**Содержание**

Введение

1. Общая характеристика отрасли (сферы деятельности)

1.1 История развития отрасли (сферы деятельности)

1.2 Роль отрасли (сферы деятельности) в экономике РФ. География размещения

1.3 Основные виды продукции

1.4 Перспективы развития

2. Состав и характеристика структуры отрасли (сферы деятельности)

2.1 Предприятия отрасли (сферы деятельности), их основные характеристики

2.2 Динамика основных показателей, их анализ

3. Товарное досье (на примере одного вида продукции, товара/услуги)

3.1 Оценка потребительской полезности выбранного товара, сложившиеся цены, наличие товаров-заменителей и дополняющих товаров. Основные потребительские сегменты

3.2 Рыночная атрибутика товара (товарный знак, фирменный стиль, упаковка, маркировка)

3.3 Каналы сбыта и хранения. Стандартизация и сертификация товара. Правовые факторы. Послепродажный сервис товара

3.4 Реклама по товару

4. Выявление особенностей маркетинговой деятельности в отрасли (сфере деятельности)

4.1 Особенности комплекса маркетинга по составляющим

4.2 Анализ маркетинговой стратегии и ее составляющих

4.3 Оценка маркетинговых возможностей и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в отрасли

Выводы и предложения

Список литературных источников

**Введение**

Целью изучения данной курсовой работы является изучения лесоперерабатывающей промышленности как отдельная самостоятельная отрасль с целью применения маркетинга в ней. Изучить рыночную ситуацию в данной сфере.

Задачами данной работы являются:

* Дать общую характеристику отрасли (сферы деятельности).
* Выяснить состав и характеристику структуры отрасли (сферы деятельности)
* Дать товарное досье (на примере одного вида продукции, товара/услуги)
* Выявление особенностей маркетинговой деятельности в отрасли (сфере деятельности)

Чтобы данный сектор был перспективным нужно знать общие характеристики, знать технологии, изучить основные виды продукции, историю развития и многое другое, тогда можно применять маркетинговую стратегию для грамотного развития лесной промышленности. Научиться экономно использовать лесные ресурсы для блага людей, изучить потребности, т.е. что хотят видеть, кто хочет видеть, в каком виде и за какую цену довести продукцию до потребителей.

Лесная (лесозаготовительная), деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность - традиционные отрасли народного хозяйства Европейского Севера, издавна славившегося своими лесами. Леса занимают до 3/4 территории Северо-Запада. По объёму лесозаготовок и выпуску продукции деревообработки и целлюлозно-бумажной промышленности Северо- Западу принадлежит первое место в стране./1,с.76/. Поэтому этот вид промышленности является одним из самых ведущих отраслей на Севере.

Лесная промышленность (лесной сектор)- совокупность отраслей промышленности, ведущих заготовку древесины и её обработку и переработку. Заготовка древесины является заключительной фазой лесозаготовительного производства, в странах районах с ограниченными запасами лесов обычно проводится органами и предприятиями самого лесного хозяйства- лесхозами, лесничествами и другими организациями. В районах с большими запасами лесов естественного происхождения заготовка древесины, включая сплав, носит характер добывающей промышленности и выступает как самостоятельная лесозаготовительная промышленность, входящая в общую систему промышленности. Все производства по обработке и переработке древесины образуют лесоперерабатывающую промышленность. В свою очередь часть лесоперерабатывающей промышленности, основанная на механической и частично химико-механической обработке и переработке древесины, образует деревообрабатывающую промышленность; другая- представленная производствами химической переработки древесины и некоторых недревесных продуктов леса- образует целлюлозно-бумажную промышленность, гидролизную и лесохимическую промышленность. Все промышленные отрасли лесного сектора технологически связаны между собой./2,с.524/

В курсовой работе подробнее рассмотрим целлюлозно-бумажную промышленность, т.к. эта отрасль перспективна и на сегодняшний день актуальна.

**1. Общая характеристика отрасли (сферы деятельности)**

**1.1 История развития отрасли (сферы деятельности)**

История всегда развивается по спирали, и чтобы избежать аналогичных последствий, нужно знать что произошло, как произошло и как это предотвратить.

К моменту начала реформ уровень лесозаготовок в южных и западных областях региона, в Карелии, в некоторых приближенных к транспортным путям районах Архангельской области и Республики Коми достиг и превысил научные нормы (так называемую расчётную лесосеку). Леса русского Севера интенсивно поработали на «строительство социализма». На значительных площадях первичные хвойные- еловые и сосновые- леса заменились менее ценными мелколиственными древостоями. Поэтому к середине 80-х годов встал вопрос о сокращении объёмов заготовки леса. Причём если по хвойной древесине перерубы расчётной лесосеки были очень значительными, то запасы лиственной древесины использовались лишь на 30-50%. В планы последних пятилеток записывалось уже сокращение лесозаготовок (уменьшение вывоза хвойных пород и расширение лиственных).

Экономический кризис сказался в ЛПК в полной мере. Вывозка леса резко сократилась. На разных предприятиях она упала до 30-50% от уровня 1990 г. При этом деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная отрасли сократили объёмы производства до 25% от уровня 1990 г.

Кризис охватил деревообработку сильнее, чем лесозаготовительную отрасль. Находясь в лесозаготовляющем регионе, деревообрабатывающие предприятия нередко испытывают сырьевой голод. Отрицательное влияние здесь оказала близость зарубежных потребителей сырой древесины (Финляндии и Швеции). Зарубежные партнёры и посредники, специализированные лесоэкспортные фирмы имели возможность кредитовать лесозаготовителей. А традиционные смежники и соседи, отечественные деревообрабатывающие предприятия, этой возможности были лишены, В результате круглый лес отгружался за границу, а отечественные предприятия деревообработки простаивали без сырья.

У лесозаготовителей были свои проблемы: экспортные заказы не обеспечивали полной загрузки производственных мощностей. Вынуждены были почти остановиться леспромхозы южных и западных областей региона, в значительной степени специализированные на заготовке лиственной древесины. Прежде основными потребителями её были южные регионы СССР (Украина -крупный потребитель рудничной стойки, Молдавия, Закавказье), чьи рынки стали недоступными.

В последнее время в ЛПК, в том числе на Северо-Западе, наметились позитивные сдвиги, выражающиеся в формировании таких вертикально интегрированных компаний холдингового типа. В Республике Коми такой холдинг формируется вокруг Сыктывкарского ЛПК, в Архангельской области - вокруг Котласского ЦБК, в Вологодской области комплекс лесопромышленных предприятий возглавляет «Группа «Фокс» и т. д. В составе холдинга Сыктывкарского ЛПК (СЛПК) - 12 леспромхозов, большинство из которых самостоятельно не могли обеспечить рентабельную работу. Собственные леспромхозы обеспечивают потребности комбината в сырье на 60%. СЛПК вкладывает крупные средства в модернизацию лесозаготовительных предприятий. На лесосеках появились новые трелёвочные тракторы, валочно-пакетирую-щие машины, сучкорезные и лесовозные машины и т. п.

Компания «Илим Палп», которой принадлежит Котласский ЦБК, вкладывает в развитие его лесосырьевой базы крупные капиталовложения. Собственное лесное хозяйство комбината включает уже 15 леспромхозов, и их число планируется увеличить. В общей сложности в развитие лесного хозяйства и новую технику предполагается вложить 30 млн. долларов. Уже несколько лет в леспромхозах Котласского ЦБК работают финские трелевочные комплексы «Тим-берджек». Они в автоматическом режиме пилят и валят лес, укладывают его в штабеля. Всё управление комплексами компьютеризировано. Планируется довести число таких комплексов до 25.

В 1970-80-х годах во многих лесопромышленных центрах Северо-Запада были введены крупные мощности по производству древесно-стружечных и древесно-волокнистых плит. Древесностружечные плиты, казалось бы, решают проблему утилизации отходов лесопиления, деревообработки, однако с годами выяснилась их опасность для населения, мебельщики и строители резко снизили спрос на них. Цеха ДСП начали останавливаться. Древесно-волокнистые плиты пользуются сейчас большим спросом./1,с.78/

Можно рассмотреть историю одного частного комбината, чтобы понять как развивалась целлюлозно-бумажная промышленность. Напримере Сокольского ЦБК.

В середине 1897 года около деревни Соколово Кадниковского уезда была заложена, а к 1900 году построена Сокольская целлюлозно-писчебумажная фабрика, котельный завод и лесопильня. В 1907 году фабрика «Сокол» занимала видное место среди бумажных предприятий царской России.

В соответствии с Декретом СНК от 28 июня и постановлением ВСНХ от 26 ноября 1918 года целлюлозно-бумажная фабрика «Сокол» подлежала национализации. К этому времени на фабрике было 4 бумагоделательных машины, 10 варочных котлов, 1 дефибрер. Производилось 85000 т бумаги.

С 1922 года началась коренная реконструкция фабрики "Сокол". К началу первой пятилетки предприятие занимало второе место в стране по количеству вырабатываемой бумаги.

В 1930 году при фабрике организован целлюлозно-бумажный техникум и ФЗУ. В связи с увеличением объема производства и расширением ассортимента продукции в начале января 1937 года фабрика «Сокол» была преобразована в Сокольский целлюлозно-бумажный комбинат имени В.В. Куйбышева.

Великая Отечественная война нанесла огромный ущерб народному хозяйству страны, резко сократился выпуск продукции и на Сокольском ЦБК. За годы Великой Отечественной войны 572 работника комбината отдали свою жизнь за Советскую Родину. 8 мая 1959 года в городском парке г. Сокола открыт памятник фронтовикам, бывшим работникам комбината. После войны предприятие продолжает наращивать мощности. В 1949 году был достигнут и превзойден на 12% довоенный уровень выпуска бумаги, за что комбинат был награжден орденом Трудового Красного Знамени.

В 1953 году введен в эксплуатацию цех мягких изоляционных плит мощностью 990 м2, в 1954 году - цех кормовых дрожжей на базе отходов целлюлозного производства – 500 тонн в год, в 1961 году - цех твердых древесно-волокнистых плит, цех приготовления химикатов, пущена бумагоделательная машина №9, в 1963 году освоена щелочная варка целлюлозы. В кислотном цехе колчеданные печи заменяются на серные. В последующие годы осуществлялось дальнейшее расширение предприятия, его реконструкция и механизация. Возросли производственные мощности комбината.

Коллективу Сокольского ЦБК, начиная с 1970 года, пришлось взять в основном на себя (вместе со строителями) тяжесть возведения очистных сооружений и прокладки сетей питьевого водоснабжения, производственных и хозяйственных стоков от предприятий и жилой застройки.

Другой важнейшей стройкой для комбината и города, начиная с середины 70-х годов, стало строительство нового целлюлозного завода. Это производство было самым уязвимым участком на комбинате, латанным и перелатанным, почти со столетним оборудованием, особенно вредным для здоровья работающих и окружающей среды. Последние два года строительство велось своими силами. И вот к декабрю 1995 года первая очередь строительства нового завода в основном завершена. Смонтировано шесть вместо десяти старых котлов, но их мощность вдвое больше.

В 1976 году в соответствии с постановлением Совета Министров СССР "О генеральной схеме управления в целлюлозно-бумажной и лесохимической промышленности" на базе Сокольского целлюлозно-бумажного комбината (головная производственная единица) было создано производственное объединение "Соколбумпром" (приказ ВПО ″Союзбумага″ от 9 ноября 1976 года). В состав ПО также включены Сухонский целлюлозно-бумажный комбинат, Судская бумажная фабрика имени 7й годовщины Октябрьской революции, Вологодская обойная фабрика. Объединение объяснялось родством производства. А этого, как показала жизнь, оказалось недостаточно. Не учитывались традиции, многолетнее соперничество между коллективами этих крупных предприятий, психологический настрой. Не случайно, проработав в составе объединения около шестнадцати лет, предприятия вернулись на старые позиции, образовав сначала арендные, а через год, в 1993 - акционерные общества.

Брошенные в омут поспешных и не до конца продуманных экономических реформ, многие предприятия, не выдержав «прелестей» свободного потребительского рынка обанкротились, многие оказались на грани выживания. Политический и экономический кризис в стране не обошел стороной и Сокольский ЦБК. В 1996 году из-за отсутствия централизованных капиталовложений были прерваны основные строительные работы, в результате чего остались недостроенными цех отбелки сульфитной целлюлозы и бытовой корпус для обслуживающего персонала.

Для достройки объектов требовалось около 45 млн. долларов финансовых вложений, а также разработка нового проекта отбелки в связи с запрещением технологии с применением хлора.

Выпускаемый ранее ассортимент бумаг в связи с переходом потребителей на новые технологии оказался невостребованным на внешнем рынке. Снижение выработки продукции в 1996 году составило около 70% к уровню 1990 года.

Для выхода из кризиса предприятию требовался гибкий подход к ведению хозяйственной деятельности и финансовые инвестиции.

С 1998 года при организационном содействии Ассоциации региональных промышленников «ГРУППА ФОКС» Сокольским ЦБК разрабатывается программа по улучшению технического уровня производства, которая включает в себя:

* обеспечение высокого качества выпускаемой продукции в соответствии с требованиями международных стандартов;
* снижение затрат на сырье, материалы, энергоресурсы;
* расширение ассортимента, увеличение выпуска рентабельной продукции, имеющей спрос на внутреннем и мировом рынке;
* улучшение экологической обстановки на комбинате и в городе.

Поэтапная реализация этой программы позволила выработать уже в 1998 году 36 тысяч тонн бумаги, увеличив объем производства на 10%. Благодаря привлеченным инвестициям в 1998-99 годах комбинатом произведена модернизация 4-й, 5-й, 6-й, бумагоделательных машин, закуплено оборудование для улучшения качества бумаги, начата реконструкция бумагоделательной машины №9.

На сегодняшний день парк машин и состав технологического оборудования Сокольского ЦБК насчитывает:

* шесть варочных котлов для варки целлюлозы;
* десять бумагоделательных машин;
* линия по производству ТДВП;
* линия по производству ДВП;
* иннокуляры для производства кормовых дрожжей;
* ректификационные колонны для производства спиртосодержащей продукции;
* линии по производству бумажных салфеток, туалетной бумаги, бумажных пакетов.

В настоящее время Сокольский ЦБК – это стабильно работающее предприятие, выпускающее 12 видов бумаги, мягкую и твердую древесноволокнистую плиту прекрасного качества, широкий ассортимент товаров народного потребления, спиртосодержащую продукцию, кормовые дрожжи.

Комбинат поддерживает широкие международные связи: древесноволокнистые плиты экспортируются в США, Нидерланды, Великобританию, Финляндию и другие страны; бумага - в Монголию, Пакистан, Иран, Францию: целлюлоза – в Италию, Германию, Австрию. В месяц комбинат перерабатывает примерно 30 тыс. кубометров леса и технологической щепы. Комбинат имеет на балансе две тепловые электрические станции мощностью 500 тонн пара в час и 30 Мвт по электрической энергии. Топливом служит природный газ и древесные отходы. Обеспечение электроэнергией - частично от собственных пяти турбоагрегатов мощностью по 6 МВт, установленных на ТЭЦ-1. Недостающая энергия потребляется от системы «Вологдаэнерго».

Источником водоснабжения предприятия служит река Сухона. Лимит водопотребления составляет 38,5 млн. м3 в год.

Предприятие обеспечивает рабочими местами почти 3000 человек, стабильно получающими зарплату. Объем производства составляет около 50 млн. рублей в месяц. Перспективная программа развития комбината предполагает наладить управление, снабжение и сбыт по мировой методике, что позволит выйти на 100% использование активов и мощностей./3/

**1.2 Роль отрасли (сферы деятельности) в экономике РФ. География размещения**

Россия занимает лидирующие позиции в мире по обеспеченности лесными ресурсами, обладая примерно 22% мировых запасов древесины. Отечественные запасы древесины составляют 81,3 млрд. в том числе пригодных для эксплуатации – 40,3 млрд. Лесной фонд находится в собственности государства.

Лесосырьевые ресурсы России позволяют обеспечить не только текущие и перспективные потребности страны в древесине и продуктах её переработки, но и значительно расширить экспорт лесобумажной продукции.

Лесная и деревообрабатывающая промышленность. В пределах северного лесного пояса, где заготавливается в основном древесина хвойных пород, наибольшее развитие эта отрасль получила в Канаде, занимающей первое место в мире по экспорту лесной продукции, России, Финляндии и Швеции. В пределах южного лесного пояса, где заготавливается лиственная древесина, лесная промышленность получила наибольшее развитие в Бразилии, Тропической Африке и Южно-Восточной Азии./2.с 36/

При строительстве предприятий по лесопереработке необходимо учитывать его экономическое размещение по территории. Расположение должно быть или рядом с лесозаготовкой (добычей сырья), или рядом с основными транспортными путями.

В районах наличия сырья предприятия по механической переработке древесины размещены следующим образом:

* в местах пересечения или подхода железных дорог к лесосплавным путям (Котлас, Омск, Новосибирск, Красноярск и др.) где по водной артерии доставляется сырьё, а по железной дороге отправляется готовая продукция;
* в низовьях и устьях крупных сплавных рек, имеющих выход в море (Архангельск, Мезень, Нарьян-Мар, Игарка и др.);
* на лесовозных по характеру грузооборота железных дорогах (Мурманск- С.-Петербург, Архангельск- Вологда, Воркута- Котлас и др.)

При размещении лесопиления вдали от сырьевых баз (включая и безлесные районы) встречаются и аналогичные варианты. Наиболее выгодное транспортно- географическое положение занимают пункты на стыках лесосплавных путей и железных дорог (например в России Самара, Саратов, Волгоград- на Волге, в Украине- Кременчуг, Днепропетровск, Запорожье- на Днепре).

Роль сырьевого фактора в размещении лесной промышленности усиливается при комплексном использовании древесины, на основе которого возникает производственное комбинирование. В этом отношении особое место принадлежит химической и химико- механической переработке древесного сырья, связанной с получением целлюлозы и бумаги./5,с.161/

Для производства целлюлозы необходимы древесное сырьё и химикаты.

Сокольский ЦБК находится на территории Вологодской области. Рассмотрим географию рпоставки сырья для данного предприятия.

* Обеспечение древесным сырьем.

Древесное сырье (еловая балансовая древесина 1-й категории и технологическая щепа марок Ц1 и Ц2), необходимое для производства целлюлозы, древесной массы и твердых древесно-волокнистых плит, поставляется комбинату лесозаготовительными и лесоперерабатывающими предприятиями Вологодской области в виде круглых лесоматериалов и технологической щепы.

Возможны поставки балансов также из лесозаготовительных предприятий юга Архангельской области.

Запасы лесосырья в этих регионах и мощности лесоперерабатывающих предприятий по производству щепы гарантируют обеспечение комбината всеми видами сырья.

Для производства твердых древесно-волокнистых плит намечается использовать щепу марок ЦЗ и ПВ, а также щепу приготовленную из отходов подготовки сырья для основного производства.

Поставки сырья будут организованы по железной дороге, автотранспортом (в т.ч. являющимся собственностью комбината), на судах и, возможно, в небольших объемах сплавом.

## Обеспечение химикатами.

Таблица 1- Обеспечение сырьём Сокольского ЦБК

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | | **Наименование**  **сырья** | | Поставщики | |
| 1 | | Сера техническая | | г. Каратау, АО «Московский нефтеперерабатывающий завод» | |
| 2 | | Сода кальцинированная | | г. Стерлитамак, АООТ «Пикалевское объединение» Ленинградской области | |
| 3 | | Наполнители – каолин и другие | | г. Глуховцы Винницкой области, Челябинский ГОК и др. | |
| 4 | | Канифоль таловая, модифицированная | | Лесохимические заводы Вологды, Селенги и Котласа | |
| 5 | | Сульфат алюминия | | ОАО «Пигмент» Санкт – Петербург | |
| 6 | | Красители прямые и основные | | Пермь, Москва Дербеневский завод, | |
| 7 | | Силикаты натрия и калия | | ОАО «Ирбитстекло» г. Ирбит | |
| 8 | | Едкий натр | | АО «Капролактам», г. Дзержинск, Нижегородской области | |
| Основные вновь принимаемые к использованию химикаты будут поставляться: | | | | | |
| 1 | | Пероксид водорода | | г. Новочебоксарск Чувашской республики. Возможны поставки из зарубежных стран (например, Финляндии) | |
| 2 | | Комплексообразователь «фиолент» | | в контейнерах, вместимостью 1 м в автотранспорте или по железной дороге из Московской области | |
| 3 | | Кислород | | собственного производства | |

Отсюда можно понять, как довольно обширна география поставки сырья с разных регионов России, что задействованы и другие специализированные предприятия для выбранной отрасли, что приводит к развитию других отраслей.

**1.3 Основные виды продукции**

Лесной продукцией (лесными товарами) принято называть материалы и продукты, получаемые путем механической, механико-химической и химической переработки ствола, корней и кроны дерева. Таким образом, понятием "лесные товары" обычно не охватываются изделия из древесины. Значительная часть товаров лесозаготовительной промышленности реализуется в пределах лесоперерабатывающей промышленности: лесопильной, деревообрабатывающей, целлюлозно-бумажной, гидролизной и лесохимической; часть лесных товаров направляется в другие отрасли народного хозяйства и на экспорт.

Для удобства рассмотрения все лесные товары можно разделить на 7 групп.

1. Лесоматериалы. В эту группу входят товары, получаемые механической обработкой в основном ствола дерева. При этом заготавливают деловую древесину и дрова, пригодные для использования только в виде топлива. Низкокачественную деловую древесину называют технологическим сырьем.

Из отходов лесозаготовок (сучья, вершины и др.) и лесопиления (рейки, опилки и др.) также получают лесоматериалы, которые применяют главным образом для химической переработки.

По способу механической обработки лесоматериалы делятся на шесть классов:

1) Круглые лесоматериалы получают поперечным делением хлыста на отрезки, имеющие округлую форму сечения.

Лесоматериалы следующих четырех классов получают соответствующей обработкой круглых лесоматериалов.

2)Пиленые лесоматериалы, или пилопродукцию, получают продольным пилением или фрезерованием древесины и последующим поперечным раскроем материала.

3)Лущеные лесоматериалы - резанием древесины по спирали (лущением).

4)Строганные лесоматериалы - резанием древесины ножами, формирующими плоскую поверхность раздела.

5)Колотые лесоматериалы - разделением древесины вдоль волокон клиновидным инструментом.

6)Измельченную древесину получают специальной пере работкой древесины с помощью рубильных машин, фрезерно-пильных агрегатов, дробилок, молотковых мельниц, стружечных станков и размольных устройств, а также в процессах обычного пиления и фрезерования.

Разновидности лесоматериалов определенного назначения принято называть сортиментами.

2. Сырье для лесохимических производств. Сюда отнесены товары, получаемые также механическим путем из ствола, корней, кроны и специально предназначенные к использованию в качестве сырья для лесохимических производств. Это корье лиственницы, ели, ивы и древесное сырье из дуба, каштана- для выработки дубильных экстрактов; пнёвый и стволовой осмол из сосны; древесное сырье хвойных и лиственных пород для пиролиза и углежжения (ГОСТ 23260-80), сырье для угля специального назначения (ГОСТ 8440-74); древесная зелень, а также живица и соки, добываемые из живых деревьев.

Следующие две группы лесных товаров получают механико-химическими (точнее, механо-физико-химическими) способами.

3.Композиционные древесные материалы. В эту группу входят листовые, плитные или другого вида материалы, образованные с помощью связующих, вяжущих или других веществ из предварительно разделенной на части древесины (или коры). Представителями этой группы являются: фанера, древесностружечные, древесноволокнистые и столярные плиты, арболит и др.

4.Модифицированная древесина. Сюда относится цельная древесина с направленно измененными свойствами. В указанную группу входит древесина: прессованная, пластифицированная аммиаком, модифицированная синтетическими смолами и др.

Остальные три группы лесных товаров получают путем химической переработки сырья.

5.Целлюлоза и бумага. Эта группа объединяет различного вида и назначения целлюлозу, древесную массу, бумагу, картон и др.

6.Продукция гидролизного и дрожжевого производств. Сюда включена такая продукция, как спирт, кормовые и пищевые дрожжи, фурфурол и пр., получаемая из низкокачественной древесины и отходов.

7.Продукция лесохимических производств. В эту группу входят разнообразные продукты: древесный уголь, скипидар, канифоль, дубильные экстракты, биологически активные вещества и пр., получаемые из то варов второй группы./7,с.274/

Приведены только основные виды продукции. На самом деле ассортимент товаров лесоперерабатывающей отрасли очень велик. Каждое предприятие старается выпускать на рынок новинки, чтобы отличались от других производителей аналогичной продукции.

**1.4 Перспективы развития**

При размещении предприятий по механической обработке древесины необходимо учитывать такие особенности лесной промышленности, как высокие удельные расходы сырья на изготовление продукции и огромные производственные отходы, которые ещё на стадии лесозаготовки достигают 20%, а в лесопилении увеличиваются до 40%. В процессе последующей обработки , например в спичечном, мебельном и других производствах, используются, как правило, только ½ расходуемой древесины. При такой технико-экономической специфике необходимо приближать деревообработку к источникам сырья и одновременно комплексно перерабатывать древесину, чтобы до минимума сократить отходы./5,с.161/

В России начинают более эффективно перерабатывать древесину, что сокращает отходы до минимума, наши учёные разрабатывают новые технологии или производители заимствуют у иностранных производителей. Например, в «Вологодском лесном журнале» есть реклама где предлагается абсолютно новое биотопливо под названием «пеллет». Этот продукт изготавливается из опилок, древесной муки, щепы, древесной пыли и т.д./8,с.40/ Можно надеяться, что все лесоперерабатывающие предприятия начнут экономить такой ценный продукт как лес и внедрять новинки, которые помогут сэкономить ресурсы и дополнительно заработать.

На предприятиях ведутся внедрение новых технологий. Например, на Архангельском ЦБК новый проект «Реконструкция производства картона», вот что опубликовано на сайте: 09 июля 2008 года.

Инвестиционный проект «Реконструкция производства картона» на ОАО «Архангельский ЦБК» (г. Новодвинск) прошел согласование и включен приказом Министерства промышленности и торговли РФ в перечень приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов.

Напомним, что в регионе прошел первый тур отбора заявок коммерческих организаций на реализацию инвестиционных проектов, претендующих на включение в перечень приоритетных инвестиционных программ в сфере освоения лесов». 19 ноября 2008 года

Несмотря на кризис ОАО «Архангельский ЦБК» (г. Новодвинск) продолжает реализацию инвестиционного проекта «Реконструкция производства картона» стоимостью более 5,3 миллиарда рублей.

Как напомнила 19 ноября 2008 года на совещании, посвящённом проблемам и перспективам развития ЛПК в России, директор по взаимодействию с органами госвласти АЦБК Наталья Пинягина, данный проект включен в перечень приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов, под который были выделены лесные участки в границах Архангельской области для предоставления их в аренду без проведения аукциона.

Она также подчеркнула, что в уходящем году комбинат полностью освоил средства в рамках проекта в размере более 260 миллионов рублей. Речь идет о первом этапе реконструкции КДМ-2. К 2010 году в рамках данного проекта намечено строительство нового потока по варке нейтрально-сульфитной полуцеллюлозы производительностью 1000 тонн в сутки и стоимостью 710 миллионов рублей.»/9/

**2. Состав и характеристика структуры отрасли (сферы деятельности)**

**2.1 Предприятия отрасли (сферы деятельности), их основные характеристики**

На Северо- Западе, как самый ведущий по количеству предприятий по лесопереработке, будут рассмотрены основные компании и будут представлены их характеристики.

Из отраслей деревообрабатывающей промышленности наиболее разносторонне развиты на Северо-Западе лесопиление и целлюлозно-бумажная промышленность. Лесопиление издавна концентрировалось в морских портах, в местах пересечения или стыковки железнодорожных путей и лесосплавных рек. Самым крупным центром лесопильной промышленности является Архангельск - морской и речной порт в устье Северной Двины на Белом море. Здесь распиловкой древесины и производством пиломатериалов занято 1,5 десятка крупных предприятий. Из них крупнейшие - Соломбальский лесопильно-деревообрабатываю-щий комбинат (270 тыс. куб. м пиломатериалов - 2000 г.), ЛДК № 3, Лесозаводы № 2 и № 3 (каждый с объёмом выпуска 120-150 тыс. куб. м пиломатериалов в год). Значительная часть пиломатериалов экспортируется морским путём. Архангельск - старейший и крупнейший в стране экспортёр лесоматериалов. До 90% экспорта промышленной продукции Архангельской области приходится на ЛПК.

В Вологодской области крупные лесопильно-деревообрабаты-вающие комбинаты, такие, как Сокольский («Солдек»), Харовский («Лесдок»), Монзенский (пос. Вохтога), располагают мощностями для комплексной переработки древесины, обеспечивающими максимальное использование древесного сырья. Они производят пиломатериалы, строительные и мебельные заготовки, комплексы сборных домов, разнообразные товары культурно-бытового назначения. В условиях перехода к рынку, приспособления к повышенным требованиям заказчиков на качество продукции перед многими предприятиями стоит задача перестройки структуры производства, замены оборудования, совершенствования технологических процессов. Многие из них приступают к реализации крупных инвестиционных проектов, привлекая для этих целей отечественный и иностранный капитал.

Большая реконструкция осуществляется на Судском ЛДК (пос. Суда). Здесь предполагается наладить выпуск сухих экспортных пиломатериалов и поставлять их на внешний рынок в виде строганных заготовок, что гораздо более рентабельно, чем поставка обычных пиломатериалов. 21-й деревообрабатывающий завод в г. Соколе, переданный несколько лет назад из оборонного ведомства в систему Минэкономики и располагающий большими мощностями, ведёт техническое перевооружение. Высокая эталонная технология освоена здесь с пуском новой линии производительностью 400 тыс. куб. м в год.

Крупные предприятия лесопильно-деревообрабатывающей промышленности функционируют также в Республике Коми (в частности Сыктывкарский ЛДК), в Карелии, Ленинградской и Новгородской областях. В дореформенный период значительные мощности лесопиления имелись в Ленинграде, но в последнее десятилетие они были в основном свёрнуты.

В целом укрупненный Северо-Запад производит в настоящее время 5,3 млн. куб. м пиломатериалов (2000 г.), что составляет 26% от общероссийского уровня. Доля региона по этому показателю, как и по уровню лесозаготовок, заметно увеличилась с 1990 г. (19%).

Важной подотраслью деревообработки является фанерное производство. Сырьём для него служит преимущественно берёза, при этом для получения 1 куб. м клееной фанеры требуется 2,3 куб. м древесины. Такой высокий удельный расход сырья ориентирует это производство на районы с преобладанием смешанных лесов, имеющих запасы берёзы. На Северо-Западе оно получило развитие в южных и западных областях. Выделяются такие предприятия, как Усть-Ижорский фанерный комбинат (Ленинградская обл.), фанерный комбинат в г. Сортавале (Карелия). В Вологодской области на производстве фанеры специализируются два предприятия: великоустюгский фанерный комбинат «Новатор» и Череповецкий фанерно-мебельный комбинат. Их продукция - листовая клееная фанера, шпон и гнуто-клееные детали, используемые в производстве мебели, - пользуется большим спросом.

«Новатор» недавно вошел в состав холдинговой компании «Север-Древ» - крупного производителя плит на деревянной основе

(в состав компании входит и Усть-Ижорский комбинат). В 2003 г. на предприятии вводят новый цех по производству фанеры большого формата, который увеличит объём производства комбината в два раза -до 100-110 тыс. куб. м фанеры в год.

Древесно-волокнистые плиты пользуются сейчас большим спросом. Их выпускает, в частности, Шекснинский завод ДВП (пос. Шексна Вологодской обл.) - специализированное предприятие, оснащённое современным оборудованием. Основная линия ДВП имеет мощность 1,2 млн. кв. м плит в год. В 1996 г. была пущена новая линия по выпуску наиболее дефицитной для мебельной промышленности плиты средней плотности. Она производит 50 тыс. куб. м высококачественной ДВП, соответствующей требованиям евростандарта. Пока это единственная в стране линия по выпуску мебельной ДВП средней плотности.

В больших городах региона - в Петербурге, Архангельске, Петрозаводске, Сыктывкаре, Вологде, Череповце и др. - имеется мебельная промышленность.Пережив кризисные годы, значительное сокращение производства, вызванное жёсткой конкуренцией импортных товаров, она начинает возрождаться. Многие предприятия переходят к выпуску мебели, если так можно выразиться,- нового поколения, идущей на смену мебели из древесностружечных плит, которые не соответствуют современным требованиям экологической безопасности (главным образом из-за синтетических смол, используемых при изготовлении плит). На смену идёт мебель из цельной натуральной или клееной древесины, пользующаяся уже повышенным спросом на внешних и внутренних рынках.

Зарубежные инвестиции в эту отрасль вначале направляются на создание современных производств комплектующих изделий, но затем идут и на организацию выпуска готовой мебели. Такую стратегию проводит шведский концерн «Икея», планирующий вложить в мебельную промышленность Северо-Запада России более 100 млн. евро. Концерн учредил компанию «Икея-Россия», которая уже построила в городе Тихвине Ленинградской области завод по производству комплектующих для мебели, впоследствии там начнётся выпуск готовой мебели. В Карелии шведско-российская компания построит лесопильно-мебельный комбинат, первая очередь которого рассчитана на выпуск 100 тыс. куб. м пиломатериалов в год. Компания предполагает направить инвестиции также в мебельные предприятия Вологды и Сыктывкара.

В лесопромышленный комплекс вкладываются и отечественные капиталы. Ассоциация региональных промышленников «Группа «Фокс» (г. Москва) осуществляет инвестиции в Вологодской области. В Вологде, на мебельной фирме «Прогресс», входящей в «Группу «Фокс», была проведена коренная модернизация. В 2002 г. на предприятии пущена новая высокомеханизированная мебельная линия, оснащённая итальянским оборудованием.

На Северо-Западе работают две из трёх сохранившихся в кризисный период спичечных фабрик страны: в Череповце и г. Чудово Новгородской области (3-я российская спичечная фабрика «Гигант» находится в г. Балабаново Калужской области). Череповецкая спичечная фабрика - ЗАО «Фэско» - оборудована современными автоматизированными линиями и обеспечивает устойчивую, рентабельную работу. Чудовская фабрика, основанная в 1877 г., когда в одной Новгородской губернии работало 14 спичечных фабрик, из них на территории нынешнего Чудовского района - 12, восстановила дореволюционное название - «Солнце» (ОАО). Предприятию для выхода на рентабельный уровень необходимо техническое перевооружение.

Северо-Запад - основной район целлюлозно-бумажной промышленностиРоссии. Из 3,3 млн. т бумаги, производимой в стране (2000 г.), 1,9 млн. т, т.е. значительно больше половины -58%, выпускается на Севере России. Крупнейшие целлюлозно-бумажные комбинаты расположены в Республике Коми, Карелии, Архангельской и Ленинградской областях. Предприятия этой отрасли имеются также в Вологодской и Новгородской областях.

Целлюлозно-бумажное производство отличается не только высокой материалоёмкостью (на каждую тонну целлюлозы расходуется почти 5 кубометров древесины), но и исключительно большим потреблением воды -до 350 кубометров на 1 т продукции. Поэтому центры целлюлозно-бумажной промышленности сложились на Севере вблизи сырьевых баз - лесозаготовительных районов на берегах крупных рек или озёр.

Крупнейшим предприятием целлюлозно-бумажной промышленности региона и всей страны является Сыктывкарский лесопромышленный комплекс в Республике Коми. Он один производит 1/6 часть всей бумаги в стране (556 тыс. т. в 2000 г.). На привлеченные в 90-х годах зарубежные кредиты комбинат осуществил модернизацию, повысил качество продукции, расширил ассортимент, освоил новые виды бумаги и улучшил экологическую обстановку. Были реконструированы и усовершенствованы все бумагоделательные машины и налажен выпуск широкого диапазона разновидностей офсетной бумаги по плотности. Сыктывкарская офсетная бумага улучшенного качества с поверхностной проклейкой - высококонкурентная продукция на мировом рынке. В результате выполнения программы технического перевооружения производственные мощности СЛПК возросли до 700 тыс. тонн целлюлозно-бумажной продукции в год.

Сыктывкарский ЛПК производит 50% офсетной бумаги в стране, 9% газетной. С 1997 г. СЛПК половину своей продукции импортирует и половину реализует на внутреннем рынке. Это даёт предприятию экономическую стабильность. Платёжеспособный зарубежный рынок обеспечивает возможность регулировать положение на внутреннем рынке и обеспечивать бумагой отечественную полиграфическую промышленность в требуемых размерах. В 2002 г. контрольный пакет акций СЛПК (88%) перешёл к австрийской компании «Нойзидлер», являющейся крупнейшим в Европе производителем офсетной бумаги. Предполагается переименование СЛПК с целью отражения в его названии имени головной компании.

В Архангельской области - три крупных целлюлозно-бумажных комбината: Котласский, Архангельский и Соломбальский. Самый большой из них - Котласский ЦБК, расположенный в г. Коряжме, вблизи Котласа, на берегу полноводной реки Вычегды (сам Котлас стоит на Малой Северной Двине)1. После 1994 г., когда крупную долю в предприятии приобрела компания «Илим Палп Энтерпрайз», на Котласском комбинате проведена коренная модернизация и техническое перевооружение производства. По оценкам специалистов, сейчас это современное предприятие, соответствующее мировым стандартам, одно из самых эффективных в отрасли. В составе комбината действует 6 производств, включающих 22 самостоятельных цеха (общее число работающих - 9 тыс. человек). На комбинате внедряются самые новейшие технологии.

К началу модернизации собственные производственные мощности Котласского ЦБК использовались лишь наполовину. Специалисты комбината и корпорации «Илим Палп» добились к 2002 г. увеличения вдвое объёмов производства. По варке целлюлозы комбинат приближается к миллионному рубежу (900 тыс. тонн в 2002 г.). На комбинате внедрена передовая экологически чистая технология производства целлюлозы с отбеливанием без применения элементарного хлора. Конечную продукцию комбината в 2002 г. составили 300 тыс. тонн товарной целлюлозы, 250 тыс. тонн офсетной бумаги, 270 тыс. тонн тарного картона. Производятся также большие объёмы древесно-волокнистых плит (порядка 10 млн. кв. футов).

Соломбальский ЦБК (он расположен в черте г. Архангельска, на о. Соломбала) специализируется на производстве товарной целлюлозы. Имея объёмы производства по варке целлюлозы в 190 тыс. тонн (2000 г.), комбинат выпускает и реализует 180 тыс. тонн товарной целлюлозы. Остаток целлюлозы-полуфабриката используется в производстве небольших объёмов бумаги.

В Республике Карелия - два крупных целлюлозно-бумажных комбината: Кондопожский и Сегежский.

ОАО «Кондопога» (Кондопожский ЦБК) расположен в одноимённом городе, на берегу одного из северных заливов Онежского озера. Этот комбинат с дореформенных времен является крупнейшим производителем газетной бумаги, на его долю приходится 1/3 всей газетной бумаги в стране. В составе комбината 24 цеха, с численностью работающих - 6600 чел. В связи с выработкой близлежащей сырьевой базы еловые балансы поставляются в Кондопогу не только из районов Карелии, но и из Архангельской и других областей. На комбинате последовательно и планомерно реализуется программа технического перевооружения, прошли модернизацию все бумагоделательные машины. В настоящее время мощности предприятия полностью загружены. 97% общего объёма производства составляет газетная бумага, выпускается также обёрточная бумага.

На комбинате ведется строительство комплекса 10-й бумагоделательной машины, на которой будет вырабатываться 160-200 тыс. тонн бумаги в год. С освоением мощностей этого нового комплекса общие объёмы производства возрастут на 30%.

Сегежский ЦБК (г. Сегежа - на трассе Беломорско-Балтийско-го канала) построен ещё в годы первых советских пятилеток как специализированное предприятие по выпуску тары из крафт-бу-маги (особо прочной бумаги). Сегежский комбинат - крупнейший производитель бумажных мешков для сыпучих грузов: цемента, минеральных удобрений и т.п. По заказам потребителей мешки выпускаются с разным количеством слоев бумаги и со специальными покрытиями (битумным, полиэтиленовым, силиконовым).

Комбинат прошёл несколько циклов модернизации и реконструкции. Сейчас он располагает мощностями по выпуску 350 тыс. тонн сульфатной небелёной целлюлозы, 350 тыс. тонн мешочной бумаги и 702 млн. шт. бумажных мешков в год. В 2002 г. в Сегеже впервые в России налажен выпуск упаковки для цемента и других сыпучих материалов из высокопрочной микрокрепированной бумаги. Производство такой бумаги также впервые в стране освоено на комбинате. Пущена универсальная линия по производству мешков из микрокрепированной бумаги мощностью 40 млн. шт. в год. Поставку и наладку оборудования для линии, стоимостью 8 млн. долларов, осуществила немецкая фирма «Виндмюллер и Хельшер». Продукция Сегежского ЦБК, отличающаяся высоким качеством, пользуется широким спросом у отечественных и зарубежных потребителей. Большая доля её отправляется в Китай, Италию и др. страны.

Кроме двух крупных ЦБК, в Карелии работает три узкоспециализированных предприятия данной отрасли. Во-первых, это целлюлозный завод, расположенный в г. Питкяранта на берегу Ладожского озера. Он выпускает товарную целлюлозу и входит в десятку лидеров по ее производству в стране. В Питкярантском районе размещается также Ляскельский бумажный завод, выпускающий бумагу для обоев, оберточную и упаковочную бумагу. В г. Суоярви работает картонная фабрика (АО «Картонтара»).

Ряд предприятий целлюлозно-бумажной промышленности функционирует в Ленинградской области. На крайнем северо-западе области, на границе с Финляндией, на берегу полноводной реки Вуоксы, в послевоенные годы был построен Светогорский ЦБК (ОАО «Светогорск»). На комбинате реализуется широкая программа инвестиций, направленная на увеличение объёмов продукции, улучшение её качества и конкурентоспособности, а также охрану окружающей среды. Более 100 млн. долларов инвестировала в Светогорский ЦБК американская компания «Интернэшнл Пейпер». В результате комбинат стал лидером на рынке поставок офисной бумаги в России и крупным поставщикам на рынке Европы.

Целлюлозно-бумажные комбинаты расположены также в пос. Советский под Выборгом и в городе Сясьстрой Волховского района. Оба эти комбината специализируются на специфических сортах бумаги и продукции из них. ОАО «Выборгский ЦБК» выпускает бумагу и упаковку для фармацевтической промышленности, со специальными покрытиями из полиэтилена, латекса, парафина и воска. Сясьский ЦБК специализируется на бумаге и изделиях санитарно-гигиенического назначения.

Энергично развивается группа предприятий бумажного и картонного профиля. Сразу три таких предприятия находятся в посёлке Коммунар (южный пригород Петербурга). Наиболее крупный из них-Санкт-Петербургский картонно-полиграфический комбинат, успешно развивающийся в составе холдинга, возглавляемого корпорацией «Илим Палп». Кроме того, в этом промышленном центре работают бумажная фабрика «Комсомолец», находящаяся под патронажем финской фирмы «Мется Серла», и бумажно-картонная фабрика «Коммунар». Достаточно крупный инвестиционный проект был реализован в городе Всеволожске (северо-восточный пригород Петербурга). Здесь шведская фирма «Асси Домск» построила и ввела в строй в 1998 г. фабрику по производству гофрокартона, идущего для изготовления современной упаковки.

В Вологодской области данную отрасль представляют два средних по современным масштабам целлюлозно-бумажных комбината - Сокольский и Сухонский, возникшие ещё в начале прошлого века в том месте, где полноводная река Сухона пересекается железной дорогой Вологда - Архангельск. Сейчас это город Сокол. Небольшая бумажная фабрика действует также в посёлке Суда.

Архангельский ЦБК расположен в 20 км выше Архангельска по Северной Двине в г. Новодвинске. Построенное ещё в 1940 г., в настоящее время это крупнейшее предприятие лесопромышленного комплекса, оснащённое современным оборудованием и специализирующееся в основном на производстве картона и поставке товарной целлюлозы. Доля АЦБК в общем объёме производства тарного картона России составляет 35%. Объём варки целлюлозы достиг 675 тыс. тонн (2000 г.). Как и в Коряжме, здесь перешли на производство белёной сульфатной целлюлозы без применения элементарного хлора, что значительно улучшает экологические характеристики.

Архангельский ЦБК составляет основу структуры группы компаний «Титан», являющейся крупнейшим в стране производителем картонной транспортной тары (более 20% общероссийского выпуска). Её специализация - перспективное направление современной экономики. Потребление картона в мире растёт устойчивыми темпами - по 3% в год, а в России этот показатель в последние годы в 6 раз больше - 18%.

В состав группы «Титан» вместе с АЦБК входит Мурманский тарный комбинат. Оба комбината раньше специализировались на производстве тары для рыбной промышленности. Доля её и сегодня значительна, но постепенно снижается. Нынче высокие темпы роста демонстрируют пищевая и ликеро-водочная промышленность, и при этом рост потребления гофротары приходится на центральные районы страны. В связи с этим «Титан» направил крупные инвестиции на строительство фабрики картон но-транспорт-ной тары в Подольске Московской области, приблизив тем самым производство к потреблению. В её создание вложено 37 млн. долларов, и она стала одной из самых современных в Европе по техническому оснащению. Подольская фабрика пущена в 2001 г., а в 2003 г. она выходит на полную мощность - 130 -140 млн. кв. м картонной тары в год. Снабжение её картоном осуществляется напрямик из Новодвинска, с АЦБК.

В планах группы компаний «Титан» - строительство крупного предприятия по выпуску тарного картона из вторичного сырья -бумажной макулатуры. Проект признан общественно значимым правительством России, и в нём будет обеспечено частичное государственное финансирование (общая стоимость проекта -100 млн. евро). Ввод в строй этого предприятия значительно увеличит выпуск картона для последующей переработки в гофрота-ру. Станет возможным в дополнение к фабрике в Подольске рассматривать проект строительства ещё двух заводов по выпуску гофротары в регионах России./1,с.81/

**2.2 Динамика основных показателей, их анализ**

После кризиса перестройки падение производства в ЛПК, как и во всем народном хозяйстве, прекратилось к концу 1990-х годов. С 1997-1998 гг. отмечается постепенный рост производства во всех отраслях лесного комплекса. Однако отставание от докризисных уровней объёмов производства ещё очень велико, что иллюстрируется, в частности, данными по вывозке древесины.

Таблица 2 - Вывозка древесины (млн. куб. м)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1990 | 1999 |
| Российская Федерация | 303,8 | 90,1 |
| Укрупнённый Северо-Запад | 78,5 | 31,7 |
| Северный эк. район | 68,1 | 26,6 |
| Республика Карелия | 10,8 | 5,8 |
| Республика Коми | 21,4 | 5,8 |
| Архангельская обл. | 22,6 | 8,8 |
| в т.ч. Ненецкий АО | 2,7 | 0,5 |
| Вологодская обл. | 12,1 | 6,1 |
| Мурманская обл. | 1,2 | 0,1 |
| Северо-Западный эк. р-н | 10,4 | 5,1 |
| Ленинградская обл. | 6,1 | 2,7 |
| Новгородская обл. | 3,2 | 1,5 |
| Псковская обл. | 1.1 | 0,9 |

Анализ приведённых данных показывает, что Северо-Запад не только сохранил, но и значительно увеличил свою долю в суммарных объёмах общероссийских лесозаготовок (вывозки древесины). Она возросла с 25,8% в 1990 г. до 35,2% в 1999 г. Тем самым регион упрочил своё положение в качестве основной лесопромышленной базы страны. В основе этой тенденции лежат серьёзные экономические преимущества лесозаготовительной промышленности Северо-Запада, связанные с удобством её географического положения - вблизи основных лесопотребляющих районов европейской части страны. Каждый кубический метр древесины, заготовленный на Европейском Севере, даёт в районах потребления экономию на транспортных расходах по сравнению с лесом, привозимым из сибирских районов, 150-200 руб.

Наращивание объёмов производства и достижение докризисных уровней не является главной задачей ЛПК. Более важной целью выступает повышение его эффективности, увеличение продуктивности, и на этой основе, преодоление сырьевой направленности экспорта и усиление конкурентоспособности на внешнем рынке.

В настоящее время общий объём продукции российского ЛПК составляет около 8 млрд. долларов. А по оценке Министерства природных ресурсов его потенциал достигает 100 млрд. долларов, что сопоставимо с доходами нефтегазового комплекса. Обладая четвертью всех запасов древесины мира, Россия производит лишь 1/20 часть мировой продукции ЛПК. Мы значительно отстаём от многих стран мира и по душевому производству и потреблению лесобумажной продукции. Сохраняются унаследованные с советских времён крайне низкие производительность труда в отраслях лесной промышленности (в 5 раз ниже среднемировых показателей) и степень полезного использования древесины (в 3 раза ниже среднемирового уровня). Крайне негативно сохранение сырьевой направленности экспорта лесопродукции, которая отражает несовершенство структуры отечественного ЛПК. В выпускаемой им продукции преобладает первый и второй передел: круглый лес, пиломатериалы, целлюлоза. Выпуск продукции глубокой переработки настолько ещё слабо освоен, что Россия вынуждена ввозить высококачественную бумагу, картон.

Причины низкой эффективности ЛПК - в его технической отсталости, неудовлетворительном уровне инвестирования, несовершенстве систем управления, раздробленности отраслей лесного комплекса. Отрасли, связанные с заготовкой и переработкой древесины, к началу реформ имели исключительно дробную структуру, осложнённую разрозненностью интересов предприятий-смежников. Преодоление этих негативных факторов возможно на путях межотраслевой интеграции, создания в ЛПК вертикальных интегрированных структур - межотраслевых холдингов. Такие холдинги включают в свой состав предприятия, осуществляющие все стадии производства конечных продуктов (заготовку сырья, его поэтапную переработку) и их реализацию. Вертикальная интеграция в ЛПК позволит решать проблему маломощных, нерентабельных леспромхозов, обреченных на вымирание. В рамках одного хозяйственного образования высокая рентабельность деревообрабатывающих предприятий, выпускающих конечную продукцию, обеспечивает покрытие расходов лесозаготовителей./1,с.76/

Таблица 3 – Индексы физического объёма производства и выпуск отдельных видов продукции

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Январь-октябрь 2007 | в % к январю-октябрю 2006 | октябрь 2007 в % к | |
| октябрю 2006 | сентябрю 2007 |
| Лесозаготовки | - | 110,4 | 149,7 | 124,7 |
| Вывозка древесины, тыс.плотных куб.м | 6533,1 | 110,4 | 149,7 | 108,4 |
| Из нее: |  |  |  |  |
| Лесоматериалы круглые | 5394 | 111 | 123,5 | 89.5 |
| Деловая древесина | 5719:2 | 107,8 | 123,7 | 89,8 |
| Обработка древесины и производство изделий из дерева | - | 101,1 | 118,2 | 117,7 |
| Распиловка и строгание древесины | - | 101.2 | 136 | 127 |
| Пиломатериалы, тыс.куб.м | 992,6 | 104.5 | 153 | 126,6 |
| Производство шпона, фанеры, плит | - | 102 | 113,2 | 113,7 |
| Фанера клееная, тыс.куб.м | 192 | 102.5 | 127,4 | 108,4 |
| Древесноволокнистые плиты, тыс.усл.кв.м | 23854.1 | 121,6 | 109,5 | 93,7 |
| Древесностружечные плиты, тыс.усл.куб.м | 410 | 99.2 | 100,9 | 89,4 |
| Производство деревянных строительных конструкций |  |  |  |  |
| и столярных изделий | - | 93 | 100.2 | 117.2 |
| Оконные блоки, тыс.кв.м | 69,8 | 82,4 | 100,2 | 96,3 |
| Дверные блоки, тыс.кв.м | 131.31 | 103,9 | 71,1 | 80.7 |
| Помещения контейнерного типа, шт. | 2387 | 102:5 | 126,3 | 118,6 |
| Целлюлозно-бумажное производство, издательская |  |  |  |  |
| и полиграфическая деятельность | - | 11,0 | 116,2 | 111,1 |
| Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона | - | 123,8 | 127 | 114,9 |
| Целлюлоза по варке, тыс.тонн | 26 | 142,6 | 171.2 | 93.1 |
| Бумага, тонн | 20106 | 133,4 | 87,1 | 70,3 |
| Картон, тонн | 50644 | 125,2 | 151.9 | 116,4 |
| Издательская, полиграфическая деятельность | - | 94,4 | 103,8 | 106,1 |
| Газеты, млн шт. | 86,52 | 96.6 | 106,2 | 95.7 |

За 10 месяцев 2007 года наиболее высокими темпами развивались лесозаготовки. Индексы физического объёма по лесному комплексу области составили: по лесозаготовкам- 110%, по целлюлозно-бумажному производству- 110%, по обработке древесины и производству изделий из дерева- 101.1%. По сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличился выпуск целлюлозы- на 42.6%, бумаги – на 33, 4%, картона- на 25,2%, блоков древесных- на 21%, помещений контейнерного типа- на 2,5%, пиломатериалов- на 4,5%, фанеры клееной- на 2,53%. В значительной степени этому способствовал рост инвестиционной активности и реализация высокоэффективных инвестиционных проектов по установке нового и модернизация существующего оборудования.

**3.** **Товарное досье (на примере одного вида продукции, товара/услуги)**

**3.1 Оценка потребительской полезности выбранного товара (услуги), сложившиеся цены, наличие товаров-заменителей и дополняющих товаров. Основные потребительские сегменты**

Традиционные виды топлива - нефть, газ, уголь - относятся к невосполнимым источникам энергии. Рано или поздно им пришлось бы искать замену. Альтернативные источники энергии уже сейчас активно применяются в развитых странах. Среди наиболее популярных видов нетрадиционной энергии - ветровой, солнечной, приливной, геотермальной - биотопливо занимает значительное место: его доля в балансе альтернативных источников превышает 30 %

Киотский протокол закрепил обязательства развитых стран и стран с переходной экономикой по ограничению и снижению поступлений парниковых газов в атмосферу. Вполне очевидно, что итогом осуществления мер, предусмотренных Протоколом, для большинства стран, в том числе и для России, будет создание энергетики, работающей на альтернативных видах топлива. Деревообработка, деревопереработка, как известно, сопряжены с огромными потерями древесины. На этапе заготовки леса отходы -пни, сучья, хвоя - могут достигать нескольких десятков процентов от первоначального объема. Типичная лесопилка превращает около 60% древесины в доски, 12% при этом уходит вопил, 6% - в концевые обрезки и 22% - в горбыль и обрезки кромок. Объем опила и стружки на этапе деревообработки достигает 12% от исходного сырья. В настоящее время активно внедряется технология сжигания опилок, щепы, старой древесины. /10/

Рост тарифов на традиционные виды топлива мотивирует активное внедрение альтернативных видов топлива, одним из которых стали пеллеты или топливные гранулы, завоевавшие прочное место на мировом рынке биотоплива.

Топливные или древесные гранулы (пеллеты) представляют собой прессованные цилиндры диаметром 4-10 мм, длиной 2-5 см, переработанные из высушенных остатков отходов лесоперерабатывающего производства: древесные опилки, стружка, кора, сучки, ветки и т.д. Содержание энергии в одном килограмме древесных гранул соответствует 0,5 литра жидкого топлива. Кроме экономического эффекта, использование пеллет способствует снижению вредных выбросов в атмосферу.

Различают 2 вида пеллет. Это гранулы для отопления жилых домов, которые из-за особой белизны называют (белыми). Этот качественный вид гранул продается по более высоким ценам, чем гранулы для больших котельных - промышленные пеллеты, которые, как правило, большего диаметра, чем (белые). Промышленные гранулы из-за наличия в них высокой доли коры не имеют такого белого цвета, как гранулы для жилых помещений. Соотношение потребления гранул для частного отопления и промышленными системами составляет примерно 1:10. Только небольшая часть всех выпускаемых в мире древесных гранул продается через торговые розничные сети.

Цена на пеллеты для отопления жилых помещений составляет от 140 до 160 евро за тонну. Они реализуются либо в мешках, либо в специальных контейнерах. Подача древесных гранул (пеллет) в котельные крупных производственных объектов и отопительных систем осуществляется автоматически. Цена на промышленные пеллеты составляет в среднем 85 евро за тонну.

Гранулы больших размеров называются брикетами. Топливные брикеты выпускаются на специальном оборудовании. Также серийно выпускаются прессы, которые могут выпускать одновременно и гранулы и брикеты, и они уже используются в России. Древесностружечные брикеты, как правило, используются для бытовых систем отопления и имеют различные размеры и форму.

Стоимость древесных брикетов на европейском рынке может быть иногда выше стоимости гранул, но они занимают и значительно меньший сегмент рынка сжатых топлив. Соотношение выпуска топливных брикетов и гранул в мире составляет примерно 1:20. /11/

Процесс формирования пеллет происходит под давлением около 300 атм, без каких-либо добавок и клея. Длина гранул в среднем имеет от 10 до 30 мм в длину и от 6 до 10 мм в диаметре.

Теплотворная способность топливных древесных гранул составляет около 5 кВт/ч (4300 ккал/ч), что сравнимо с углем.

При сжигании 1 тонны гранул выделяется столько же энергии как при сжигании:

* 480 куб. метров газа
* 500 л. дизельного топлива
* 700 л. мазута

При этом древесные гранулы намного экологичнее выше указанных традиционных видов топлива, при сжигании пеллет:

* от 10 до 50 раз ниже эмиссия углекислого газа
* от 15 до 20 раз меньше золы

практически полностью отсутствует в выбросах сера./10/

Цены на пеллеты держатся на Западе в пределах 180-220 евро за тонну в течение уже более десяти лет. Даже резкий скачок цен на нефть и нефтепродукты, произошедший в этом году, не вызвал подъёма цен на пеллеты. При этом одна тонна пелетов даёт столько же тепла, сколько пол-тонны дизтоплива или мазута. Если быть точнее, то одна тонна пеллетов даёт при сжигании 5000 КВт тепловой энергии, т.е. столько же, сколько при сжигании : 475 кубометров газа, 500 литров лёгкого дизельного топлива, 685 литров мазута.

При существующих сейчас ценах на электроэнергию и ценах на пеллеты отапливать жилые и производственные помещения пеллетами почти вдвое дешевле, чем электричеством. Конкуренцию пеллетам в России составляют газ (пока), дрова и уголь. Мы не затрагиваем солнечные батареи и ветряные мельницы.

На Западе спрос на пеллеты превосходит предложение и всё большее количество потребителей переходит с мазута, газа и электричества на пеллеты. Например, в Швеции работают 25 заводов, которые выпускают около одного миллиона тонн пеллетов в год и ещё миллион тонн шведы закупают из Канады. Швеция тратит денег на отопление пеллетами больше, чем на отопление нефтепродуктами.

В России долгое время не рассматривали пеллеты как серьёзное топливо. Ситуация начала меняться лишь в последние полтора-два года. С 2002-2003 годов стали активно строиться пеллетные заводы и почти половина производства ориентирована на внутренний рынок. /12/

Ежегодно значительными темпами растет потребительский спрос на рынке биотоплива. Во многом благодаря Киотскому протоколу, в мире создается энергетика, использующая альтернативные экологически безопасные виды топлива. Основными потребителями топливных гранул являются страны Европы, США, Япония.

По мнению американской компании Atlas pellets, которая является партнером БИОМАГ, мировые цены определяют американские компании. Экспортные цены в США ежегодно растут на 3-5 долларов и составляют сегодня примерно 115 долларов за тонну, но при этом являются низкими относительно европейских цен. Цены в Европе так же имеют тенденцию к росту и сегодня составляют для конечного потребителя примерно 30-40 Евро за 1 мВт\*ч (150-200 Евро за тонну). На европейском рынке стоимость упаковки качественных гранул (20 кг) составляет от 7 до 8 Евро. Крупные электростанции и другие крупные потребители в Дании и Швеции покупают гранулы судовыми партиями по 90-110 Евро за тонну. Самые высокие цены наблюдаются в Англии и составляли в этом сезоне до 160 Евро за одну тонну гранул.

В европейских странах на древесных гранулах работают котельные, предприятия, электростанции. Особенно популярным становится использование гранул для отопления частных жилых домов.

Если в 1998 году в Германии было всего 300 котлов, то только за 2002 год там было установлено более 4.000 котлов. По прогнозам Института энергетики и охраны окружающей среды ФРГ к 2007 году в Германии будет работать более миллиона котлов и печей на топливных гранулах, и расходоваться около 4.000.000 тонн пеллет ежегодно.

Потребление топливных гранул в Швеции ежегодно растет примерно на 30%. Правительственная программа Швеции предусматривает к 2010 году увеличить потребление пеллет до 7.000.000 тонн в год.

В связи с распространением пеллет в Японии с 2006 года закрываются более 10% энергомощностей, работающих на угольном топливе. Если в 2005 году потребление гранул в Японии составило около 500.000 тонн, то через год этот показатель увеличится более чем в 10 раз.

В странах с хорошо развитым уровнем технологии переработки древесины степень использования древесных отходов в качестве топлива очень высока. Например, в США этот показатель составляет 70%, в Канаде - 65%, в Германии - 62%, в Швеции - 51%, в Финляндии - 53%. Планируется, что к 2010 году Европа будет потреблять за счет возобновляемых источников энергии 82 млн. тонн нефтяного эквивалента. При этом доля биотоплива будет составлять 74% общего вклада./11/

**3.2 Рыночная атрибутика товара (товарный знак, фирменный стиль, упаковка, маркировка)**

Этот вид товара довольно новый на рынке и его производством только недавно начали заниматься поэтому у поставщиков главная задача донести информацию о себе, о качестве своего товара, о массовости производства и как её будут доставлять.

Варианты упаковки:

Топливные гранулы упаковывают по-разному в зависимости от того, каким образом их предполагается транспортировать и применять.

Насыпью.

Большая часть гранул, потребляемых в Западной Европе отгружается с заводов и доставляется потребителям без упаковки – насыпью. Это обеспечивает максимальную гибкость логистических операций при минимальных затратах. При поставке гранул насыпью можно сэкономить на фрахте судна. Обработку насыпного груза можно относительно легко автоматизировать. Европейский трейдер может самостоятельно упаковывать продукцию в соответствии с изменяющимися требованиями своих покупателей.

Кроме того, не менее половины топливной гранулы, потребляемой в Западной Европе, сжигается на крупных электростанциях и ТЭЦ, которые, принимают топливо насыпью и перегружают его из вагонов, судов или автотранспорта в бункеры из которых оно подается непосредственно в печи.

К сожалению, на сегодняшний день обработка навальных грузов в России осложняется неразвитостью транспортной инфраструктуры и отсутствием соответствующих мощностей в распоряжении производителей биотоплива.

Биг-бэги.

Топливную гранулу, как и многие другие сыпучие продукты, часто упаковывают в большие, чаще всего пропиленовые мешки – так называемые «биг-бэги». Наиболее распространенные биг-бэги имеют емкость 1 м3, то есть при стандартной насыпной плотности продукта 0,65 вмещают около 650 кг. пеллет. Такая упаковка достаточно удобна при транспортировке, обеспечивает защиту продукта от физических воздействий, позволяет использовать примитивные технические средства при погрузочно-разгрузочных работах (кран, автопогрузчик). В некоторых случаях доставка пеллет потребителям также осуществляется в биг-бэгах, которые затем загружаются в топку при помощи крана или подъемника. На многих маломощных котельных установках биг-бэг даже может использоваться в качестве хранилища топлива, из которого гранулы автоматически подаются в топку.

Бумажные мешки.

Определенную, хотя и не очень большую, долю европейского рынка твердого биотоплива занимает топливная гранула в мелкой расфасовке. Как правило, речь идет о бумажных или пластиковых мешках по 10-20 кг., которые можно продавать через розничные каналы сбыта. Для оптовой поставки такие мешки обычно укладывают на поддоны и доставляю в контейнерах или грузовым транспортом, как генеральный груз.

Чаще всего в мешки упаковывают гранулу экстра-класса, предназначению для частных потребителей, которые сжигают ее в специальных печах и каминах или используют для барбекю – вместо традиционного для России древесного угля.

Компания разработала и предлагает различным пользователям совершенно новое и эффективное решение для хранения и транспортировки сыпучих продуктов в больших объемах - мягкие контейнеры МК. Это решение во многих случаях может быть оптимальным для производителей топливных гранул. И это уже не теория, а самая что ни на есть практика.

**3.3 Каналы сбыта и хранения. Стандартизация и сертификация товара/услуги. Правовые факторы. Послепродажный сервис товара/услуги**

Выбор видов транспорта:

* Водный транспорт

На дальние расстояния топливную гранулу экономичнее всего транспортировать морским транспортом. В зависимости от требований покупателя и логистических возможностей завода гранулу можно погружать на судно насыпью, в биг-бэгах или в потребительской расфасовке.

Если речь идет об экспорте биотоплива крупными партиями, подавляющее большинство покупателей и серьезных потребителей в Западной Европе (мы можем судить об этом и по десяткам обрабатываемых нами запросов) предпочитает получать гранулу навалом регулярными судовыми партиями по 2 – 6 тысяч тонн в месяц.

Как правило, в распоряжении крупных покупателей имеются специализированные терминалы и складские комплексы в европейских портах, которые обеспечивают максимальную экономичность и гибкость логистических операций на их конце цепочки. В этом случае в полученную гранулу перегружают из трюмов на специализированный склад, где партия дробится и при необходимости расфасовывается в биг-бэги или 10-20 килограммовые мешки с фирменной маркировкой, в которых продукт и поставляется в торговые сети или же непосредственно потребителям. Значительная часть гранулы, завозимой таким образом доставляется потребителям точно также насыпью с помощью специального транспорта. Описанные операции не требуют вовлечения большого числа рабочих, труд которых в европейских странах, как известно, обходится не дешево.

Если покупатель в Западной Европе готов принимать гранулу в биг-бэгах или потребительской расфасовке, продукт можно доставлять морским транспортом, как генеральный груз – на поддонах. Это сильно упрощает и удешевляет логистику внутри России. Однако обычно при этом речь идет о небольших партиях гранул, работать с которыми европейским импортерам обычно не очень выгодно.

Если завод расположен недалеко от судоходной реки или озера, возможно также использование внутренних водных путей для снижения транспортных издержек. Главная проблема при этом заключается в том, что подавляющее большинство внутренних водных путей, замерзают зимой – то есть как раз в «высокий сезон» на рынке биотоплива.

* Автомобильный транспорт.

Автомобильный транспорт – самый дорогостоящий, но одновременно самый простой и гибкий способ доставки гранулы потребителям. Именно автотранспортом пеллеты обычно доставляют на небольшие расстояния. Для погрузки гранулы в мешках или биг-бэгах в крытые фургоны не требуется особенного оборудования, не считая автопогрузчика, который облегчит работу с биг-бэгами или грузом, закрепленным на поддонах. Автотранспорт не привязан к железнодорожным и водным путям.

Чаще всего этот вид транспорта используют для доставки гранулы небольшим – в том числе и частным – потребителям в радиусе нескольких сотен километров. Заводы, удаленные от железнодорожных и иных видов дальнего транспорта на грузовиках возят готовую продукцию на железнодорожные станции или в порт.

В некоторых случаях – особенно если речь идет о грануле высшего качества – можно, сохраняя рентабельность, доставлять гранулу и на дальние расстояния, даже на экспорт. Иногда доставка гранул в Европу автотранспортом оказывается даже дешевле, чем морским путем или по железной дороге. Однако, учитывая, что гранулу обычно возят попутными рейсами, поставка европейским потребителям крупных партий гранулы таким способом может быть весьма затруднительной.

* Железнодорожный транспорт

Железнодорожный транспорт выгоднее всего использовать для поставки гранулы в упаковке или насыпью в пределах Российской федерации. Стоимость перевозки при этом оказывается ниже, чем при использовании автотранспорта

По железной дороге пеллеты возят, как в крытых вагонах – в мешках или биг-бэгах, так и в специальных вагонах-хоперах, предназначенных для транспортировки сыпучих продуктов.

Однако у железнодорожного транспорта есть и недостатки. Во-первых, возможность использования железной дороги, естественно, ограничена наличием на заводе подъездных путей, а часто и подвижного состава. Во-вторых, затарка крытых вагонов грузами на подах или биг-бэгами занимает относительно много времени, а погрузка зерновозов через верхние люки, требует специального оборудования – силосов или бункеров с подвижным полом и транспортерами для подъема гранул.

Логистическая «цепочка»:

По нашему скромному мнению, бизнес может существовать в течение длительного времени только, если он приносит достаточную прибыль всем участникам делового взаимодействия. Поэтому мы полагаем, что при создании биотопливного производства нужно изначально ориентироваться на оптимизацию всей логистической «цепочки», от получения сырья, и линии гранулирования на заводе до топки котельной или до камина в частном доме где-нибудь в Швеции, Германии или (почему бы и нет!) в России.

Логистическая «цепочка» будет непременно включать в себя несколько операций. От того кто, каким образом и в каком порядке будет выполнять эти операции, зависит себестоимость биотоплива, поставляемого потребителю, а следовательно и совокупная масса прибыли, получаемой всеми участниками цепочки.

При оптимизации логистики следует принимать в расчет по крайней мере следующие моменты:

- в каком виде и каким образом конечный потребитель хочет получать биотопливо?

- какие способы вывоза гранул имеются в распоряжении биотопливного завода?

- как соотносятся транспортные расходы, сопряженные с каждым из этих способов?

- какое количество готового продукта можно вывезти с завода каждым из этих способов?

- какие возможности по приему гранул имеются в распоряжении покупателя биотоплива?

- требуется ли упаковка продукта в мелкую расфасовку или биг-бэги при поставке конечному потребителю?

- где можно осуществлять упаковку гранул с наименьшими затратами при соблюдении всех требований покупателя? на производстве? в месте погрузки на магистральный транспорт? у зарубежного трейдера?

- где выгоднее накапливать и хранить судовые партии гранул, если они будут отгружаться покупателю морским транспортом? на производстве? в порту? на складе независимого трейдера, скупающего биотопливо у нескольких заводов?/12/

Поставщик обязан в положенные сроки выполнить заказ на товар, его поставить покупателю в надлежащем виде и товар обязательно должен быть сертифицирован. Несоблюдение сроков работ подробно прописаны в ст. 28 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Соблюдение сроков выполнения работ- один из важнейших маркетинговых критериев оценки их уровня.

Стандарты.

В разных странах приняты различные нормативы для производства гранул. Приводим следующие стандарты:

DIN 51 731 и DINplus - Германия

О-Norm M 7135 - Австрия

SS 18 71 20 – Швеция

Таблица 4 – Стандарты для производства пеллетов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | DIN | О-Norm M | DIN Plus | SS |
| Диаметр (мм) | 4-10 | 4-10 |  | <25 |
| Длина (мм) | <50 | <5xd | <5xd | <5xd |
| Плотность (кг/дм3 | >1,0-1,4 | >1,12 | >1,12 | нет |
| Влажность (%) | <12 | <10 | <10 | <10 |
| Насыпная масса (кг/м3) | 650 | 650 | 650 | >500 |
| Брикетная пыль (%) | нет | <2,3% | <2,3% | нет |
| Зольность (%) | <1,5 | <0,5 | <0,5 | <1,5 |
| Теплота сгорания (МДж/кг) | 17,5-19,5 | >18 | >18 | >16,9 |
| Содержание серы (%) | <0,08 | <0,04 | <0,04 | <0,08 |
| Содержание азота (%) | <0,3 | <0,3 | <0,3 | нет |
| Содержание хлора (%) | <0,03 | <0,02 | <0,02 | <0,03 |
| Мышьяк (мг/кг) | <0,8 | нет | <0,8 | нет |
| Свинец (мг/кг) | <10 | нет | <10 | нет |
| Кадмий (мг/кг) | <0,5 | нет | <0,5 | нет |
| Хром (мг/кг) | <8 | нет | <8 | нет |
| Медь (мг/кг) | <5 | нет | <5 | нет |
| Ртуть (мг/кг) | <0,05 | нет | <0,05 | нет |
| Цинк (мг/кг) | <100 | нет | <100 | нет |
| Закрепитель, связующие материалы (%) | нет | <2% | <2% |  |

В объявлениях на сайтах можно видеть , что продаётся данный товар с определённым из приведённых выше стандартов и сертифицирован.

Например, «Компания «Экоросс» - предлагает древесные топливные гранулы (wood pellets) объёмом от 100 до 1000 тонн в месяц. Основные характеристики: диаметр 8мм, длина < 4 \* d, зольность 0,7%, влажность 8,0%, плотность 1,3 кг/дм3. Вся продукция упаковывается в Big-Bags каждый массой 800-850 кг. Продукция сертифицирована и соответствует стандарту DIN 51731.» /10/

**3.4 Реклама по товару**

Данный продукт (пеллеты) имеет свои особенности в рекламном бизнесе. Его не рекламируют широко в средствах массовой информации. Этот товар и не нуждается в этом, чтобы знали о нём абсолютно все. Есть специализированные журналы, специальные сайты и ярмарки, где подробно представлена информация о биотоплеве.

* Выставки. Каждый год в различных городах особенно на Северо- Западе, где сосредоточена лесная промышленность, проходят выставки и ярмарки посвящённые лесной заготовке и её переработке. Обычно представлена техника и уже готовая продукция. Производители на месте могут не только продемонстрировать свой товар, например пеллеты, но и заключить договор с заинтересованными лицами о поставке своей продукции. Самые главные выставки проходят в Москве в МВЦ «Крокус Экспо» и в Санкт- Петербурге в нескольких местах города. В эти крупные города приезжают иностранные представители, что бы заключить крупные сделки на вывоз данного товара за пределы страны. Узнать о предстоящих выставках и получить отчёт о проведённых мероприятиях можно в новостях по телевизору, в газетах, а также в специализированных журналах и в интернете.
* Журналы. Пролистывая журналы по лесной промышленности часто можно видеть рекламу биоторлива. Например, в Вологде выпускают журнал «Вологодский лесной журнал». Для специалистов в этой области здесь периодически встречается реклама о топливе. Можно подробно познакомиться с этим товаром, узнать его характеристику.

Например в «Вологодском лесном журнале» была представлена такая реклама:

**000 «Би.Древ» предлагает для промышленного использования.**

Технологические характеристики: диаметр гранулы - 8 мм, длина - около 25 мм, зольность -1,04 %, теплотворная способность - 4869 Ккал/кг, влажность - 8-10 %.

**По вопросам оптовых закупок древесных гранул обращайтесь 000 «Би.Древ», Россия, Вологда, тел/факс: (8172) 76-25-75, e-mail: bidrev@mail.ru /8/**

* Интернет. В интернете сосредоточена вся реклама. Здесь легче и дешевле всего заявить о себе, продемонстрировать свой товар, познакомить обывателей и заинтересовать своей продукцией. Создаются целые сайты посвящённые этой теме или в рекламных сайтах располагают свои данные. На некоторых сайтах размещают свою рекламу оптовые посредники, которые занимаются не только продажей пеллет, но и другой лесной продукцией.

Например, представлена такая реклама:

1)Продаем древесные гранулы.

+ 8мм.

+ Зольность 0.4%-0.8%

+ Влажность 6.3%

+ Фасовка 15-20кг (полителен)

+ FCA Могилёв (Белорусь) - 95 евро / тонна + Качество стандарта: DIN

1 Венгрия

Венгрия:

Купим пеллеты 6 мм - от 2 машин в недлю

Предприятие потребитель - заинтересованны в дополнительных поставках для собственных нужд : пеллеты : 6 - 8 мм. - 15 кг.упакова - от 2 машин в нелелю и более. Самовывоз.

2)Компания «Экоросс» - предлагает древесные топливные гранулы (wood pellets) объёмом от 100 до 1000 тонн в месяц. Основные характеристики: диаметр 8мм, длина < 4 \* d, зольность 0,7%, влажность 8,0%, плотность 1,3 кг/дм3. Вся продукция упаковывается в Big-Bags каждый массой 800-850 кг. Продукция сертифицирована и соответствует стандарту DIN 51731.

По всем интересующим Вас вопросам Вы можете направить письменный запрос на своем родном языке./10/

**4. Выявление особенностей маркетинговой деятельности в отрасли (сфере деятельности)**

**4.1 Особенности комплекса маркетинга по составляющим**

Главным объектом воздействия в системе маркетинга является покупатель (или потребитель) товаров данной фирмы (предприятия). Это может быть индивидуальное лицо или целая организация. Так, покупателями бритвенных приборов чаще всего бывают мужчины, но нередко их приобретают женщины в подарок своим мужьям. Поэтому важно знать степень вовлеченности отдельных групп потребителей в принятие решений о покупке тех или иных товаров.

В системе маркетинга ключевым моментом является понимание механизма формирования решения о покупке, которое может иметь свои особенности в зависимости от социально-психологических характеристик покупателя или от характера покупаемого товара. Так, в соответствии с одной из моделей поведения покупателя этот механизм включает в себя: осведомленность, интерес, желание, действие. Очень важно знать, как и когда покупатель начинает проявлять интерес к товару, под воздействием каких факторов формируется его желание приобретать товар, как направить это желание на приобретение именно данного товара.

Коммуникативное воздействие рекламы, которое включает ее психологическое влияние на человека, может быть строго дифференцированным. Его можно направить на то, чтобы возбудить у человека определенную потребность, обеспечить его исходной информацией, воздействовать на его желание приобрести «наш» товар, предлагать ему различные стимулы к покупке и подкреплять обоснованность его выбора. Нередко после покупки отношение к товару становится менее позитивным и даже негативным. Поэтому в системе мархетинга используются разнообразные средства воздействия на потребителей для снижения чувства его неудовлетворенности товаром, а также с расчетом на то, что он станет постоянным его покупателем.

Реклама может оказывать воздействие на тех, кто, в свою очередь, влияет на поведение покупателей или на руководителей предприятий, закупающих товар на данном рынке. Это Может быть ближайшее окружение, т.е. социально-экономическая среда, которая формирует определенные стереотипы поведения потребителей (члены семьи, родственники, друзья, знакомые, соседи). Если речь идет о реализации изделий производственно технического назначения, реклама обращается к экспертам, организациям и признанным лидерам, советами и заключениями которых все привыкли дорожить. Не составляют исключения и торговые посредники (оптовые и розничные торговые предприятия), содействие которых весьма важно для продвижения товаров на данный рынок.

Хорошо известно, что в структуре коммуникативного процесса важную роль, помимо информативных средств воздействия, к которым относятся реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, играют все остальные элементы комплекса маркетинга — товарная политика, политика сбыта, цены, место продажи, до- и послепродажное обслуживание потребителей. Особое значение имеют сам товар, его внешний вид, оформление, упаковка, даже его название, методы сбыта, каналы сбыта, способ доставки, цены, т.е. все то, что окончательно формирует «имидж» (образ) предлагаемого товара, а следовательно, и самого предприятия. Маркетинговая деятельность, таким образом, это еще и коммуникативная деятельность фирмы (предприятия), направленная не только на получение текущих прибылей, но и на создание предпосылок для получения их в будущем.

Для создания благоприятного образа фирмы (предприятия) большинство средств коммуникативного воздействия привлекается со стороны. Речь идет об использовании рекламных агентств для подготовки рекламной кампании, консультационных фирм для решения тех или иных проблем, средств массовой информации, оказывающих коммуникативное воздействие на потребителя (газеты, журналы, дайджесты).

В коммерческом деле коммуникативность — это не односторонний, а двусторонний процесс, это не монолог фирмы (предприятия), а его диалог с покупателями, с рынком сбыта. Эффективность коммуникационного процесса зависит и от налаженной подсистемы обеспечения предприятия рыночной информацией. Необходимо, чтобы все уровни управления, все функциональные звенья в системе маркетинга были обеспечены надежной, достоверной информацией для принятия обоснованных решений по всем аспектам производственно-коммерческой деятельности.

Это прежде всего внутренняя информация, т.е. данные об издержках, отгрузках, накладных расходах и т.д., имеющиеся в распоряжении фирмы (предприятия), которые надо лишь обобщить Я систематизировать, представить в динамике. Внешняя информация поступает в распоряжение фирмы (предприятия) в виде оперативных данных, сообщений, коммерческой информации от предприятий оптовой и розничной торговли. Специалисты подвергают ее, обработке, анализу и интерпретации. Все эти потоки информации входят в подсистему, которая называется маркетинговой информационной системой, представляющей собой часть более общей управленческой информационной системы.

Достижение определенного уровня коммуникативности представляет собой предпосылку для успешного выхода предприятия на рынки зарубежных партнеров. Поэтому программа коммуникативности должна стать составной частью программы экспортного маркетинга, иметь цели, стратегию и средства их достижения.

Если предприятие ставит перед собой ограниченные цели на том или ином рынке, например добиться разового контракта на поставку продукции, то и уровень коммуникативности может быть минимальным, поскольку такая деятельность требует больших затрат. В данном случае денежные и людские ресурсы выгоднее направить на коммуникативное обеспечение, т.е. на маркетинговые исследования рынка, и ограничиться личными контактами с заинтересованными лицами и организациями. Если же маркетинговые цели более масштабны и ставится, например, задача добиться постоянного присутствия на данном рынке, то должна использоваться вся подсистема коммуникативного воздействия. Разумеется, важно при этом четко представлять маркетинговые цели предприятия, возможности их достижения и ресурсы, которыми оно располагает./13,с.287/

**4.2 Анализ маркетинговой стратегии и ее составляющих**

Стратегии определяются как в краткосрочном, так и в долгосрочном плане. На их основе формулируются конкретные задачи, которые доводятся до исполнителя. Этому процессу, разумеется, должен предшествовать анализ существующих на данном рынке коммуникационных средств, изучение их сравнительной эффективности.

Многие переменные величины коммуникационного процесса взаимозаменяемы. Так, одной и той же цели можно добиться, либо применив массированную рекламу, либо, наоборот уменьшив ее объем, а на сэкономленные ресурсы можно активизировать деятельность работников торгового аппарата. Критерием эффективности здесь, как и вообще в маркетинге, должен служить «принцип мини-макси», т.е. минимум затрат и максимум результатов.

Урезание в бюджетах расходов на рекламу и другие средства воздействия на покупателей не может быть оправдано, так как освоение рынка всегда требует дополнительных затрат, которые, несомненно, дадут эффективную отдачу в будущем. Поэтому необходимый уровень контактов с рынком всегда следует считать капиталом, которым располагает данное предприятие и от которого оно может получить отдачу, вовлекая в оборот более широкий ассортимент товаров, проникая в смежные рынки.

В маркетинге при осуществлении стратегии воздействия на: рынок необходимо четко выявить основные группы потребителей товара и ранжировать их по степени важности. Кто и как приобретает товар, кто оказывает на этот процесс влияние, от кого зависит успех в деятельности предприятия, как и каким образом должно быть оказано на них воздействие — вот те вопросы, на которые прежде всего должны быть получены ответы, необходимые для решения проблем тактического характера. И здесь нет мелочей. Все должно быть продумано: от приспособления товара к специфике спроса именно данного рынка и вплоть до разумной организации его обслуживания, правильного выбора каналов и способов реализации подготовки обслуживающего персонала.

Стержнем программы коммуникативности, непременным атрибутом его «имиджа» должны стать единство фирменного стиля и броский рекламный лозунг. Практика многих зарубежных фирм, успешно конкурирующих на международных рынках, подтверждает это.

Ориентация на запросы потребителя, обеспечение ему выбора товаров означают понимание покупателя, сферы его интересов, что можно определить лишь путем специальных обследований, называемых «сегментация рынка» и «типология потребителей».

* Любой рынок может быть дифференцирован по различным признакам, которые могут рассматриваться как совокупность сегментов:
* торговых (различные каналы сбыта, организационные формы продажи товаров).
* географических (районы экономически развитые и развивающиеся, северные и южные, густонаселенные и малонаселенные).

Сегментация рынка проводится в зависимости от задач и направлений деятельности предприятия, причем используется обычно сочетание различных признаков сегментации: детская одежда, одежда для людей пожилого возраста, и т.д.

Одним из способов сегментации рынка служит типология потребителей, предлагающая разделение всех потребителей на типические группы, имеющие одинаковое или схожее потребительское поведение. В международной практике широкое распространение получила типология потребителей с учетом социально-экономических и демографических характеристик (доход, условия и место проживания, состав семьи, пол и возраст, занятие).

Существует также эмпирическая типология, когда всех потребителей делят на группы на основе психологического анализа поведения: интересы и хобби; консервативность и прогрессивность по отношению к нововведениям, представления о жизненных ценностях. В результате многие из потребителей, имеющие даже схожие социально-экономические и демографические характеристики, могут быть представлены с точки зрения покупки товаров как модники, консерваторы, прагматики, эстеты, максималисты, независимые.

Информационно-методической основой для сегментации рынка и изучения типологии потребителей служат панельные обследования. Потребительская панель — это выборочная совокупность потребителей, предназначенная для систематических наблюдений по заранее разрабатываемым программам.

Изучение конъюнктуры рынка базируется на анализе показателей, характеризующих объем производства, потребления, уровень цен, условия поставки и др. Поэтому главной целью информационного обеспечения исследований конъюнктуры является создание системы показателей, позволяющих получать количественную и качественную характеристику основных закономерностей развития потребности и товарного предложения, выявлять покупательские намерения и оценки, факторы формирования спроса.

Успешное функционирование системы информационного обеспечения исследований конъюнктуры предполагает соблюдение ряда требований.

1. Система информации о конъюнктуре должна обеспечивать достаточную оперативность получения необходимых показателей, которые так же, как и их состав, должны определяться характером конкретных целей и задач. Конъюнктура рынка отличается исключительной динамичностью. Для того чтобы результаты ее изучения могли быть использованы для целей текущего планирования и оперативного управления хозяйственным процессом, они должны быть основаны на анализе оперативной информации. В противном случае можно будет лишь регистрировать допущенные ошибки и просчеты, поскольку нет условий для их своевременного выявления и исправления.
2. К числу важнейших требований, обеспечивающих эффективное использование информации о конъюнктуре рынка, относятся ее сопоставимость и сводимость. Например, службы изучения спроса проводят выставки-продажи, опросы экспертов по одним и тем же видам продукции, но в разное время или по несопоставимым программам. В результате ценная крайне необходимая информация не может быть должным образом обобщена и использована для коммерческих целей.

3.Выводы и рекомендации будут достаточно обоснованными если они сделаны с учетом анализа достоверной и представительной информации. Совершенствование существующих и создание новых дополнительных источников данных о конъюнкте рынка базируются, как правило, на применении выборочное статистических наблюдений. Это обстоятельство ставит дополнительные и своеобразные задачи по обеспечению представительности информации, определению наиболее рациональных путей движения информационных потоков.

Источники, используемые для изучения конъюнктуры рынка, свидетельствуют о необходимости проведения комплекса мероприятий, обеспечивающих создание научно обоснованной системы информации.

На основе изучения опыта можно определять наиболее эффективные и рациональные методы систематического учета внутригрупповой структуры товарооборота и товарных запасов, особенности организации оптовой торговли отдельными группами продукции, степень дифференциации их ассортимента и т.п. Целесообразно широко практиковать проведение периодических сплошных и выборочных обследований неликвидов и сверхнормативов, чтобы результаты этих обследований в сочетании с данными о производстве и поставке продукции могли обеспечить достаточно надежную информацию о внутригрупповой структуре спроса./13,с.289/

Например, на сайте архангельского ЦБК описаны миссия и стратегия их предприятия.

«Миссия Архангельского ЦБК состоит в обеспечении потребителей высококачественной целлюлозно-бумажной продукцией, эффективном использовании возобновляемых природных ресурсов, повышении благосостояния сотрудников предприятия, создания условий для социально-экономического развития региона присутствия.

Бизнес-концепция Архангельского ЦБК определяется задачами производства и реализации высококачественной целлюлозно-бумажной продукции, укрепления лидирующих позиций в основных сегментах рынка, развития новых перспективных производств.

Стратегия комбината предполагает долгосрочное повышение эффективности бизнеса на основе развития приоритетных бизнес-направлений: "тарный картон и упаковка" и "целлюлоза и бумага". С этой целью на АЦБК осуществляются масштабные инвестиции в реконструкцию и модернизацию основного оборудования. В энергосберегающие технологии, проводятся мероприятия по снижению производственных издержек, повышению рентабельности продукции, ее сертификации по международным стандартам.»/9/

**4.3 Оценка маркетинговых возможностей и предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности в отрасли**

В ситуации, где всё определяется конкуренцией, цель «производство» уступает место цели «рынок», где основными принципами являются следующие:

* Производить продукты и услуги, которые отвечают ожиданиям и потребностям рынка, а не те, которые нравятся нам самим и которые мы сами хотим производить, т.е. встать на «нормальный» путь развития и отвергнуть путь, при котором потребителям навязывают продукт, наиболее удобный для производства на данном предприятии.
* Отдавать приоритет «открытости», диалогу со средой, а не замыкаться в себе.
* Смотреть конкуренции в лицо, изучать все возможные её аспекты (продукт, сбыт, информация, способы её подачи).
* Постоянно приспосабливаться к изменениям среды (технология, желания потребителей, методы конкуренции)./14,с.205/

В этом и заключается суть маркетинга: постоянно обновлять и подвергать сомнению продукты и методы, ориентировать деятельность предприятия на запросы потенциальных потребителей, т.е. постоянно приспосабливаться к событиям и по возможности предвосхищать их.

**Выводы и предложения**

Целью изучения данной курсовой работы было изучение лесоперерабатывающей промышленности как отдельная самостоятельная отрасль с целью применения маркетинга в ней. Изучили, проанализировали и рассмотрели всю отрасль и более детально показали один товар из этой отрасли и выявили актуальность его. Изучили рыночную ситуацию в данной сфере.

Дали общую характеристику отрасли (сферы деятельности).

Выяснили состав и характеристику структуры отрасли (сферы деятельности).

Написали товарное досье (на примере одного вида продукции, товара)

Выявили особенности маркетинговой деятельности в отрасли (сфере деятельности).

Т.е. достигли цель курсовой работы.

В условиях рынка, увеличение объемов реализации, товарооборота, повышения уровня производства, максимизации прибыли и укрепления рыночных позиций фирмы осуществляется в рамках маркетинга.

Основной принцип маркетинга, определяющий его сущность, состоит в том, чтобы производить только то, что будет, безусловно, продано, и не пытаться продать то, что предприятие смогло произвести.

В такой отрасли как лесоперерабатывающая, только на крупных предприятиях или на небольших, но там где директор понимает, что маркетологи помогут фирме производить нужный товар, создали службу маркетинга. Очень жаль, что предприятия экономят себе в ущерб. Можно надеяться, что это очень быстро поймут, т.к. лесопереработка- это одна из ведущих отраслей РФ и она делает большой вклад в экономику нашей страны.

**Список литературных источников**

1. Перепеченко В.П. Экономика Северо-Запада. Вологда: «Академия»,2004.
2. Новая Российская энциклопедия: В 12 т/Редкол.: А.Д.Некипелов, В.И. Данилов-Данильян, В.М.Карев и др.-М.: ООО «Издательство энциклопедия», 2003- Т.1: Россия.- 2003.
3. www.sokolmill.ru
4. Экономическая и социальная география: Справочные материалы/ В.П. Дронов, В.П. Максаковский, В.Я. Ром- М. Просвещение, 1994.
5. Экономическая география России и стран ближнего зарубежья: Учебник/Под ред. В.В. Кистаного, Н.В.Копылова- 4-е изд.-М.: Высшая школа, 2005.
6. «Целлюлоза. Бумага. Картон», журнал №11-12 1999 г. стр.11. Ц
7. Уголев Б.Н. Древесиноведение с основами лесного товароведения: Учебник для технических вузов.:-М.: МГУЛ, 2002.
8. Вологодский лесной журнал- 2007, №4-5.
9. www.appm.ru
10. www.ecoross.com
11. www.biomageco.com
12. www.wood-pellets.com
13. Маркетинг: Учебник для вузов/Н.Д. Эриашвили, К. Ховард,Ю.А. Ципкин и др. Под ред. Н.Д. Эриашвили.- 2-е изд.,переработанное и дополненное- М: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
14. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр./А.Дайан, Ф. Брукерель, Р. Ланкар и др,;Науч. Ред. А.Г. Худокормов.- М.: Экономика,1993.