

*Шендерівська Л.П.,
к.е.н., старший викладач
кафедри організації видавничої справи,
поліграфії і книгорозповсюдження,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

*Савенок Д.А.,
студентка,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ УПАКОВКИ УКРАЇНИ

Анотація. Визначено особливості ринку упаковки України. Показано структуру ринку упаковки в контексті її різновидів, виявлено конкурентні переваги окремих видів. Виділено функції, що виконує упаковка на макроекономічному та мікроекономічному рівнях. Проаналізовано фактори, що спричиняють сучасні тенденції розвитку ринку упаковки України. Особливу увагу приділено змінам, які відбуваються в системі «постачання – виробництво – збут». На основі порівняльного аналізу діяльності вибіркової сукупності підприємств, які виготовляють упаковку, обґрунтовано чинники, у тому числі специфічні для галузі – фарбність, формат обладнання, тираж продукції, – що впливають на конкурентоздатність виробництва упаковки. Проаналізовано види диверсифікації, поширені серед виробників упаковки, обґрунтовано перспективи впровадження стратегії диверсифікації на підприємствах галузі. Показано множину стандартів якості, використовуваних при випуску пакувань, узагальнено про їх комплексну спрямованість на екологічну безпеку та економічну раціональність пакувального виробництва. Систематизовано перспективні напрями розвитку виробників упаковки в Україні, що мають на меті підвищення рівня якості задоволення потреб споживачів та розширення функціональності упаковки.

Ключові слова: ринок упаковки, функції упаковки, нормативно-правова база, фактори конкурентоздатності, стандарти якості, екологічна безпека, інноваційна діяльність, диверсифікація виробництва.

Постановка проблеми. У сучасних умовах у поліграфічній галузі відбуваються істотні структурні зрушення, що в значній мірі обумовлені впливом інформаційних технологій, які спричиняють протилежні тенденції різних сегментів ринку друкованої продукції. Так, збільшення обсягу споживання інформації в електронній формі спричиняє скорочення попиту на друковані видання і рекламу, водночас неможливість заміни упаковки нематеріальною формою забезпечує стійкість ринку упаковки та його економічне зростання. Ріст попиту на упаковку робить цей ринок інвестиційно привабливим, відтак, посилюється конкуренція в галузі та на світовому ринку, що потребує від товаровиробників впровадження заходів, спрямованих на підвищення конкурентоздатності, ефективності діяльності, адекватних сучасним умовам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Функції упаковки, її значення для ефективного товаропросування і збуту, стан

і перспективи ринку упаковки вивчають вітчизняні та зарубіжні дослідники. О.С. Телетов, В.М. Шагова [1] обґрунтовують засади розвитку пакувальної справи в контексті інноваційного маркетингу, а саме екологічної, комунікативної складових та ресурсозбереження. А.В. Проскочило, В.Г. Дем'яненко, Д.В. Дем'яненко, С.В. Бреусова [2] досліджують характеристики пакувань та їхній вплив на конкурентоздатність товарів фармацевтичної галузі. М.В. Мірошник [3] аналізує особливості стандартів якості упаковки міжнародних стандартів якості з метою скорочення втрат матеріально-енергетичних ресурсів та підвищення рівня екологічної безпеки. А. Ретатієрі, Д. Сантарелі [4] визначають функції упаковки, які актуалізуються з поширенням електронної торгівлі, а саме збереженість товару при зворотній логістиці, тобто поверненні товару покупцем, безпеку постачання, ідентифікацію місцезнаходження товару в конкретний момент часу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на ґрунтовні дослідження різних аспектів ринку упаковки, існує потреба в комплексних дослідженнях тенденцій розвитку ринку упаковки з урахуванням змін на макро- і мікрорівнях.

Мета статті полягає у визначенні тенденцій розвитку ринку упаковки України та наданні рекомендацій щодо підвищення конкурентоздатності виробників упаковки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для оцінки ринку важливе значення мають показники його обсягу і структури. Як показав аналіз, обсяг ринку упаковки характеризується позитивною динамікою як в натуральному, так і у вартісному вираженні. Темп зростання доходу виробників упаковки у світі за період 2008–2013 рр. сягнув 2,1–2,4% [5].

Прогресивні зміни ринку упаковки відбуваються за рахунок появи нових видів пакувань, а структурні зрушення пов'язані з посиленням конкуренції, що стимулює виробників впроваджувати заходи, спрямовані на скорочення витрат, підвищення рівня якості, екологічної безпеки, освоєння нових технологій і матеріалів.

Дослідження показників структури ринку за типом використовуваних матеріалів, а саме гнучких і жорстких пластмас, скла тощо, засвідчили переважання випуску упаковки з паперу і картону. Зокрема, в Україні на цей вид упаковки припадає 47% від загального обсягу [6], у середньому за рік виробляється близько 900 млн. м² коробок із гофрокартону, 80 тис. пакетів і мішків із паперу, виготовленого в Україні [7]. Використання вітчизняних паперу, картону для випуску упаковки забезпечує конкурентну перевагу за ціною.

Підвищення значущості для споживачів безпеки зберігання харчових продуктів спричинило зростання попиту на скляну упаковку. Середньорічний обсяг випуску пляшок і банок зі скла в Україні складає 3,3 млрд. одиниць [7].

Найближчим конкурентом упаковки зі скла є пляшки ПЕТФ. Підвищення рівня їхньої конкурентоздатності відбувається за рахунок зменшення матеріаломісткості виробництва, збільшення опірності пошкодженням, випуску пляшок різних форм, скорочення витрат на супутні матеріали – етикетки та клей. Загалом, найбільшим темпом зростає саме виробництво полімерної упаковки, у середньому за рік обсяг її випуску в Україні становить понад 400 тис. т [7], і вирізняє його різноманітність видів – гнучка упаковка, місткості для харчових і нехарчових продуктів. Середньорічний приріст світового ринку гнучкої упаковки до 2018 р. складе 6,2%, а найбільший ріст буде в Бразилії, Росії, Індії та Китаї [8]. Беручи до уваги цей прогноз, можна узагальнити, по-перше, про ризик скорочення обсягу експорту пакувань, виготовлених в Україні, у випадку появи нових товаровиробників, насамперед у Росії, по-друге, про необхідність підвищення рівня екологічності полімерних матеріалів, таким чином і їхньої конкурентоздатності, оскільки відходи полімерів мають вищий рівень небезпеки для довкілля, порівнюючи з папером і картоном.

У сучасних умовах розвивається сектор пакувань, вироблених на основі комбінації матеріалів – картону, фольги, поліетилену. Обсяг випуску багатoshарових пакувань для молочної продукції, напоїв, дитячого харчування в Україні перевищує 4 млрд. одиниць [7].

Ринок упаковки представлений також іншими видами продукції – алюмінієвими банками для алкогольних та безалкогольних напоїв, жерстяною тарою для будівельних матеріалів тощо.

Як показав аналіз, розвиток ринку упаковки залежить від багатьох чинників, до найбільш значущих належать функції, які вона виконує. Так, на макроекономічному рівні стан ринку упаковки характеризує рівень розвитку країни і водночас залежить від нього. На мікроекономічному рівні упаковка, як неодмінна складова по суті будь-яких товарів, забезпечує їхні збереження та захист, привертає увагу споживачів, спонукаючи до купівлі, є одним із чинників, що формує конкурентоздатність продукції.

Фактором, що визначає потенціал зростання вітчизняного ринку упаковки, у тому числі гнучкої, є наразі менший в 4–5 разів обсяг її споживання в Україні, ніж в економічно розвинених країнах Європейського Союзу [9]. Серед істотних чинників впливу доцільно також виокремити профіль споживачів. Так, за галузеву приналежністю в Україні основними споживачами найбільш динамічного за зростанням ринку – гнучкої упаковки – є кондитерська галузь, сегмент снєків та олійно-жирова промисловість [9]. Таким чином, при розробці стратегій розвитку вітчизняних виробників упаковки ці галузі потрібно враховувати як найбільш перспективні, беручи до уваги також тенденцію збільшення обсягу їхнього експорту.

Зростання ринку упаковки пояснюється також змінами у внутрішньому і зовнішньому середовищах функціонування підприємств, які доцільно розглядати в системі «постачання – виробництво – збут». Так, розвиток ринків постачання за рахунок оптових закупівель імпортованих товарів стимулює збільшення потреби в упаковці для реалізації роздрібних партій [6]. Окремо слід указати на фактор розвитку харчової промисловості [6], а саме кількісний приріст виробництва та якісні перетворення – виготовлення нових товарів, що зумовлюють тенденцію збільшення обсягу випуску і споживання упаковки.

Значущими факторами є зміни у збутовій ланці, такі як підвищення рівня культури продажу, що призводить до приросту питомої ваги товарів в упаковці; поширення електронної форми торгівлі і, як наслідок, приріст обсягу упаковки, необхідної для виконання логістичних операцій.

Проведений аналіз показав, що основні чинники розвитку ринку упаковки в Україні пов'язані з підвищенням рівня задоволення потреб споживачів, виробників, дотриманням нормативно-правової бази (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори, що спричиняють сучасні тенденції розвитку ринку упаковки України

Фактор розвитку ринку упаковки України	Рівень значущості для суб'єкта, потреба якого першочергово задовольняється		
	Споживач	Товаровиробник	Держава
Збільшення терміну використання товару	високий	високий	помірний
Розширення функціональності упаковки	високий	високий	низький
Удосконалення дизайну упаковки	високий	високий	низький
Підвищення рівня екологічної безпеки упаковки	високий	високий	високий

Джерело: складено автором

Важливе значення одночасно для споживача і товаровиробника має збільшення терміну використання товару. Триваліший строк використання дозволяє виробничій і збутовій ланкам оптимізувати логістичні процеси, скоротити частоту оновлення запасів, зменшити втрати від прострочених товарів. Одним зі шляхів вирішення цього завдання є використання гнучкої упаковки, виробленої з багатoshарових та ламінованих полімерних плівок [9], що пояснює сучасну тенденцію підвищення попиту на гнучку полімерну упаковку.

Задоволення очікувань споживачів щодо зручності у використанні товарів забезпечується на основі розширення функціональності упаковки, зокрема оснащенням дозатором, що втілено у дой-паках, а також наданням можливості багаторазового запакування в процесі використання товару, що досягається доповненням упаковки замком-застібкою. Випуск товаровиробником різних видів упаковки, у тому числі з більшою функціональністю, дозволяє диференціювати товар, розширити ринок збуту.

У сучасних умовах спостерігається тенденція активного використання нового дизайну упаковки як засобу оновлення товару, що стимулює розвиток ринку упаковки, а поряд із традиційними функціями упаковки – забезпечення впізнаваності торгової марки, інформування споживачів про товар, набуває актуальності функція захисту товару від підробок.

Стан і перспективи розвитку ринку упаковки залежать також від нормативно-правових основ. Для підвищення рівня екологічної безпеки існують такі засоби державного регулювання, як нормування і стандартизація, дозвільна система на випуск певних видів продукції, оподаткування – сплата екологічних податків і зборів, надання податкових пільг суб'єктам, які застосовують прогресивні екологічно безпечні технології і матеріали, виконують вторинну переробку упаковки. На основі вивчення міжна-

родного досвіду встановлено, що управління екологічною безпекою відбувається шляхом державного фінансування переробки сировини, заборони виробництва поліетиленових пакетів тощо. Для умов України ефективним напрямом нормативно-правового регулювання може бути пільгове оподаткування у випадку впровадження екологічно безпечних технологій, матеріалів, збору і переробки використаної упаковки.

Підвищення рівня захисту навколишнього середовища досягається також на основі впровадження стандартів якості, розроблених Міжнародною організацією зі стандартизації. У галузі упаковки це шість стандартів серії «Упаковка і навколишнє середовище» [10]. Так, стандарт ISO 18601:2013 «Упаковка і навколишнє середовище. Загальні вимоги до використання стандартів ISO в області упаковки і навколишнього середовища» специфікує вимоги і процедури, передбачені для інших міжнародних стандартів у цій серії. Стандартом ISO 18602:2013 «Упаковка і навколишнє середовище. Оптимізація систем упаковки» визначено методологію і процедури оптимізації упаковки, тобто досягнення адекватного мінімуму ваги або об'єму упаковки, якщо це не призводить до збільшення втрат товарів, а також визначення вмісту важких металів в пакуваннях для зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище. Стандартом ISO 18603:2013 «Упаковка і навколишнє середовище. Повторне використання» установлені вимоги, дотримання яких дозволяє віднести упаковку до багаторазової у використанні, та описані процедури оцінки її відповідності. Стандарт ISO 18604:2013 «Упаковка і навколишнє середовище. Повторне використання матеріалів» установлює вимоги до упаковки, яку виробляють способом утилізації матеріалів, та процедури для оцінки дотримання цього стандарту. Стандартом ISO 18605:2013 «Упаковка і навколишнє середовище. Утилізація відходів в якості палива» визначено вимоги до упаковки, яка буде використана на відновлення енергії, та встановлено процедури оцінки виконання вимог цього стандарту. Стандарт ISO 18606:2013 «Упаковка і навколишнє середовище. Органічна переробка» визначає процедури та вимоги до упаковки, яка придатна для органічної переробки.

Згідно з цими стандартами, ефективність пакувань визначається:

– екологічною безпекою, прогресивними напрямками підвищення рівня якої визначені зменшення фізичного обсягу упаковки, здійснення її вторинної переробки, проведення рекуперації, утилізації шляхом біорозкладання;

– економічною доцільністю, а саме скороченням витрат на упаковку за умови збереженості товарів в процесі транспортування, зберігання, використання.

На міжнародному рівні використовуються також інші стандарти якості упаковки – BRC та GMPFEFCO, в основі яких – управління ризиками, а особливість стандартів полягає у залученні виробників упаковки для харчових продуктів до вирішення комплексного завдання – забезпечення харчової безпеки. Світовий стандарт упаковки і пакувальних матеріалів BRC, розроблений підприємствами роздрібною торгівлі Великої Британії за сприяння інституту упаковки, спирається на принципи системи НАССР (Hazard Analysis & Critical Control Points – Аналіз ризиків і критичні контрольні точки) і потребує впровадження офіційної системи управління ризиками, документованої системи менеджменту, контролю заводських стандартів, продукції, процесів і персоналу [11].

Міжнародний стандарт GMP (Good Manufacturing Practice – Належна виробнича практика), розроблений європейськими

виробниками гофрокартону, в якості вихідного положення приймає, що в процесі виготовлення гофрокартону немає «критичних контрольних точок», оскільки ризики ефективно контролюються стандартами GMP. Стандарт містить загальний перелік ризиків окремих виробничих підприємств і набір методів управління ризиками GMP [11].

Рішення про впровадження на підприємстві міжнародних стандартів якості потрібно ухвалювати з урахуванням комплексу факторів а саме стратегії його розвитку, фінансових можливостей на проведення сертифікації та менеджмент якості.

Для визначення чинників, що впливають на конкурентоздатність, ефективність виробників упаковки важливе значення мають дослідження на мікрорівні. Нами сформована вибірка з провідних українських підприємств галузі – ПАТ «Укрпластик», ТОВ «ІТАК», ДП «Тетра Пак Україна», завод з виробництва картонної упаковки «Бліц Пак» – на основі таких критеріїв: зіставні масштаби виробництва, інноваційна активність, реалізація продукції на внутрішньому і світовому ринках. Аналіз проведено за низкою факторів з урахуванням галузевих особливостей, а саме: інноваційна діяльність, формат, фарбність, тираж продукції, масштаб бізнесу, сертифікація за міжнародними стандартами, забезпеченість матеріалами власного виробництва.

Досягнення стратегічних конкурентних переваг потребує впровадження інновацій, що має виключно важливе значення для ринку упаковки, оскільки він належить до тих, що найбільш динамічно розвиваються. Так, до досягнень в інноваційній діяльності лідера з виробництва гнучкої упаковки в Україні (45% ринку) та одного з двадцяти найбільших виробників Європи – ПАТ «Укрпластик» [12] – можна віднести технології спеціальних видів растрування файлів, які впливають на якість друку, виготовлення багат шарової гнучкої полімерної упаковки – до 20 шарів, що збільшує термін збереження якостей товару, а також застосовувані інформаційні технології. Пріоритетним напрямом інноваційного розвитку іншого виробника упаковки – ТОВ «ІТАК» – є виготовлення пакувальних плівок із підвищеними бар'єрними властивостями та високим рівнем прозорості, міцності і зварюваності. Серед провідних інноваційних розробок «Тетра Пак» доцільно виділити формати упаковок та системи відкриття, відновлювану упаковку, виготовлену з матеріалів рослинного походження. Основними інноваціями «Бліц Пак» є металізований картон, автоматизація стратегічного управління. Інноваційні розробки аналізованих підприємств стали можливими завдяки достатнім обсягам фінансування, вони сприяють вищому рівню задоволення потреб споживачів та ефективній конкуренції. Водночас підприємствам, які мають недостатньо ресурсів для самостійного продукування інновацій, доцільно здійснювати дифузю інновацій, кооперуватися з іншими товаровиробниками для спільної інноваційної діяльності, співпрацювати з науково-дослідними установами.

Одним із важливих показників, що впливає на рівень конкурентоздатності виробників упаковки, є формат продукції, який поділяється на малий, середній, великий. Обладнання, що забезпечує виробництво продукції великого формату, надає також можливості щодо виготовлення упаковки складних конструкцій. Усі підприємства, відібрані нами для аналізу, мають конкурентну перевагу за форматом обладнання, яку складно наслідувати іншим виробникам, оскільки це потребує значних капіталовкладень.

Фарбність обладнання також впливає на конкурентоздатність підприємств. Досліджувані нами виробники упа-

ковки оснащені 8–10-фарбним друкарським обладнанням, що забезпечує високий рівень їхньої конкурентоздатності, оскільки в сучасних умовах зростає попит на використання більшої кількості фарб для друкування упаковки, що економічно доцільно та більш якісно виконувати на друкарських машинах великої фарбності.

Конкурентоздатність підприємств тісно пов'язана з масштабом бізнесу. Усі виробники упаковки, що включені нами у вибірку, відносяться до реєстру великих платників податків на 2016 р. Великий масштаб цих підприємств безпосередньо пов'язаний з широкою географією ринків збуту. Так, міжнародна компанія «Тетра Пак» постачає пакування у 175 країн світу, а частка експорту в загальному обсязі реалізації становить понад 70%; ТОВ «ІТАК» обслуговує ринки Молдови, Росії, Білорусі, Таджикистану та ін.; ПАТ «Укрпластик» – країни Центральної і Східної Європи, Північної і Південної Африки, Росії та інших країн СНД; «Бліц Пак» виготовляє упаковку на замовлення підприємств Азербайджану, Білорусі, Росії, Вірменії, Грузії, Чехії, Туреччини, Нідерландів та ін.. Тенденція до зростання масштабів бізнесу виявлена, зокрема, у найбільшого виробника гнучкої упаковки в Україні – ПАТ «Укрпластик» – упродовж 2012–2014 рр. середньорічний приріст обсягу реалізованої продукції становив 6,4% і в 2014 р. досяг рівня 1 441 816 тис. грн. порівняно з 1 272 790 тис. грн. у 2012 р.; обсяг експорту складав у 2012 р. – 81 139 тис. дол. США, у 2014 р. – 135 424 тис. дол. США, тобто в середньому за рік збільшувався на 29,2%.

Із масштабом бізнесу виробників упаковки безпосередньо пов'язаний тираж продукції. Суб'єкти господарювання, відібрані нами для аналізу, оснащені високопродуктивним обладнанням, тому для них економічно недоцільне виготовлення малих тиражів упаковки. Їхня спеціалізація на середніх і великих тиражах дозволяє зменшити непродуктивні втрати робочого часу, забезпечити відносну економію витрат. Водночас зростання масштабів бізнесу ускладнює логістичні процеси, підвищує ступінь їхнього впливу на економічні показники, тому для підприємств актуальним є впровадження ефективних систем управління робочими потоками.

За результатами проведеного аналізу встановлено, що посилення конкурентного тиску в галузі стимулює підприємства до пошуку прогресивних напрямів розвитку, серед яких пріоритетне значення для українських виробників упаковки мають підвищення якості продукції та вихід на міжнародні ринки, відтак, актуальним завданням є сертифікація за міжнародними стандартами якості. Досліджені поліграфічні підприємства сертифіковані за стандартами ISO, а окремі з них і за іншими міжнародними стандартами. Так, ДП «Тетра Пак Україна» сертифіковано за стандартами Forest Stewardship Council (Наглядової ради за лісами, FSC), що гарантують відповідальне управління лісами при виробництві продукції з деревини. ПАТ «Укрпластик» пройшло сертифікацію згідно з вимогами міжнародного стандарту BRITISH RETAILER CONSORTIUM (BRC) для виробників харчової продукції, що забезпечує йому конкурентні переваги, оскільки цей стандарт визнається торговими мережами в країнах Європейської співдружності. «Бліц Пак» має, окрім сертифікації BRC та FSC, також сертифікат менеджменту навколишнього середовища ISO 14001:2004, і в результаті впровадження екологічного менеджменту підприємство досягло 58% утилізації відходів.

Серед істотних конкурентних переваг виробників упаковки, урахувавши високий рівень матеріаломісткості поліграфічної галузі, доцільно виділити вертикальну диверсифіка-

цію, а саме самостійне виготовлення матеріалів, що дозволяє забезпечити конкурентоздатний рівень цін та оперативність виготовлення упаковки. Найбільш ефективно цю перевагу використовують підприємства, які виробляють матеріальну основу пакувань – папір, картон, полімерні матеріали як для власного споживання, так і на реалізацію, з-поміж них можна виокремити ПАТ «Укрпластик», що випускає гнучкі пакувальні матеріали, ТОВ «ІТАК» – виробника флексографічних фарб та полімерних плівок.

До диверсифікованих підприємств належить також ДП «Тетра Пак Україна», яке надає послуги зі встановлення обладнання TetraPak, його технічного обслуговування, проводить курси з підвищення кваліфікації персоналу, надає експертні послуги для удосконалення управління бізнесом, постачає термоклей, розроблені підприємством. Інший товаровиробник – завод «Бліц Пак», окрім основного виду продукції – упаковки, розширив діяльність за рахунок випуску етикеток. Таким чином, з-поміж видів диверсифікації найбільш поширеними в сучасних умовах є вертикальна і горизонтальна диверсифікація як такі, що сприяють дозавантаженню виробничих потужностей та використанню наявних конкурентних переваг, а їхнє застосування в перспективі дозволить виробникам упаковки досягати стратегічної стійкості.

Висновки. Як показало проведене дослідження, провідні виробники на ринку упаковки забезпечують конкурентоздатність продукції шляхом упровадження інновацій, сертифікації за міжнародними стандартами, підвищення рівня екологічної безпеки, диверсифікації, модернізації. Важливе значення для стимулювання розвитку має також удосконалення нормативно-правового регулювання, зокрема надання податкових пільг підприємствам, які впроваджують інновації.

Розвиток агропромислового комплексу України, корпоративізація підприємств, глобалізація діяльності сприятимуть економічному зростанню ринку упаковки. Приріст доходів виробників упаковки може бути досягнутий як за рахунок більш якісного задоволення традиційних запитів споживачів і замовників, так і розширення її функціональності, у тому числі на основі застосування сучасних інформаційних технологій, що особливо актуально для підвищення ефективності логістичних операцій.

Література:

1. Телетов О.С. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу / О.С. Телетов, В.М. Шатова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 2. – С. 11–20.
2. Проскочило А.В. До питання товарознавчого аналізу пакувань товарів, що придбаваються та продаються аптечними закладами / А.В. Проскочило, В.Г. Дем'яненко, Д.В. Демяненко, С.В. Бреусова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dSPACE.ukrfa.kharkov.ua/bitstream/123456789/3958/1/>.
3. Мірошник М.В. Маркетингові дослідження міжнародних стандартів якості та безпеки упаковки / М.В. Мірошник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/6853/1/vestnik_HPI_2012_11_Miroshnyk_Marketynhovi.pdf.
4. Alberto Regattieri. The Important Role of Packaging in Operations Management / Alberto Regattieri, Giulia Santarelli [Electronic resource]. – Access mode: URL: <http://cdn.intechopen.com/pdfs-wm/43436.pdf>.
5. Global food and beverages consumer packaging market outlook to 2018 – Players shifting focus towards emerging markets. – 2014. – P. 167 [Electronic resource]. – Access mode: URL: <https://www.kenresearch.com/agriculture-food-beverages/food-industry-research-reports/global-food-beverage-packaging-market-research-report/562-104.html>.

6. Обзор украинского рынка упаковочных материалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizrating.com.ua/56/articles/544/index.html>.
7. Кривошей В.М. Ринок, споживач, упаковка (зміни, уподобання, застереження) / В.М. Кривошей // Упаковка. – 2013. – № 4. – С. 27–31.
8. Темпы роста мирового рынка гибкой упаковки к 2018 году составят 5,1% // АИМ: Рынок упаковки. – 2014. – 31 марта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pack.aimarketing.info>.
9. Тенденции рынка гибкой упаковки Украины // Мир упаковки. – 2014. – № 3 (97) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://packaging.kiev.ua/rus/content/magazine/article/?id=341>.
10. ISO Standards for packaging and the environment [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.standards.co.nz/touchstone/environment/2013/mar/iso-standards-for-packaging-and-the-environment/>.
11. Всемирный стандарт упаковки BRC и стандарт GMP для гофрокартона, опубликованный FEFCO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dnvba.com/ru/Food-and-Beverage/Food-Safety/Pages/BRC-Global-Standard-for-Packaging-and-GMP-FEFCO.aspx>.
12. Чудеса упаковки // Forbes. – 2015. – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1395218-chudes-a-upakovki>.

Шендеровская Л.П., Савенок Д.А. Тенденции развития рынка упаковки Украины

Аннотация. Определены особенности рынка упаковки Украины. Показана структура рынка упаковки в контексте ее разновидностей, выявлены конкурентные преимущества отдельных видов. Выделены функции, которые выполняет упаковка на макроэкономическом и микроэкономическом уровнях. Проанализированы факторы, обуславливающие современные тенденции развития рынка упаковки Украины. Особое внимание уделено изменениям, происходящим в системе «поставка – производство – сбыт». На основе сравнительного анализа деятельности выборочной совокупности предприятий, изготавливающих упаковку, обоснованы факторы, в том числе специфические для отрасли – красочность, формат оборудования, тираж продукции, – влияющие на конкурентоспособность производства упаковки. Проанализированы виды диверсификации, распространенные среди производителей упаковки, обоснованы перспективы внедрения стратегии диверсификации на предприятиях отрасли. Показано множе-

ство стандартов качества, используемых при выпуске упаковки, сделано обобщение об их комплексной направленности на экологическую безопасность и экономическую рациональность упаковочного производства. Систематизированы перспективные направления развития производителей упаковки в Украине, целью которых является повышение уровня качества удовлетворения потребностей покупателей и расширение функциональности упаковки.

Ключевые слова: рынок упаковки, функции упаковки, нормативно-правовая база, факторы конкурентоспособности, стандарты качества, экологическая безопасность, инновационная деятельность, диверсификация производства.

Shenderivska L.P., Savenok D.A. Trends of packaging market in Ukraine

Summary. The features of the packaging market in Ukraine are determined. Packaging market structure in the context of its varieties is showed, the competitive advantages of individual species are discovered. Functions performed by the packaging on the macroeconomic and microeconomic levels are identified. Factors causing the current trends in the development of packaging market in Ukraine are analysed. Special attention is given to changes that occur in system supply-production-sales. Based on comparative analysis of the sample of companies that manufacture packaging, reasonable factors, including the specific of sector – number of colours and format of equipment, circulation of products, affecting the competitiveness of production of packaging are considered. Species diversification, distributed among the producers of packaging are analysed, prospects for implementation of the strategy to diversify the enterprises of industry are grounded. Plural of quality standards used in the packaging issue is identified, their comprehensive focus on environmental safety and economic rationality wrapping production is concluded. Promising areas of development of packaging producers in Ukraine, aimed at improving the quality of satisfaction of customer needs and functionality of the packaging are systematized.

Keywords: packaging market, packaging functions, regulatory framework, competitive factors, quality standards, environmental safety, innovation, diversification of production.