный прирост мировых продаж мягких контейнеров составляет 7%. Половина этого рынка объемом более 200 млрд долл. приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион, тогда как на Европу и Северную Америку – в совокупности менее трети. Уже сегодня в мире продается 165 млн единиц этого вида упаковки для жидкой еды и напитков. Конечно, пока это вдвое меньше спроса на металлические банки. Однако всего несколько лет назад мягкая упаковка для таких продуктов практически не использовалась. В общем объеме рынка упаковки мягкие контейнеры уже занимают 25%.

Описывая эффективность мягкой упаковки, менеджер по инновационной таре The Campbell Soup Co. Эндрю Гордон в 2016 году назвал следующие преимущества: удобно открывается, легкая, может быть повторно закрыта, хорошо сохраняет свойства продукта, позволяет оценить его внешний вид. Мягкая упаковка известна с конца 1940-х годов, но небольшое разнообразие исходного сырья вначале не позволило ей занять достойное место на рынке. Новое большое будущее перед гибкой тарой открыли БООП-пленки в сочетании с технологиями вакуумной упаковки, коэкструзии и ламинирования, а также достижения графического дизайна. Благодаря функциональности и легкости многослойная полимерная тара все активнее вытесняет из оборота традиционные металл и стекло.

Новые тренды на рынке упаковки уже привели к появлению инновационных услуг в сфере промышленного дизайна. Основатели компании OnPoint2020 заметили, что логистические компании, определяя стоимость доставки, оценивают отправления не только по весу, но и по размеру. Используя оборудование QubeVu, которое стало промышленным стандартом благодаря Amazon, UPS и FedEx, в OnPoint2020 разрабатывают варианты упаковки, в которой стоимость доставки будет наименьшей. Это позволяет клиентам компании избегать ситуаций, когда перевозка заказа стоит дороже, чем сам товар.

Жизненный цикл упаковки в электронной коммерции

1. Производство упаковки
2. Производитель/поставщик товара
3. Независимый логистический оператор
4. Логистический хаб
5. Местный распределительный центр

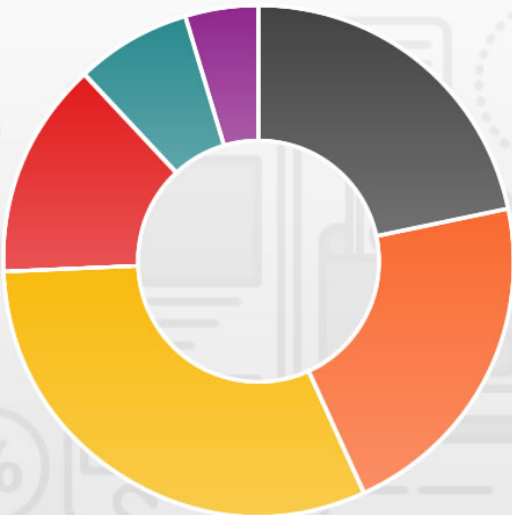


Источник: DS Smith

Сервис по проектированию тары предлагает и DS Smith. Опыт компании свидетельствует, что, убрав всего 5 мм толщины дополнительной упаковки, производитель может арендовать на 20 грузовиков в год меньше и заметно сэкономить на транспортировке. Важным фактором для потребителей, указывают в DS Smith, являются и экологические свойства упаковки. Порядка 40% признались, что получали заказы, помещенные в чрезмерный объем тары.

В ближайшем будущем рынок, вероятно, получит еще больше информации о пригодности упаковки различных товаров к нуждам онлайн-торговли. DS Smith планирует открыть три специальные лаборатории в Великобритании, Франции и Германии, каждая из которых будет оснащена оборудованием, воспроизводящим падения, удары, сдавливание, сминание и встряхивание, словом, все приключения товара в процессе доставки от производителя к конечному потребителю.

Мировой рынок упаковки по типу материала, в денежном выражении, 2015



- Мягкая упаковка (пластик)
- Жесткая упаковка (пластик)
- Картон
- Металл
- Стекло
- Другие материалы

Источник: Smithers Pira