

Автор: Николай Дерягин

Опубликовано 13 декабря 2005 года

Кажется, что бумажная посуда (стаканчики, тарелки) в России уже очень давно. Вспомните мороженное в бумажных стаканчиках... Однако как направление бизнеса появилось недавно, последние несколько лет. Причина – появление новых станков, позволяющих делать качественные изделия неклеевым способом.

Итак, что может быть проще бумажного стаканчика? Только сама технология его изготовления! Берется лист бумаги с напечатанным на нем рисунком, оборачивается вокруг болванки, сваривается по шву, снимается, затем в образовавшийся конус вбрасывается кругляшек доньшка. Все это заворачивается снизу и также проваривается – и у вас в руках произведение искусства! Не менее сложна технология изготовления и бумажной тарелки, коробочки и т.д.

Всё (технология и готовая продукция) очень красиво (гармония во всем!). А также гигиенично – в силу своего происхождения, бумажный стаканчик невозможно вымыть и повторно использовать. Не забудем и экологов – бумажный стаканчик, как естественный продукт, также естественно утилизируется. Для правоохранительных органов, бумажный стаканчик – спасение при использовании на массовых мероприятиях. А как бумажная посуда нравится детям! Но это - не все куплеты гимна Бумажному Стаканчику...

Рынка бумажной посуды в России, по сути еще нет. Несколько лет назад, в одном уважаемом деловом издании, утверждалось, что производитель бумажной посуды в России только филиал финской компании Хухтамаки предприятие Поларкап в Подмосковье, и пожар на этом предприятии оставил страну без стаканчиков! Но опасения корреспондента напрасны – не все так грустно в нашем государстве!

Конечно, производств пока еще не так много – с учетом постсоветского пространства, около 20. В основном, они размещаются в Центральной России, Урале. Некоторые специализируются только на одних размерах выпускаемых стаканчиков (чаще для кофейных автоматов), другие пытаются выпускать больше видов, но обладают только 1-2 станками.

Есть также фирмы, которые импортируют готовые стаканчики из Европы (например, Польша, Италия, Финляндия, Германия и т.д.), США, Китая, Кореи и даже Вьетнама ...

Ассортимент также пока небогат – несколько основных размеров тарелок, почти не производят ланч-боксы. Стаканчики представлены размерами на 100 грамм (6 – 6,5 унций по мировой классификации) для кофе (в т.ч. торговых автоматов), на 200 грамм (9 унций) для чая, 300 грамм (12 унций) для напитков, в относительно небольших количествах стаканы для поп-корна и мороженого.

Оборудование для производства бумажных стаканчиков поставляется в основном из нескольких стран – США, Германия и Франция, Южная Корея, Китай. Американские комплексы ориентированы на выпуск с высокой скоростью большого количества продукции, как правило, из рулонной бумаги, поэтому они очень дороги – от нескольких сот тысяч до миллиона долларов.

Европейские машины дешевле, очень надежны, высокоавтоматизированы, имеют достаточную скорость, но все же цена весьма высокая – несколько сот тысяч долларов.

Очень надежны, практичны (ничего лишнего) станки из Южной Кореи. Эта страна, по сути, законодатель моды в данном направлении. И цена существенно ниже – около 30 – 50 тысяч долларов. Китайские станки встречаются разные – сделанные по лицензиям (или совместно) с Ю.Кореей отличаются хорошим качеством и главное достоинство – цена: около 15 - 30 тысяч долларов (FOB отправитель), что позволяет очень быстро окупать вложения. Однако есть и такие станки, которые сделаны где-то как-то со всеми вытекающими последствиями. Я не рассматриваю станки из других стран Юго-Восточной Азии и Индии, которые, как правило, являются копиями китайских...

Основная производительность корейского или китайского станка – примерно 30-50 шт. в минуту, хотя поставлены в Россию уже и высокоскоростные станки с производительностью около 80 шт. в мин. Европейские станки более скоростные – от 120 до 250 шт. в мин. Различаются станки также по использованию способа сваривания – термический (в т.ч. горячим воздухом) или ультразвуковой. Первый – проще, надежнее, второй – позволяет работать на больших скоростях, требует определенной настройки, дает лучшее крепление.

Одномоментно станок может производить только один размер. Для выпуска другого размера требуется переустановить т.н. молдинги (головки) – болванки, на которые наворачиваются стаканчики. Процесс замены занимает определенное время, все зависит от опыта оператора. Обслуживает станок один человек, хотя возможен, при определенном опыте, многостаночник.

Для изготовления стаканчиков и тарелок может потребоваться и некоторое другое оборудование. Например, печатное – для нанесения рисунков. Пригодны любые виды печати с учетом данной специфики: оперативная (на некоторых лазерных принтерах), высокая, офсетная, флексографическая.

Также могут быть необходимы станки для высечки, которые вырубают из бумаги заготовки для стаканчиков. Для этой цели подойдет тигельный станок, плоскочечатный и т.д. Все это оборудование достаточно широко представлено в России и используется в многих фирмах. Поэтому некоторые предприятия по выпуску бумажной посуды создавались на базе полиграфических или гофро производств.

Основное используемое сырье – особым образом ламинированная бумага примерной плотностью от 120 до 280 гр/кв.м. Некоторые производители посуды применяют бумагу финского производства, однако и в России есть достаточно хорошая бумага для производства бумажных стаканчиков. За рубежом, как правило, односторонне-ламинированная бумага используется для изготовления стаканчиков для холодных напитков, а двухсторонне-ламинированная (с учетом теплопроводности) – для горячих, однако в нашей стране такое разделение не учитывается. Возможно применение в производстве фольгированной бумаги.

При средней производительности около 35 шт в мин, при односменном режиме работы и нормальной продолжительности рабочего дня, на одном станке в месяц можно изготовить около 300 тыс штук. Это потребует примерно от 2,5 до 3 тн бумаги.

Особая тема разговора – это потребление бумажной посуды. Казалось бы, что население России, привыкшее одноразовые вещи использовать многократно, вряд ли воспримет такую посуду. Тем более, что желание клиента перейти на эстетически привлекательную посуду, в тоже время, с

эффектом необычного рекламоносителя, порой наталкивается на неспособность производителя быстро, относительно небольшими тиражами исполнить заказ.

Неразвитость производства накладывает свой отпечаток на сбыт. Клиенту не остается ничего другого как искать замену. Однако вендинговые компании, фаст-фуды, рекламные фирмы, молочные и кондитерские предприятия, транспортники (в частности, железнодорожники и авиаторы) уже оценили преимущества и возможности именно бумажной посуды. Их поддерживают санитарные инспекции в ряде регионов России, которые запрещают использовать небумажную посуду уличных кафе, при употреблении алкогольных напитков и т.п. и т.д.

Правильно заметил один из врачей: "Продается не сам бумажный стаканчик, а истинная гигиена". Играет немаловажную роль и фактор определенного престижа – многие уважаемые фирмы используют только бумажную посуду: например, Кока-кола, Макдоналдс и т.д. Психологи отмечают фактор приятных тактильных ощущений (в т.ч. на подсознательном уровне) от бумаги по сравнению с другими материалами.

Нередки случаи применения стаканчиков с фирменными логотипами на предприятиях, в выездном питании (кейтеринг), на массовых спортивных мероприятиях (как, например, на сеульской Олимпиаде). Вообще надо заметить, что, как сказал Габриель Гарсиа Маркес: "Человек так любит одноразовые вещи потому, что он и сам одноразовый".

Возможности дальнейшего применения безграничны - цилиндрические стаканы (тубы), стаканы с квадратным дном, запаивание стаканов крышкой (платинка, «кепочка»), тарелки любой формы и большой глубины, стаканчики и тарелки с ручками, разные способы печати и т.д.

Иногда можно услышать возражения по поводу превышения цены бумажного стаканчика над пластиковым. Но, господа, простые истины - до тех пор, пока будут возить бумажные стаканчики из-за тридевять земель, пока будет только несколько десятков производителей на всю нашу огромную страну, пока рынок не сформируется, - какой смысл снижать цены?!

Скоро исполнится 100 лет бумажному стаканчику. В 1907 году Лоуренс Луэллен с Хью Мур в Канзасе (США) сделали первый стаканчик для своих автоматов по продаже газированной воды. На фоне борьбы с общими кружками для питья как источника распространения всяких болезней стаканчики начали свое победное шествие по планете. Мы не знаем, когда появился первый экземпляр в нашей стране, но сегодня темпы роста потребления стаканчиков, тарелок очень высокие и поэтому пока можно говорить об экстенсивном пути развития – появлении новых производств при практически отсутствующей конкуренции.

20 предприятий в лучшем случае выпускают в месяц (без учета Хухтамаки-Поларкап) чуть более 12 млн штук стаканчиков на всю страну! А в небольшой Южной Корее используется более 2 миллиардов штук... При подсчете становится очевидно, что даже если появится около тысячи новых предприятий, спрос еще не будет удовлетворен!

Рынок открыт и ждет вас...!