

**СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ А. С. МАКАРЕНКА**

ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА БІЗНЕС-ЕКОНОМІКИ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Бу Бангяо

**АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО ТА ПЕРСПЕКТИВНОГО СТАНУ РИНКУ
ПАКУВАЛЬНОЇ ГАЛУЗІ**

Спеціальність: 051 «Економіка»

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеню магістр

Науковий керівник
доктор економічних наук, професор
кафедри бізнес-економіки та
адміністрування

_____ Н.С. Ілляшенко

«_____» _____ 2025 р.

Виконавець
здобувача вищої освіти групи 562

_____ Бу Бангяо

«_____» _____ 2025 р.

Суми 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ПОТОЧНИЙ СТАН РИНКУ ПАКУВАЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	8
1.1. Особливості ринку упаковки	8
1.2. Міжнародні стандарти та різновиди упаковки	16
1.3. Представники пакувальної галузі на українському та міжнародному рівнях	22
1.4. Тенденції ринку упаковки	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ ГНУЧКОЇ УПАКОВКИ	29
2.1. Характеристика ринку гнучкої упаковки	29
2.2. Поточний стан ринку гнучкої упаковки	34
2.3. Представники галузі гнучкої упаковки	38
2.4. Перспективи ринку гнучкої упаковки	42
РОЗДІЛ 3. РИНКОВІ ПОЗИЦІЇ ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»	49
3.1. Загальна характеристика компанії	49
3.2. Мікро- та макросередовище компанії	51
3.3. Товарна політика компанії	56
3.4. Цінова політика компанії	61
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66

ВСТУП

Зростання населення та урбанізація призвели до збільшення обсягів торгівлі, що, своєю чергою, сприяло використанню упаковки для продуктів. Широке впровадження онлайн-шопінгу також значно посилило ринок упаковки. З розвитком споживчих тенденцій ринок упаковки активно адаптується, зокрема дотримуючись екологічних рекомендацій, враховуючи ергономіку (що полегшує споживання та подорожі) та використовуючи дизайн, що відображає швидкий спосіб життя.

Український ринок стимулює поступовий розвиток пакувальної галузі, зосереджуючись на виробництві високоякісних товарів з надійною упаковкою. Сучасна, ефективна та естетично приваблива упаковка стала ефективним маркетинговим інструментом. Упаковка має вирішальне значення для виробників продукції, оскільки вона є одним з основних засобів привернення уваги споживачів та формування довіри до продукції. Споживачі готові приймати різні маркетингові методи (рекламу, особисті продажі, стимулювання попиту тощо), але часто саме вдала упаковка спонукає їх до першої покупки. Якщо споживачі задоволені придбаними продуктами, вони продовжуватимуть шукати подібну упаковку, оскільки вона встановлює необхідний зв'язок між виробником та продуктом, а також самим виробником. [1]. Сьогодні добре розроблена упаковка є важливою для швидкого підвищення впізнаваності бренду та, зрештою, автоматичного збільшення продажів [2].

Упаковка має ефективний життєвий цикл і може покращити життя людей. Більшість людей помилково вважає, що упаковка є основною причиною забруднення. Однак, якщо вибір, виробництво та використання упаковки ретельно розроблені, сучасні технології можуть фактично зменшити кількість відходів та різних видів сміття, що забруднюють навколишнє середовище [27].

Ринок виробництва упаковки є надзвичайно конкурентним, як у світі, так і в Україні. Гнучка упаковка стає все більш популярною завдяки простоті використання, відповідності різним стандартам зберігання товарів та мінімальному впливу на навколишнє середовище. Гнучка упаковка зазвичай виробляється у вигляді готових виробів або заготовок.

Одним із виробників гнучкої упаковки на українському ринку є ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА», яке відоме виробництвом високоякісної продукції за відповідно високими цінами. Основним бізнесом є виробництво упаковки для дитячого харчування, упаковки для кормів для тварин та рулонної гнучкої упаковки. Це дослідження має на меті проаналізувати тенденції на світовому та українському ринках гнучкої упаковки, вивчити характеристики ринку гнучкої упаковки та дослідити ринкову позицію ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА».

Для досягнення цієї мети ми розробили такі завдання:

1. Дослідити пакувальну галузь, її операційні характеристики та ключових гравців;
 2. Визначити тенденції в пакувальній галузі та перспективи її розвитку та розширення;
 3. Проаналізувати ринок гнучкої упаковки, визначивши основні типи гнучкої упаковки та їх виробників;
 4. Розглянути та узагальнити тенденції розвитку та перспективні напрямки ринку гнучкої упаковки;
 5. Проаналізувати загальну інформацію про ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»;
 6. Вивчити діяльність та ринкове становище ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» на внутрішньому та міжнародному ринках;
 7. Описати систему маркетингу 4P ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»;
 8. Проаналізувати фінансові показники ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА».
- Об'єкт дослідження: світовий та український ринки гнучкої упаковки, а також ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА».

Предмет дослідження: в цьому дослідженні розглядається поточний стан, тенденції розвитку та перспективи пакувальної галузі та ринку гнучкої упаковки, а також ринкова позиція ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА».

Методологічною основою цього дослідження є аналіз відповідних праць з економіки та управління промисловими підприємствами, вітчизняної та міжнародної літератури, онлайн-інформаційних платформ, статистичної інформації та прогнозних досліджень, методичних посібників, законів та нормативних актів, а також інформації спостережень, зібраної під час роботи співробітників ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА».

Очікуваними результатами цього дослідження є узагальнення тенденцій ринку гнучкої упаковки у 2025 році та проведення комплексного аналізу ринкової позиції.

РОЗДІЛ 1.

ПОТОЧНИЙ СТАН РИНКУ ПАКУВАЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Особливості ринку упаковки

В останні роки ринок пакувальних матеріалів, пакувальних технологій, а також тари та упаковки швидко розвивався. З розвитком обладнання та технологій виробництва пакувальних матеріалів, функції упаковки також постійно розширюються.

Жорстка ринкова конкуренція стимулювала попит на високоякісну, відносно недорогу упаковку, яка добре працює та функціональна [1].

Продажі товарів самообслуговування продовжують зростати. У супермаркетах покупці переглядають 300 різних товарів за хвилину, а ефективна упаковка еквівалентна п'ятисекундному рекламному відео. Тому упаковка повинна привертати увагу клієнтів, допомагати формувати довіру клієнтів та створювати гарне загальне враження.

Упаковка стосується контейнерів, що використовуються для зберігання та розподілу продуктів, а її функції включають місткість, оболонку та контейнер. Важливим компонентом упаковки є ідентифікаційна та друкowana інформація, така як етикетки (які містять рекламну інформацію, назву продукту, інгредієнти, інструкції щодо зберігання та використання) та інструкції з експлуатації (які детально описують, як зрозуміти конструкцію складних компонентів або вузлів, або як готувати смачні страви за рецептами) [3].

Упаковка стосується матеріалів, оболонок, кришок або контейнерів, що використовуються для зберігання продуктів і мають унікальний дизайн. Безпосередня тара продукту називається первинною упаковкою. Пляшки, що містять продукти, є первинною упаковкою для туалетної води. Вона може бути поміщена в шкіряну або картонну упаковку, що забезпечує додатковий захист, а також є ефективним маркетинговим інструментом. Це

вторинна упаковка. Для транспортування туалетної води до роздрібного продавця необхідна спеціальна транспортувальна упаковка — контейнер, здатний занурювати, розвантажувати, зберігати та транспортувати продукти [4].

Сучасна упаковка має різноманітні функції, як показано на рисунку 1.1, і ступінь, до якої ці функції виконуються, допомагає оцінити якість упаковки.

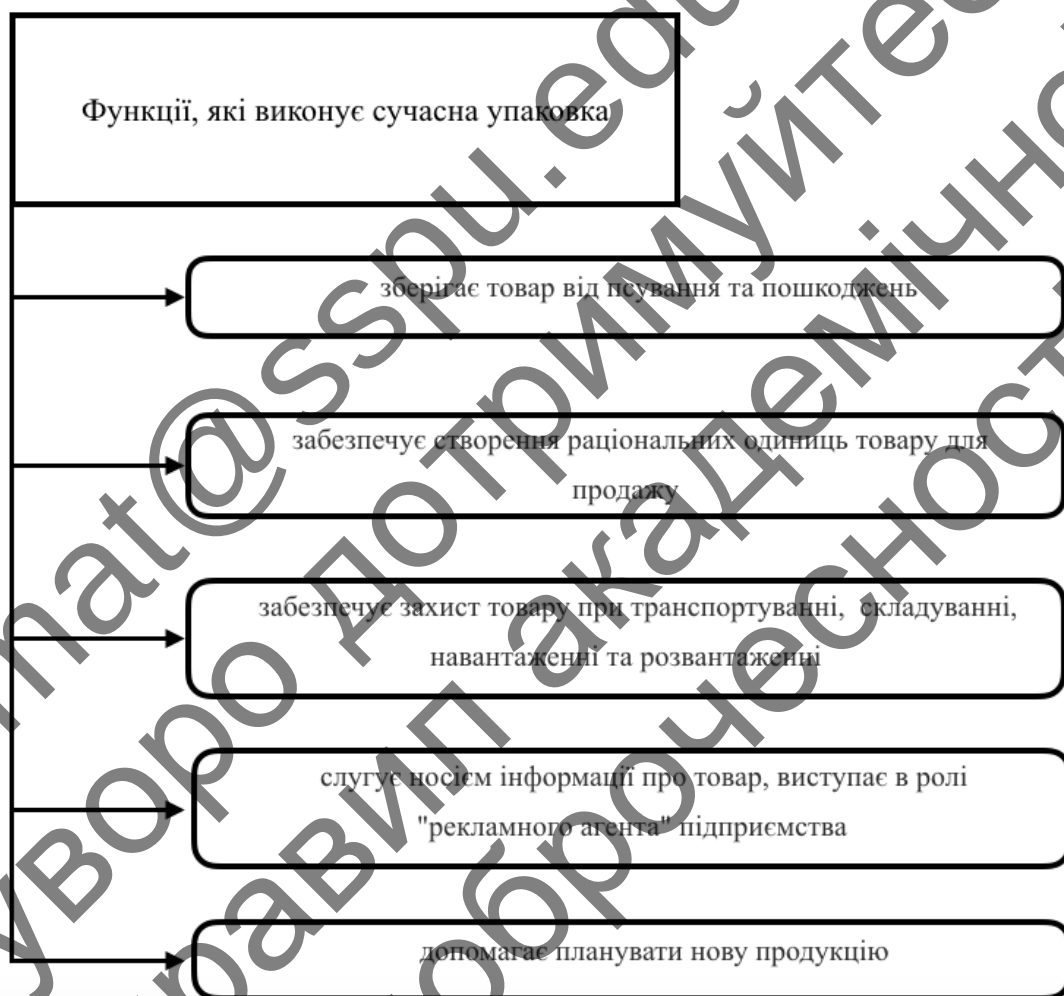


Рисунок 1.1 – Принципова діаграма «Функцій сучасної упаковки» (на основі [3, 5]).

Давайте розглянемо ці функції детальніше.

1. Запобігання псування та пошкодженню товарів. Упаковка може збирати рідини, гранули, сипучі та інші роздільні продукти в необхідний

об'єм та форму. Під час транспортування, зберігання та обробки упаковка може захистити товари від пошкоджень, таких як поломка, випаровування, протікання, вібрація та світло, залежно від характеристик товарів [5]. Сучасна упаковка повинна зберігати певні характеристики товарів — свіжість, запах, смак та зовнішній вигляд. Багато матеріалів можуть відповідати цим вимогам. Основні матеріали для упаковки включають: дерево, вовну, тканину, скло, полімери, целофан та папір.

2. Забезпечити виробництво оптимальних розмірів одиниць для продажу. Ідеальна упаковка повинна враховувати такі фактори:

- Об'єм та вага продукту (Виробники можуть змінювати форму, розмір, дизайн та інші характеристики упаковки, щоб забезпечити її привабливість та зручність використання для певних сегментів ринку або груп; зокрема, сегментація ринку повинна враховувати демографічні фактори, такі як розмір сегмента, включаючи домогосподарства з однією особою, домогосподарства з трьох і більше осіб);
- Легкість відкриття (Оптимальна упаковка повинна бути розроблена таким чином, щоб відкриватися «без інструментів» за будь-яких обставин);
- Легкість використання (Упаковка повинна сприяти як безпосередньому зберіганню, так і обробці продукту в упаковці);
- Естетика (упаковка повинна доповнювати дизайн продукту);
- Можливість багаторазового використання (скляна та пластикова упаковка може отримати друге «життя» після першого використання продукту).

3. Забезпечення захисту продукту під час транспортування та зберігання.

Упаковка повинна відповідати вимогам каналу збуту — полегшувати транспортування, зберігання та розповсюдження товарів, бути довговічною, легко маркувати (включаючи легкість контролю запасів) та сприяти самообслуговуванню.

Упаковка повинна забезпечувати безпечне транспортування товарів від виробника до споживача. Тому зараз у вантажних перевезеннях широко використовуються коробки, піддони та контейнери, що відповідають міжнародним стандартам, розміри та міцність яких регламентовані.

4. Упаковка як носій реклами та інформації

Упаковка відіграє життєво важливу роль у комунікації між підприємствами та споживачами. Вона формує імідж виробника; через дизайн, колір, форму та матеріали вона відображає імідж бренду виробника не лише до та під час купівлі товарів, але й після використання.

Упаковка повинна інформувати споживачів про таку інформацію:

- Назва виробника;
- Дата виробництва;
- Термін придатності;
- Точні розміри;
- Інструкції щодо завантаження та розвантаження («верх», «низ», «склянка»); Штрих-коди є важливими носіями інформації, що містять 13 чисел згідно до європейської системи кодування [3].

5. Упаковка сприяє розробці нових продуктів

Упаковка є вирішальним елементом у процесі планування продукту. Часто інноваційна упаковка може оживити продукт і розширити сферу його застосування [5].

На вибір упаковки впливає низка факторів, серед яких особливо важливі наступні:

1. Дизайн упаковки повинен відображати імідж продукту, який компанія бажає створити.

2. Групова упаковка повинна відповідати груповому бренду. Крім того, для кожного бренду можна використовувати різну упаковку, щоб успішно проникнути на різні сегменти ринку.

3. Упаковка повинна відповідати національним та міжнародним стандартам, щоб залишатися конкурентоспроможною на світовому ринку. Стандартизація допомагає підвищити глобальне визнання.

4. Споживачі дуже чутливі до цінових факторів. Тому під час розробки нової упаковки слід розраховувати як абсолютні, так і відносні ціни.

5. Різні пакувальні матеріали можуть виконувати одну й ту саму функцію. Компанії можуть вибрати найбільш підходящий продукт, ринок або матеріал для конкретної ситуації, виходячи з власних інтересів та можливостей.

6. Вибір розміру, кольору та форми упаковки залежить від методів зберігання та терміну придатності, методів транспортування, зручності використання, традицій компанії та рівня конкуренції.

7. Можливості виробника визначають кількість варіантів упаковки для одного й того ж продукту, вимоги каналів збуту та потреби конкретних груп споживачів.

8. Вибір упаковки також повинен враховувати, чи потрібно виділити на упаковці місце для привабливих етикеток.

9. Коли упаковка містить кілька одиниць продукту, може бути кілька варіантів упаковки; навпаки, для різних продуктів можна використовувати різну упаковку, щоб створити конкурентну перевагу в обох випадках.

10. Вибираючи упаковку, враховуйте, чи потрібно заздалегідь друкувати ціни відповідно до вимог дистриб'ютора.

11. Нарешті, упаковка повинна відповідати маркетинговій стратегії компанії.

Як згадувалося раніше, основними атрибутами упаковки є етикетки, підвісні бирки або маркування — ідентифікатори продукту, за допомогою яких споживачі можуть отримати більш повну інформацію про придбаний продукт. Функції цих маркувань показано на рисунку 1.2.

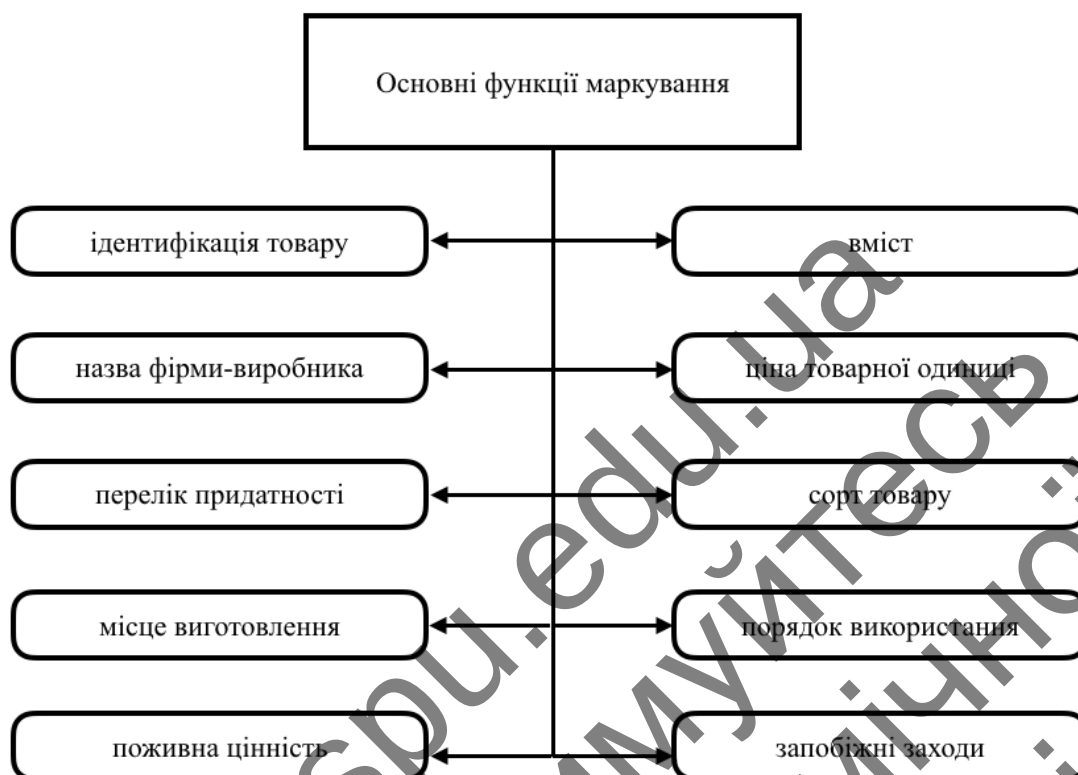


Рисунок 1.2 - Принципова схема «Основних функцій етикеток» (на основі [5])

Хоча упаковка має багато переваг, її використання також створює деякі проблеми. Ці проблеми включають, головним чином:

- 1) Чіткість та точність інформації, що відображається на упаковці та маркуванні;
- 2) Витрати на виробництво;
- 3) Споживання обмежених ресурсів;
- 4) Запобігання забрудненню навколишнього середовища.

Етикетки та ярлики часто вводять споживачів в оману. Якщо висока вартість упаковки є проблемою, то з точки зору організації виробництва виснаження обмежених ресурсів також є проблемою для виробників. З точки зору споживача, дещо вищі витрати на придбання компенсуються проблемами забруднення навколишнього середовища, такими як розбитий посуд, розкидана упаковка та шкідливі речовини, що утворюються під час розкладання або горіння упаковки, що може мати серйозний вплив на

окремі села, регіони, країни та навіть всю планету. Тому цілком розумно, щоб законодавці посилили вимоги до упаковки [5].

Як показано на рисунку 1.3, упаковка має відповідати основним вимогам: екологічна безпека, сумісність, безпека, надійність, економічна ефективність та взаємозамінність.

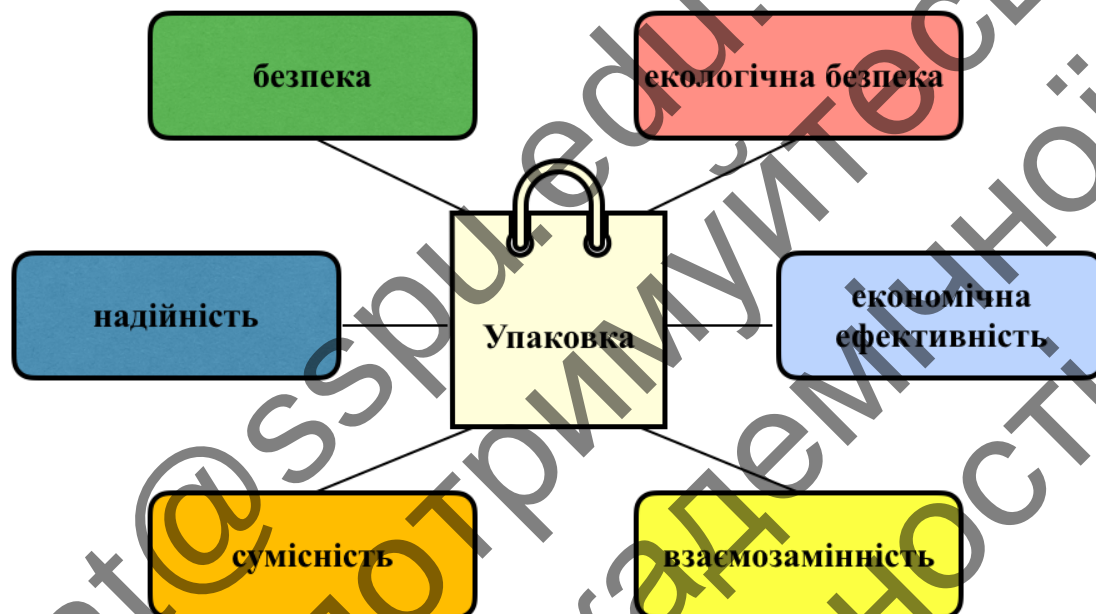


Рисунок 1.3 — Основні вимоги до упаковки (на основі [1])

Безпека упаковки гарантує, що шкідливі речовини, що містяться в тарі, не потрапляють у продукт, який безпосередньо з нею контактує. Майже всі види упаковки містять такі речовини, включаючи металеву упаковку (що містить олово, залізо або алюміній), папір (що містить свинець) та полімерні матеріали (що містять шкідливі мономері). В таких випадках безпека упаковки може бути забезпечена захисними покриттями (спеціальними лаками) або обмеженням терміну придатності товарів чи продукції (наприклад, упаковка з поліетилену або полівінілхлориду). У кольоровому оформленні упаковки можуть використовуватися лише нешкідливі барвники. Найбезпечнішими варіантами є скляна упаковка та

різні тканинні пакети, тоді як найменш безпечними є металева упаковка та полімерна упаковка.

Екологічні характеристики упаковки стосуються її здатності не завдавати значної шкоди навколишньому середовищу під час використання та утилізації. Абсолютно екологічно чистого типу упаковки не існує: під час утилізації в навколишнє середовище потрапляють різноманітні речовини, включаючи речовини, шкідливі для здоров'я та токсичні.

Надійність упаковки стосується її здатності зберігати механічну цілісність або герметичність протягом тривалого періоду часу. Тому упаковка повинна забезпечувати необхідні умови для зберігання товарів. Багаторазова упаковка повинна зберігати свою форму незалежно від того, чи містить вона продукти. Термін придатності одноразової упаковки зазвичай не перевищує терміну придатності самого продукту.

Сумісність упаковки стосується її здатності не змінювати враження споживача від продукту всередині упаковки. Для цього упаковка (контейнер) повинна бути чистою, сухою, без цвілі та запаху. Вона не повинна реагувати з будь-якими компонентами продукту (водою, олією тощо). Упаковка, несумісна з продуктом, заборонена. Наприклад, пакувальний папір та пластикова плівка не можуть використовуватися для упаковки маслянистих продуктів, оскільки вони вбиратимуть жир. Соснову деревину не можна використовувати для коробок для упаковки харчових продуктів, оскільки це призведе до виділення продуктом смолистого запаху.

Враховуючи всі ці фактори, маркетологи повинні вибрати правильну упаковку. Сучасна упаковка повинна бути економічно ефективною, естетично привабливою, надійно захищати вміст та полегшувати транспортування. Оптимізація упаковки вимагає використання стандартних розмірів, що значно полегшує транспортування та зберігання товарів [1].

1.2. Міжнародні стандарти та різновиди упаковки

Упаковка класифікується за різними критеріями: місцем виробництва або місцем торгівлі, здатністю зберігати форму (див. рис. 1.4), вантажопідйомністю, розміром (велика, середня, мала), частотою використання (одноразова або багаторазова), матеріалами тощо.

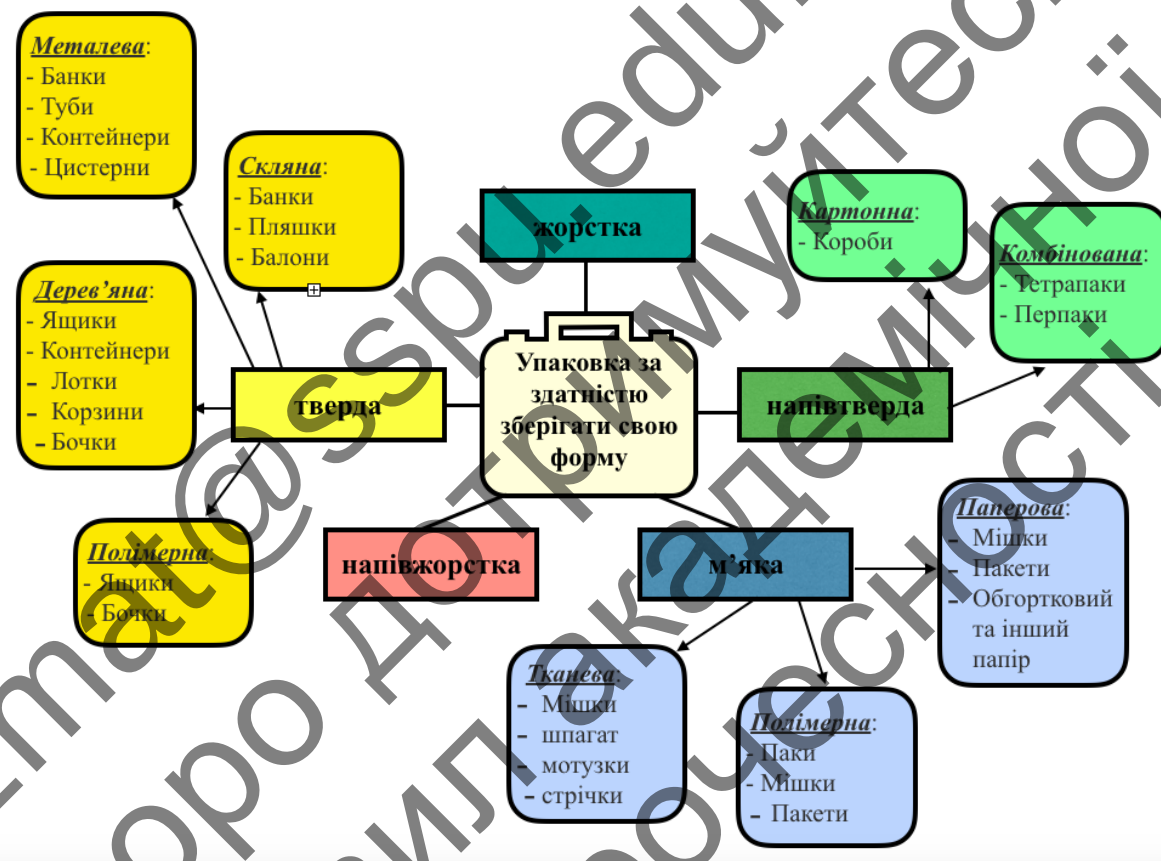


Рисунок 1.4 – Принципова схема «Типи упаковки, класифіковані за формоутримуючою здатністю» (на основі [6])

Розглянемо детальніше деякі з цих типів.

Картонну та паперову упаковку виготовляють шляхом пресування та склеювання гофрованого картону та паперу. Картонна упаковка використовується у вигляді різних коробок, барабанів та піддонів, тоді як паперова упаковка використовується у вигляді паперових пакетів. Картонні коробки в основному виготовляються з трьох шарів картону та витримують вагу 40 кг і більше. Картонні барабани використовуються для

упаковки продуктів того ж типу, що й дерев'яні бочки, а також можуть використовуватися як вологонепроникна упаковка для гігроскопічних матеріалів. Паперова упаковка, особливо крафт-паперові пакети, широко використовується для упаковки сипучих будівельних матеріалів (клеїв) та хімікатів. Паперові пакети поділяються на два типи: звичайні паперові пакети та вологонепроникні паперові пакети. Перші використовуються для упаковки багатьох негігроскопічних будівельних матеріалів та хімікатів, тоді як другі - для упаковки гігроскопічних матеріалів. Вага повного чотири-шестишарового паперового пакета не повинна перевищувати 50 кг.

Полімерна та композитна упаковка виготовляється з поліетилену, полівінілхлориду, полістиролу, поліпропілену та інших подібних матеріалів. Полімерна тара буває у вигляді коробок, бочок, банок, глечиків, мішків, піддонів тощо. Пластикові ящики виготовляються з високоякісного поліетилену та мають місткість 20 кг і більше. Поліетиленові бочки використовуються для транспортування та зберігання різних рідин і сипучих матеріалів [1].

Ринок упаковки також включає інші види продукції, такі як алюмінієві банки для зберігання алкогольних та безалкогольних напоїв, бляшані банки для зберігання будівельних матеріалів тощо [8].

Деревина використовується для виготовлення картонних коробок різних розмірів, лотків для зберігання різних фруктів та овочів, а також багаторазових контейнерів.

Алюміній використовується для виготовлення жорстких та напівжорстких контейнерів, аерозольних балончиків та кришок. Товщина алюмінію, що використовується в пакувальних матеріалах, коливається від 0,009 до 0,2 мм. Тканини найчастіше виготовляють з джуту липи для сумок, які використовуються для зберігання основних продуктів харчування (зерна, борошна, картоплі, рису). Ці сумки пропускають повітря, що дозволяє зберігати продукти.

Скло використовується для зберігання парфумерії, косметики, продуктів харчування та ліків. Його широке використання зумовлене його стійкістю до хімічної корозії.

Папір гнучкий, нелегко розтягується, морозостійкий та недорогий, але має погані бар'єрні властивості щодо води та газів. Його зазвичай використовують для упаковки продуктів.

Целюлоза - це целюлозна плівка. Його основними характеристиками є висока прозорість, високий блиск, термостійкість та добра адгезія. Целюлоза часто використовується для упаковки продуктів, схильних до випаровування вологи або окислення під час зберігання чи транспортування [3].

Журнал *Science* [9] повідомив, що вчені Каліфорнійського університету в Берклі розробили новий полімер зі спеціальними хімічними зв'язками, які дозволяють легко відокремлювати його від добавок, таких як антипірени та барвники, і підлягає переробці. Цей новий полімер можна переробляти багато разів. Сучасна упаковка неймовірно різноманітна — поліетиленова упаковка; вакуумна упаковка; упаковка з їстівних матеріалів; упаковка продуктів різних розмірів, дизайнів та кольорів; та упаковка зі специфічними смаками. Вона також використовує імена відомих людей, таких як актори, політики, спортсмени та музиканти.

Ось кілька прикладів сучасних типів упаковки:

- Нова запатентована захисна плівка з легко відкриваючимся «язичком» (кришка клацає при відкритті та закритті, що полегшує споживачам повторне закриття);
- Інноваційна упаковка для маленьких шоколадних плиток, що використовує спеціальне «хвилясте» ущільнювальне кільце для ідеального захисту шоколаду від поломок та механічних пошкоджень під час транспортування;
- Експерти Henkel розробили аерозольну упаковку з новою системою дозування для низки продуктів, що використовуються в дрібному

домашньому ремонті та будівництві (форсунка забезпечує вищу точність дозування продукту);

- Інноваційна упаковка, виготовлена за допомогою процесу екструзійного лиття з використанням плівки, що знімається, для герметизації, що стала першою пластиковою банкою, придатною для рибних продуктів;

- Упаковка «Зелена сутність» вважається першою екологічно чистою упаковкою для ковбасних та сирних виробів (упаковка виготовлена з надтонкого паперу та не використовує клей чи розчинники. Вона отримала назву «Зелена» через свої екологічні характеристики);

- Упаковка для транспортування фруктів, яка також виконує функцію демонстраційного ящика. Її головною перевагою є здатність поглинати етилен (добре відомо, що фрукти виділяють етилен під час дозрівання, що прискорює гниття інших фруктів у контейнері. Цей новий тип упаковки має спеціальний хвиляподібний абсорбуючий шар на дні, який може поглинати етилен, тим самим продовжуючи термін придатності фруктів);

- Технологія безшовної етикетки для упаковки напоїв отримала нагороду в Німеччині у 2012 році (ця технологія використовує лиття під тиском для кріплення етикетки);

- Упаковка, яка автоматично повідомляє центр управління логістикою, якщо її відкривають без дозволу під час транспортування або зберігання (упаковка має вбудовану спеціальну проактивну систему сповіщень);

- Алюмінієві чайні капсули «Special.T» можуть точно вимірювати оптимальну кількість заварювання, а машина для заварювання капсул та наповнення чашок може автоматично визначати оптимальну температуру та час заварювання для різних видів чаю[10].

Крім того, дизайн друку має вирішальне значення для упаковки. Сучасні дослідження тривають, зокрема розробка передових друкарських

фарб на основі пігментів західних компаній та застосування гнучкої технології друку до нових плівок. Поточний стан та майбутні перспективи ринку упаковки також залежать від нормативно-правової бази. Для покращення екологічної безпеки Україна вжила низку регуляторних заходів, таких як стандартизація та кількісна оцінка, ліцензування виробництва певних видів продукції, стягнення екологічних податків та зборів, а також податкові пільги для компаній, що використовують високотехнологічне обладнання для захисту навколишнього середовища. На основі дослідження міжнародного досвіду було встановлено, що управління екологічною безпекою може бути досягнуто за допомогою таких заходів, як державні субсидії на переробку сировини та заборона виробництва пластмас. З огляду на національні умови України, податкові пільги на впровадження технологій та матеріалів для захисту навколишнього середовища, а також на переробку та утилізацію відходів упаковки можуть бути ефективним способом досягнення регуляторних та законодавчих цілей. Крім того, захист навколишнього середовища можна посилити шляхом прийняття стандартів якості, розроблених Міжнародною організацією зі стандартизації. Серія «Упаковка та довкілля» [11] поділена на шість рівнів. Наприклад, ISO 18601 «Упаковка та довкілля – Загальні вимоги до застосування стандартів ISO в галузі упаковки та довкілля» описує вимоги та процедури інших міжнародних стандартів цієї серії. ISO 18602 «Упаковка – довкілля» та ISO 18603 «Оптимізація пакувальних систем» описують методи та процедури оптимізації упаковки для досягнення мінімальної ваги або об'єму без збільшення втрат продукту, а також визначають вміст важких металів в упаковці для мінімізації шкідливого впливу на довкілля. ISO 18604 «Упаковка – довкілля – повторне використання» визначає вимоги до упаковки, що підлягає переробці, та описує методи оцінки її сумісності. ISO 18605 «Упаковка – довкілля – перетворення відходів на паливо» визначає вимоги до упаковки, що використовується для отримання енергії, та встановлює стандарти для

оцінки її відповідності. ISO 18606 «Упаковка – довкілля – біопереробка» визначає методи та вимоги, що застосовуються до переробки упаковки.

Стандарт також визначає методи та процедури оптимізації упаковки для мінімізації втрат продукту та визначення вмісту важких металів в упаковці для зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище. Згідно з цими стандартами, ефективність упаковки залежить від:

- Екологічної безпеки, з прогресивними підходами до покращення екологічної безпеки, включаючи зменшення фізичного обсягу упаковки, переробку, повторне використання та утилізацію шляхом біорозкладу;
- Економічної доцільності, тобто зниження витрат на упаковку при одночасному забезпеченні належного поводження з товарами під час транспортування, зберігання та використання.

Інші стандарти якості упаковки також були прийняті на міжнародному рівні, такі як стандарти BRC, що базуються на ризиках, та FEFCO GMP. Ці стандарти характеризуються тим, що вимагають від виробників харчової упаковки вирішення складного питання забезпечення безпеки харчових продуктів. Глобальний стандарт BRC щодо упаковки та пакувальних матеріалів, розроблений Британським консорціумом роздрібної торгівлі (BRC) за сприяння Асоціації упаковки, базується на принципах системи HACCP (аналіз ризиків та критичні контрольні точки) та вимагає впровадження формальних планів управління ризиками та формальних планів управління виробництвом. [12] Міжнародний стандарт GMP (належа виробнича практика), розроблений європейськими виробниками гофрованих коробок, вважає, що в процесі виробництва гофрованих коробок немає «критичних контрольних точок», оскільки стандарти GMP можуть ефективно контролювати ризики. Стандарт містить загальний перелік небезпек, що застосовуються до різних виробничих потужностей, та набір практик управління ризиками GMP [12].

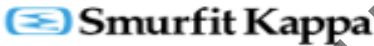
1.3. Представники пакувальної галузі на українському та міжнародному рівнях

Серед провідних компаній світової пакувальної галузі 20 компаній постійно утримують лідируючі позиції. Портал Technavio склав рейтинг 20 найкращих компаній пакувальної галузі, а в таблиці 1.1 наведено десятку найкращих.

Таблиця 1.1 – Рейтинг провідних пакувальних компаній 2024 року за версією порталу Technavio [13]

№ з/п	Логотип	Назва	Штаб-квартира
1		Amcor Limited	Мельбурн, Австралія
2		Ball Corporation	Колорадо, США
3		Crown Holdings	Пенсильванія, США
4		International Paper	Тенесі, США
5		Mondi	Відень, Австрія

Продовження табл. 1.1

6		Owens-Illinois	Огайо, США
7		Reynolds Group Holdings Limited	Окленд, Нова Зеландія
8		Sealed Air	Північна Кароліна
9		Smurfit Kappa	Дублін, Ірландія
10		Stora Enso	Гельсінкі, Фінляндія

З моменту здобуття Україною незалежності ставлення виробників, дистриб'юторів та споживачів до упаковки змінилося. Сьогодні українська упаковка є функціональною, а споживачі розуміють економіку, ергономіку, екологічні характеристики, термін придатності та використання продукції. Це завдяки розвитку сучасної упаковки в Україні, яка виготовляється з сучасних матеріалів, більшість з яких виробляються вітчизняним виробництвом. Однак високоякісна упаковка часто вимагає технологій та обладнання провідних іноземних компаній світу. У таких випадках часто необхідна імпортна сировина [20].

Бумний розвиток української пакувальної галузі стимулював розвиток виробників пакувальних матеріалів, упаковки, пакувальних технологій та обладнання, а також ринку споживчої інформації. Тому в 1996 році було створено Інформаційно-аналітичний центр «Упаковка» спеціально для забезпечення інформаційної підтримки української пакувальної промисловості [15].

У таблиці 1.2 перераховано деякі компанії української пакувальної промисловості.

Таблиця 1.2 – Підприємства пакувальної промисловості в Україні

№ з/п	Логотип	Назва
1		Деметра-Одіс
2		Ветропак Гостомельський Склотавод
3		Авентін
4		Аріс
5		ЛОГО Груп
6		ГУАЛАПАК УКРАЇНА

Виробництво упаковки базується на технологічному прогресі та підвищенні соціальної відповідальності. Для сприяння обміну інформацією та технологіями між компаніями галузі проводяться різні форуми, презентації та виставки. Наприклад, 20-та Міжнародна виставка пакувального обладнання та технологій запланована на 10-12 вересня 2019 року в Міжнародному виставковому центрі АККО разом із виставкою кондитерської та хлібопекарської промисловості. У 2018 році аналогічна виставка залучила понад 7000 відвідувачів, а 49 компаній з 9 країн світу продемонстрували пакувальне обладнання та технології. [16].

1.4. Тенденції ринку упаковки

Сьогодні пакувальна галузь є однією з рушійних сил світового економічного зростання та розвитку. За даними Smithers Pira [17], світовий ринок упаковки зростає зі швидкістю 3,5% на рік і досягне загального обороту в 998 мільярдів доларів США (або 900 мільярдів євро) до 2025 року. За даними експертів порталу Technavio [13], розмір світового ринку упаковки оцінювався в 589,9 мільярда доларів США у 2023 році та досягне 770,5 мільярда доларів США до 2024 року, зі сукупним річним темпом зростання 5,6%.

Покращення добробуту споживачів означає, що споживачі готові платити вищі ціни за комфорт і зручність, які забезпечують добре упаковані продукти, ніж за аналогічні продукти з простою упаковкою або взагалі без упаковки.

Поступові зміни на ринку упаковки зумовлені появою нової упаковки, тоді як структурні зміни тісно пов'язані зі зростаючою конкуренцією, що спонукає виробників вживати заходів, спрямованих на зниження витрат, покращення якості, підвищення екологічної безпеки та розробку нових технологій і матеріалів [8].

Як показує аналіз, розвиток ринку упаковки залежить від багатьох факторів, найважливішим з яких є функція, яку вона виконує. Тому на макроекономічному рівні стан ринку упаковки відображає рівень розвитку країни та, своєю чергою, впливає на нього. На мікроекономічному рівні упаковка, як невід'ємний компонент майже всіх товарів, забезпечує збереження та захист товарів, привертає увагу споживачів і, таким чином, стимулює покупки, що робить її одним із факторів, що впливають на конкурентоспроможність продукції [8]. Світова індустрія упаковки зазнала значних змін за останні кілька десятиліть, і очікується, що деякі нові тенденції в упаковці матимуть значний вплив на зростання світового ринку

упаковки у 2025 році. Сьогодні функція упаковки вийшла за межі логістики, продажів та кінцевого використання. Упаковка стала одним із найважливіших елементів у дизайні продукту, створенні бренду, маркетингу та користувацькому досвіді. Оскільки світовий попит на упаковку продовжує зростати та диверсифікуватися, на індустрію упаковки, ймовірно, сильніше впливатимуть такі фактори, як уподобання споживачів, динаміка галузі, екологічні проблеми та розвиток технологій та виробничого обладнання. Міжнародна аналітична компанія Mintel перерахувала основні тенденції, що впливають на світовий ринок упаковки у 2025 році, охоплюючи чотири основні теми:

- Віртуальна зв'язність (численні технології дозволяють брендам поєднувати фізичну упаковку з віртуальним світом);
- Замкнений цикл переробки (споживачі роками переробляють певні види упаковки, але тепер вони вимагають можливості переробляти більше видів упаковки та розуміють, як насправді працює переробка);
- Зменшення упаковки (щоб покращити дизайн упаковки, який впливає на рішення споживачів про покупку, бренди відмовляються від упаковки, яка є або занадто інформативною, або занадто неадекватною, оскільки ці методи заплутують споживачів, а не надають інформацію);
- Упаковка без пластику (враховуючи поширеність тенденцій до упаковки без пластику у великих супермаркетах, брендам слід розглянути, які пакувальні рішення можуть допомогти їм закріпитися на полицях).

Крім того, в сучасних умовах ринку упаковки активне впровадження нових дизайнів упаковки як засобу оновлення продукції стало тенденцією, стимулюючи розвиток ринку упаковки. Окрім забезпечення впізнаваності бренду та донесення інформації про продукт до споживачів, функція боротьби з підробками упаковки стає все більш важливою [8].

Світова індустрія пакування спостерігає зростання популярності онлайн-продажів, що є ключовим фактором зростання попиту на упаковку продукції на світовому ринку. Успіх і популярність інтернет-магазинів

вимагають безпечного транспортування продукції. Це змусило інтернет-магазини та компанії електронної комерції використовувати різні типи гофрованих коробок та впроваджувати нові технології упаковки. Очікується, що провідні світові компанії з пакування скористаються цією тенденцією та випустять нові продукти з використанням різних пакувальних матеріалів, щоб задовольнити різноманітні потреби інтернет-магазинів у транспортній упаковці, що стане ще одним важливим фактором [13].

Згідно з дослідженням Technavio [13], споживачі стають дедалі чутливішими до екологічності упаковки. Тому бренди та виробники постійно шукають способи покращення пакувальних матеріалів та прагнуть побудувати свою репутацію соціально відповідальних компаній. Екологічна упаковка – це не лише невеликий крок у покращенні загального іміджу бренду, але й важливий крок у покращенні стану навколишнього середовища. Поява біо- та відновлюваної сировини, а також впровадження компостованих матеріалів сприяли зростанню попиту на екологічні пакувальні рішення, що робить їх однією з найважливіших тенденцій упаковки 2025 року.

Крім того, портал також вказав на такі тенденції на ринку упаковки у 2025 році:

- Преміальна упаковка для заможних споживачів

Зростання доходів населення серед певних верств населення в поєднанні з прискоренням глобальної урбанізації призвело до зростання попиту на преміальну упаковку для споживчих товарів. Заможні міські споживачі витрачають більше майже на всі категорії споживчих товарів та послуг, ніж споживачі в неміських районах.

- Збільшення попиту на упаковку для електронної комерції

Зростання світового ринку електронної комерції призвело до зростання світового попиту на упаковку, що є ще однією важливою тенденцією на ринку упаковки у 2025 році.

- Подальше покращення характеристик гнучкої упаковки

Ринок гнучкої упаковки залишається одним із сегментів, що найшвидше розвиваються, на світовому ринку упаковки. Гнучка упаковка, завдяки своїм перевагам високої якості, економічності, зручності, практичності та екологічності, стала однією з провідних тенденцій у пакувальній галузі, і все більше брендів та виробників почали використовувати її у виробництві у 2025 році. Споживачі все більше схильні обирати упаковку, яку легко відкривати, переносити та зберігати. Гнучка упаковка забезпечує зручність для споживачів, а також гарантує безпеку продукції. Наразі харчова промисловість та виробництво напоїв є найбільшим кінцевим споживачем гнучкої упаковки, але очікується, що попит з боку фармацевтичної та косметичної промисловості значно зросте у 2025 році.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ ГНУЧКОЇ УПАКОВКИ

2.1. Характеристика ринку гнучкої упаковки

Згідно з даними Euromonitor International [21], світові продажі упаковки у 2024 році перевищили 4 трильйони одиниць. Полімерна упаковка була найпопулярнішою, складаючи приблизно 50% усіх типів упаковки. Гнучка упаковка займала найбільшу частку ринку (60%), і цей показник продовжує зростати. Сьогодні все більше продуктів продається в різних формах гнучкої упаковки, таких як пакети, контейнери з твердим дном, плівки тощо. Тим часом харчова промисловість має найбільший попит. Зручність є ключовим фактором, що сприяє цьому явищу, оскільки упаковка повинна бути легкою, легко відкриватися та закриватися, а також зручною для споживачів у виборі перепакованих продуктів. Гнучка упаковка - це пластиковий матеріал, який можна виготовляти в контейнери різних форм і розмірів, адаптуючись до зовнішнього середовища шляхом стиснення або розширення, зберігаючи при цьому свою функцію збереження свіжості. Тому упаковку, виготовлену з цього пластикового матеріалу, також називають гнучкою упаковкою.

Гнучка упаковка в основному поділяється на дві категорії: пакувальний папір та пакувальні пакети. Пакувальний папір - це неформований пакувальний матеріал. Він просто обгортається навколо продукту для зберігання та закріплюється певним чином (наприклад, скручуванням, затисканням, замиканням тощо). Пакувальні пакети, з іншого боку, формуються до або під час пакування. Якщо розглядати полімерні плівки та композити (такі як композитна алюмінієва фольга та папір) як основні матеріали для виготовлення пакувальних пакетів, яким можна надавати попередню форму або формувати їх під час пакування

продукту, то в таблиці 2.1 наведено основні форми (типи) таких пакувальних пакетів.

Таблиця 2.1 – Основні форми гнучких пакувальних пакетів [22]

Форма пакету	Назва
	Пакет "подушка" (pillow bag)
	Стоячий пакет (standing bag)
	Стабіло бег (stabile bag)
	Стік (stick-pack)
	Sachet (Sachet)

Подушкоподібний пакет – це полімерний (або композитний) пакет із трьома швами, що має один поздовжній (задній) шв і два поперечні (верхній і нижній) шви. Співвідношення його довжини до ширини дорівнює або трохи більше за його ширину (не перевищує вдвічі). Це

найпростіша та найпоширеніша форма упаковки, що підходить для продуктів середнього дозування – від 20 до 5000 г/мл (упаковка для доз, що перевищують 5000 г/мл, називається пакетом).

Історія винаходу цієї форми упаковки неясна, але апарат для виготовлення подушкоподібних пакетів та їх наповнення продуктами вперше був запатентований у 1936 році нью-йоркським інженером Волтером Сойером. Матеріалом, який спочатку використовувався для виготовлення цих пакетів, був покритий (реплікований) целофан.

Стоячі пакети (пакети з плоским дном, пакети з складками, пакети-гармошки) – це тип полімерних (або композитних) пакетів з трьома швами, які мають один поздовжній (задній) шв, два поперечні (верхній і нижній) шви та поздовжні канавки з обох боків. При заповненні продуктом пакет розширюється, утворюючи прямокутний поперечний переріз, і розплющуються, коли дно опускається, дозволяючи пакету стояти вертикально.

По суті, стоячі пакети схожі на «подушкові пакети», за винятком того, що поздовжні канавки утворюються при зварюванні швів, таким чином зварюючи поперечні шви разом зі складками. Коли додається продукт, канавки розширюються назовні, а складки втискаються в шви. Це робить середню площу поперечного перерізу пакета більшою, ніж площа дна, і коли пакет розміщено на рівній поверхні, нижній шов фактично втискається в пакет вагою продукту, утворюючи плоске дно.

Пакети Steedröss (пакети зі зварними боками) – це тип полімерних (або композитних) пакетів з трьома швами, що мають один поздовжній (задній) шв, два поперечні (верхній та нижній) шви та поздовжні кутники, вварені для формування поздовжніх бічних канавок. При заповненні продуктом пакет розширюється, набуваючи прямокутного поперечного перерізу. При розміщенні на рівній поверхні дно сплющується, дозволяючи пакету стояти вертикально.

Пакети Steedröss – це модифікована версія стоячих пакетів. Різниця полягає в їхніх поздовжніх кутах, які зварюються для створення підсилювальних ребер. Іноді, замість того, щоб варити, поздовжні кути жорстко складають шляхом завалювання країв, але це трапляється рідше і використовується лише для жорстких пакувальних матеріалів.

Штабельна упаковка (також відома як штабельована упаковка, штабельована упаковка або штабельована упаковка) – це тип одноразової упаковки. Це трубчаста полімерна (або комбінована) упаковка з трьома прорізами: один поздовжній проріз (ззаду) та два поперечні прорізи (зверху та знизу). Штабельована упаковка за формою нагадує «подушкоподібну» упаковку, але також має деякі унікальні особливості. По-перше, він дуже вузький (діаметр штабельованої упаковки становить від 10 до 20 міліметрів); по-друге, його довжина значно більша за ширину (довжина штабельованої упаковки в 5-10 разів перевищує її діаметр); по-третє, він призначений для упаковки достатньої кількості продуктів для перепакування (одноразове використання).

Існує багато легенд про походження упаковки-саше. Одна з легенд стверджує, що її винайшов нью-йоркський бізнесмен на ім'я Бенджамін Айзенштадт, син російських іммігрантів. Спочатку він використовував цей тип упаковки для зберігання цукерок. Його ідея полягала в тому, щоб користувач міг легко висипати вміст, розламавши упаковку навпіл кінчиками пальців однієї руки. Таким чином, усі цукерки висипалися б у чашку, залишаючи користувачеві лише чистий пакет.

Саше (також називається мішечком або плоскою упаковкою) – це тип плоскої упаковки. Це прямокутна або квадратна полімерна (або композитна) упаковка з трьома-чотирма швами по краях (тришовна упаковка – це упаковка, де шов – це складка пакувального матеріалу з одного боку). Її назва походить від французького слова «sachet», що означає «мішок».

Точна історія упаковки-саше незрозуміла, але цей тип упаковки та обладнання для її виробництва існували ще в середині 1950-х років. Однак, оскільки обладнання вироблялося кількома компаніями, неможливо визначити, хто заслуговує на звання «винахідника» чи «піонера» [22].

Пакети з твердим дном, що стоять, є найшвидше зростаючим типом у секторі гнучкої упаковки. Це пов'язано зі споживчим попитом на зручнішу упаковку, оскільки пакети з твердим дном, що стоять, легко відкриваються, особливо ті, що мають вузькі місця.

Пакети, що стоять, легкі, що дозволяє економити сировину та мінімізувати транспортні витрати. Крім того, вони вимагають нижчих температур стерилізації порівняно з великими банками, складними коробками або фольгованою упаковкою. Сучасні технології упаковки в поєднанні зі стерилізаційними пакетами не тільки покращують якість продукції, але й прискорюють швидкість упаковки.

Жорстка пластикова упаковка посідає друге місце з часткою ринку приблизно 40%. Індустрія напоїв є одним з найбільших споживачів цього типу полімерної упаковки — ПЕТ-упаковка для напоїв домінує протягом багатьох років. Глобальний попит на безалкогольні напої (особливо воду), безсумнівно, стимулюватиме попит на ПЕТ-упаковку в найближчі роки. Основним фактором, що стимулює це зростання, є зростаюча перевага більш стабільної пластикової упаковки над скляною тарою.

Раніше ПЕТ-пляшки в основному використовувалися для упаковки напоїв, але зараз вони також широко використовуються для упаковки харчових продуктів та побутової хімії. ПЕТ-пляшки пропонують численні переваги, такі як легка вага, легкість переробки, прозорість та нелегке розбиття. Цей тип упаковки має чудові бар'єрні властивості та може ефективно блокувати ультрафіолетове випромінювання. ПЕТ-пляшки зі спеціальним надтонким внутрішнім захисним шаром зі скла є ідеальною упаковкою для «чутливих» продуктів, таких як пиво, вино та сік. Водночас захисний шар на ПЕТ-пляшці також може продовжити термін придатності

самого продукту, зберігаючи якість, смак та вміст вітамінів у продукті протягом тривалого часу [23]. Продовження терміну придатності продукції має вирішальне значення як для споживачів, так і для виробників. Довший термін придатності дозволяє виробничим та збутовим відділам оптимізувати логістичні процеси, зменшити частоту оновлення запасів та зменшити втрати, спричинені простроченими товарами. Одним із способів вирішення цієї проблеми є використання гнучкої упаковки з багатошарових композитних полімерних плівок [24], що також пояснює сучасну тенденцію зростання попиту на гнучку полімерну упаковку.

2.2. Поточний стан ринку гнучкої упаковки

Згідно зі звітом Zion Market Research [25], світовий ринок гнучкої упаковки у 2023 році оцінювався приблизно в 228,56 мільярда доларів США і, за прогнозами, досягне приблизно 299,76 мільярда доларів США до кінця 2025 року, зі середньорічним темпом зростання приблизно 3,95% до 2025 року.

Швидкий технологічний прогрес та постійне вдосконалення продукції сприяли зростанню світового ринку упаковки. З технологічними оновленнями попит на гнучку упаковку зростає щодня. Крім того, гнучка упаковка полегшує транспортування продукції на великі відстані та є економічно ефективною. Зростання населення призвело до збільшення споживання продуктів харчування в країнах, що розвиваються. Це, у свою чергу, стимулюватиме попит на спеціалізовану харчову упаковку з довгими термінами зберігання. Багато компаній інвестують у дослідження та розробки, щоб створювати унікальні та економічно ефективні рішення для упаковки, які найкраще відповідають потребам споживачів. Технологія упаковки харчових продуктів постійно розвивається через зміну потреб споживачів, збільшення промислового виробництва та великомасштабне виробництво високоякісних продуктів харчування. Аналогічно, зміни в

моделях роздрібної торгівлі та способі життя споживачів також стимулюють зростання та розвиток ринку. Бурхливий розвиток харчової промисловості в країнах, що розвиваються, створює можливості для зростання ринку гнучкої упаковки. Крім того, зростаюча стурбованість громадськості щодо безпеки харчових продуктів також сприяє зростанню ринку. Згідно зі звітом Zion Market Research [25], ринок гнучкої упаковки протягом періоду аналізу 2024 року був сегментований наступним чином:

- За матеріалом ринок поділявся на алюмінієву фольгу, гнучку піну, пластик та папір. Пластикові упаковки становили значну частку доходу у 2023 році. Її зростання було пов'язане, головним чином, з широким використанням пластмас у харчовій промисловості, оскільки пластмаси продовжують термін придатності харчових продуктів.

- За типом продукції ринок був поділений на пакети, пакувальний папір та сумки. Сегмент сумок забезпечив значну частку доходу у 2023 році. Його зростання було пов'язане, головним чином, з широким використанням сумок у різних галузях кінцевих споживачів завдяки їхній чудовій графічній продуктивності, легкій вазі та легкості відкриття.

- За кінцевим споживачем ринок гнучкої упаковки можна розділити на фармацевтичну, харчову, домашню та особисту гігієну та інші сектори. Харчовий сектор займав найбільшу частку ринку у 2023 році. Його зростання було пов'язане, головним чином, зі збільшенням зручності упаковки. Через зростаючу стурбованість споживачів щодо здоров'я, регуляторні органи, такі як Управління з контролю за продуктами харчування та лікарськими засобами США (FDA), встановили суворі правила безпеки харчових продуктів. Очікується, що європейський ринок гнучкої упаковки матиме численні можливості протягом прогнозованого періоду. Крім того, організації оптимізують процеси дистрибуції та

логістики завдяки посиленій інтеграції продуктів та послуг. Це стимулює зростання та розвиток ринку гнучкої упаковки в регіоні.

У 2024 році ринок гнучкої упаковки в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні приніс більшу частину доходу. Крім того, дохід на душу населення споживачів у країнах, що розвиваються, зростає значними темпами. Зміни в способі життя та харчових звичках ще більше стимулюють цю тенденцію. Споживання продуктів харчування в регіоні також зростає. Ці фактори разом сприяють значному зростанню ринку гнучкої упаковки в найближчі роки.

Північноамериканський ринок гнучкої упаковки приніс значну частку темпів зростання протягом прогнозованого періоду. Це зростання, головним чином, пояснюється зростанням споживчого попиту на легку упаковку. Збільшення доходу населення, технологічний прогрес та підвищена обізнаність у сфері охорони здоров'я є основними рушійними силами зростання та розвитку ринку гнучкої упаковки протягом прогнозованого періоду [25].

Згідно зі звітом Zion Market Research [25], світовий ринок гнучкої упаковки у 2024 році становив приблизно 228,56 мільярда доларів США і, за прогнозами, досягне приблизно 299,76 мільярда доларів США до кінця 2025 року, зі сукупним річним темпом зростання приблизно 3,95% з 2018 по 2025 рік.

Швидкий технологічний розвиток та постійне вдосконалення продукції сприяли зростанню світового ринку упаковки. З технологічним прогресом попит на гнучку упаковку зростає щодня. Крім того, гнучка упаковка полегшує транспортування продукції на великі відстані та є економічно ефективною. Зростання населення призвело до збільшення споживання продуктів харчування в країнах, що розвиваються. Це, у свою чергу, стимулюватиме попит на спеціалізовану харчову упаковку з довгими термінами зберігання. Багато компаній інвестують у дослідження та розробки, щоб створювати унікальні та економічно ефективні рішення

для упаковки, які найкраще відповідають потребам споживачів. Технологія упаковки харчових продуктів також постійно розвивається через зміну потреб споживачів, збільшення промислового виробництва та великомасштабне виробництво високоякісних продуктів харчування. Аналогічно, зміни в роздрібній торгівлі та спосіб життя споживачів також стимулюють зростання та розвиток ринку. Бурхливий розвиток харчової промисловості в країнах, що розвиваються, створює можливості для зростання ринку гнучкої упаковки. Крім того, зростаюча стурбованість громадськості щодо безпеки харчових продуктів також сприяє зростанню ринку. Згідно зі звітом Zion Market Research [25], ринок гнучкої упаковки протягом періоду аналізу 2023 року виглядав наступним чином:

- За матеріалом ринок можна розділити на алюмінієву фольгу, гнучку піну, пластикову та паперову упаковку. Пластикові пакети займали значну частку ринку у 2023 році. Їх зростання було зумовлене, головним чином, широким використанням пластмас у харчовій промисловості, оскільки вони подовжують термін придатності харчових продуктів.

За продуктом ринок можна розділити на пакувальні пакети, пакувальний папір та пакети. Пакувальні пакети займали значну частку ринку у 2024 році. Їх зростання було зумовлене, головним чином, широким використанням пакувальних пакетів у різних галузях кінцевих споживачів, завдяки їхній гарній графічній привабливості, легкій вазі та легкості відкриття.

- За кінцевим споживачем ринок гнучкої упаковки можна розділити на фармацевтичну, харчову, домашню та особисту гігієну та інші сектори. Харчовий сектор займав найбільшу частку ринку у 2023 році. Це зростання було зумовлене, головним чином, покращеною зручністю упаковки. Через зростаючу стурбованість споживачів щодо здоров'я, регуляторні органи, такі як Управління з контролю за продуктами харчування та лікарськими

засобами США (FDA), запровадили суворі правила безпеки харчових продуктів.

Очікується, що європейський ринок гнучкої упаковки матиме численні можливості протягом прогнозованого періоду. Крім того, організації оптимізують процеси дистрибуції та логістики завдяки посиленій інтеграції продуктів та послуг. Це стимулювало зростання та розвиток ринку гнучкої упаковки в регіоні.

У 2024 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон становив найбільшу частку доходу на ринку гнучкої упаковки. Крім того, дохід на душу населення споживачів у країнах, що розвиваються, зростає значними темпами. Зміни у способі життя та харчових звичках також сприяють цьому зростанню. Споживання продуктів харчування в регіоні також зростає. Очікується, що це значно стимулюватиме зростання ринку гнучкої упаковки в найближчі роки.

Очікується, що північноамериканський ринок гнучкої упаковки становитиме значну частку зростання протягом прогнозованого періоду. Це зростання пояснюється зростанням споживчого попиту на легку упаковку. Збільшення доходу населення, технологічний прогрес та підвищена обізнаність щодо здоров'я є основними факторами, що сприяють зростанню та розвитку ринку гнучкої упаковки протягом прогнозованого періоду [25].

2.3. Представники галузі гнучкої упаковки

Ринок гнучкої упаковки є фрагментованим та висококонкурентним, на ньому представлені як великі, так і малі компанії. Аналіз нещодавньої діяльності основних гравців виявляє ключові стратегії, включаючи запуск продуктів, угоди та співпрацю, придбання та розширення. Стратегічні партнерства між основними гравцями підтримують їхні відповідні плани зростання та розширення. Що стосується продуктів та продажів, компанії

збільшують свої інвестиції в інновації/дослідження та розробки, створення бренду та управління взаємовідносинами з клієнтами, щоб підтримувати свою конкурентну перевагу.

Виробники на ринку прагнуть надавати інноваційні рішення для покращення процесів проектування та виробництва в усьому світі. Щоб отримати конкурентну перевагу, виробники прагнуть розробляти продукти, які пропонують оптимальну адгезію, зручність та надійність. Завдяки своїй міжнародній та регіональній присутності ці виробники забезпечують стабільну якість продукції та обслуговування для своїх клієнтів [30].

Серед основних гравців на ринку гнучкої упаковки: Constantia Flexible Group GmbH, Mondi Group, Sealed Air Corporation, Bemis Company, Inc., Clondalkin Group Holdings BV, Sonoco Products Company, Amcor Limited, Coveris Holdings SA, Huhtamaki Group, Ampac Holdings LLC тощо [25].

Згідно зі звітом порталу Meticulous Blog [31], у таблиці 2.2 наведено п'ять провідних міжнародних компаній у секторі гнучкої упаковки.

Щоб задовольнити потреби зовнішніх ринків та залишатися конкурентоспроможними, компаніям необхідно вчитися на досвіді міжнародних, зокрема європейських, пакувальних компаній, ринок упаковки яких швидко розвивався та передував ринку колишнього Радянського Союзу [32].

З усіх пакувальних матеріалів гнучкі полімери є найновішими та лідирують у пакувальній галузі як за споживанням, так і за різноманітністю.

У секторі гнучкої полімерної упаковки, що виготовляється з таких матеріалів, як одношарові плівки з поліетилену та поліпропілену, багатшарові полімери (3-8 шарів), алюмінієва фольга та папір, в Україні налічується до 100 компаній з різною виробничою потужністю, дизайн

упаковки яких використовує флексографічний або глибокий друк. Однак основних гравців ринку можна чітко визначити (рис. 2.1).

Таблиця 2.2 – П'ять провідних компаній у сфері гнучкої упаковки (на основі [31])

№ з/п	Логотип	Назва	Штабквартира	Сегменти функціонування
1		Constantia Flexibles Group GmbH	Відень, Австрія	Харчовий, фармацевтичний, виробництво етикеток
2		Bemis Company, Inc.	Висконсін, США	Харчовий, промисловий, фармацевтичний
3		Sonoco Products	Південна Кароліна, США	споживча тара, вироби з паперу та промислових виробів, дисплей і упаковка, захисні поверхні
4		Berry Plastics Group, Inc.	Індіана, США	інженерні матеріали; здоров'я, гігієна та спеціальності; споживча тара
5		Mondi Group	Відень, Австрія	сільське господарство, автомобільна промисловість, хімічна промисловість, тощо

Враховуючи вищезазначені загальні характеристики українського ринку упаковки, можна зробити висновок, що розвиток міжнародних економічних відносин повинен спонукати українських виробників упаковки до впровадження європейських та світових стандартів та інноваційних пакувальних рішень для підтримки та підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародному ринках [32].

1. Київська обл.: Тандем, Ітак, Пентонак, Авентин, Пластмодери, Укриластик
2. Волинська обл.: Луцькхім
3. Хмельницька обл.: Сіріус Екструзи
4. Житомирська обл.: Грайф Флексіблс Україна
5. Херсонська обл.: Алматея
6. Дніпровська обл.: Мега Пак, МоноПак
7. Харківська обл.: Делтана, Наргус, Аріс



Рисунок 2.1 – Ключові межі українського ринку гнучкої упаковки (на основі [27, 32])

Європейські міжнародні галузеві виставки мають першорядне значення для українських виробників гнучкої упаковки. По-перше, у Європі проводиться безліч важливих виставок пакувальної промисловості та технологій. По-друге, європейський ринок наразі є найпривабливішим для України з точки зору розвитку експорту, а європейські виставки можуть охопити велику кількість потенційних споживачів. Якщо компанія прагне розвиватися та підвищувати свою конкурентоспроможність, вона повинна брати участь у галузевих виставках, щоб змінити та впливати на ландшафт усього внутрішнього ринку.

У таблиці 2.3 перераховано найвідоміші та найбільші виставки упаковки в Європі.

Nuhtamaki [33], провідна світова компанія з виробництва упаковки для харчових продуктів та напоїв, запустила blueloop, нову серію переробленої гнучкої упаковки, виготовленої з одного матеріалу: PP, PE

та паперу. Huhtamaki blueloop застосовує інноваційні поліолефінові структури для упаковки кави, снєків, сухих товарів, засобів особистої гігієни та інших товарів широкого вжитку. Асортимент також включає паперові рішення як альтернативу полімерній упаковці.

Таблиця 2.3 – Європейські виставки пакувальної промисловості [32]

Назва виставки	Основні галузеві напрямки/ринки	Місце проведення
Interpack	Дизайн упаковки, харчове виробництво, тара, пакувальне обладнання, пакувальні матеріали, етикетки	Дюссельдорф, Німеччина
ALL4PACK	Друковані технології, поліграфічне обладнання, дизайн упаковки, пакувальне обладнання, пакувальні матеріали	Париж, Франція
FachPack	Тара, обладнання для виробництва упаковки і забезпечення бізнес-процесів, матеріали для виробництва упаковки, пакування для ринків B2B, B2C	Нюрнберг, Німеччина

Пакувальна промисловість переходить від лінійної одноразової моделі до циклічної, де матеріали збираються, переробляються та повторно використовуються. Ця тенденція зумовлена попитом та поведінкою споживачів щодо більш сталих рішень, зміною нормативних актів та зобов'язанням компаній створювати більш стійкі методи виробництва та упаковки. Huhtamaki Flexible Packaging допомагає досягти цього замкнутого циклу, виводячи на ринок перероблювані пакувальні матеріали. Нове рішення blueloop має однокомпонентну конструкцію, виготовлену з поліпропілену, поліетилену та паперу, на основі широко перероблюваних стандартних матеріалів, які можна економічно ефективно повторно використовувати після переробки.

2.4. Перспективи ринку гнучкої упаковки

Гнучка упаковка є одним із секторів, що найшвидше розвиваються, у світовій пакувальній індустрії, поєднуючи найкраще з пластикової плівки, алюмінієвої фольги та паперу, пропонуючи різноманітні захисні

властивості. Зростання ринку гнучкої упаковки є вражаючим, і новий рік обіцяє чіткий глобальний зсув. У 2025 році тенденція в галузі гнучкої упаковки, схоже, рухається до споживачеорієнтованого підходу, зосереджуючись на сталому розвитку, зручності та електронній комерції. Оскільки бренди приділяють пильну увагу уподобанням споживачів, технології та стандарти упаковки також рухаються в тому ж напрямку [34]. Інформаційний портал Industrial Packaging проаналізував три основні тенденції, які формуватимуть ринок гнучкої упаковки у 2025 році.

1. Сталий розвиток стане спільною турботою для споживачів та ділових партнерів. Зміни в демографічних показниках та уподобаннях споживачів матимуть значний вплив на ринок. Глобальні дослідження показують, що дві третини споживачів готові платити вищі ціни за соціально відповідальну продукцію, а 91% споживачів у великих світових економіках очікують, що підприємства вживатимуть відповідальних заходів для вирішення соціальних та екологічних проблем. Одним з найбільших факторів зростання споживчого попиту є зміна поколінь. Тільки це покоління витрачає 600 мільярдів доларів щорічно у Сполучених Штатах. Їхня обізнаність щодо екологічних проблем набагато перевершує будь-яке попереднє покоління. Крім того, це покоління виросло з розумними пристроями, а це означає, що вони можуть легко перевірити достовірність даних щодо конкретних компаній та їхньої корпоративної екологічної відповідальності.

Гнучка упаковка значно підвищує лояльність до бренду та зміцнює довіру споживачів до брендів, особливо серед тих, хто чітко висловлює свою відданість екологічній безпеці.

Згідно з аналізом журналу *Industrial Packaging*, ось деякі ключові напрямки, в яких ринок гнучкої упаковки може трансформуватися в майбутньому:

- Продуктивність: Деяке з найновіших пристроїв для гнучкої упаковки є енергоефективним. Крім того, передові технології та

автоматизація дозволять компаніям зменшити кількість відходів та збільшити цінність гнучкої упаковки завдяки переробці, компостуванню та повторному використанню. Здається, що галузь рухається до простіших пакувальних конструкцій з використанням високоефективних матеріалів;

- Війна з пластиком: З часом антипластикові настрої зросли, висвітлення в ЗМІ збільшилося, а обізнаність громадськості про негативний вплив одноразового пластику зростає. Пакувальна промисловість доклала значних зусиль, щоб розв'язати це негативне сприйняття, запроваджуючи більш екологічно чисті рішення для гнучкої упаковки. Крім того, програми маркування, такі як How2Recycle, навчають споживачів правильним методам та варіантам переробки. Розширення маркування також дає брендам можливість продемонструвати свою відданість тенденціям переробки та сталого розвитку;

- Стабільні чорнила без розчинників: ринковий попит на альтернативні друкарські чорнила для гнучкої упаковки зростає. Виробники чорнил почали розробляти чорнила, які відповідають цьому попиту, а також дотримуються державних норм і стандартів.

2. Зручність швидко стає новою нормою.

Дослідження показують, що більше половини сучасних людей не мають фіксованого часу прийому їжі, а 62% звикли перекушувати протягом дня. Тому цей зсув поколінь призвів до двох важливих реальностей:

- Споживачі обирають найзручніші варіанти, які найкраще відповідають їхньому щільному робочому графіку;

- Споживачі шукають варіанти, які сприяють здоровому способу життя.

По суті, споживачам потрібен найширший вибір продуктів, варіантів упаковки та інших зручних функцій. Високоякісна упаковка, яка відповідає цим індивідуальним уподобанням, має вирішальне значення для залучення сучасних споживачів. Прикладами є пакетики для соку та

дитячого харчування, багаторазові та/або портативні снеки та пластівці, а також легко відкривані одноразові протеїнові батончики. Зрештою, галузь шукає гнучку упаковку, яка може зберігати продукти свіжими, захищати натуральні інгредієнти та задовольняти потреби споживачів у дорозі.

3. Електронна комерція змінює правила гри.

Статистика показує, що електронна комерція є найбільшим каналом збуту, що впливає на індустрію гнучкої упаковки. Прогнозується, що лише онлайн-ринок продуктів харчування досягне 100 мільйонів доларів до 2026 року. Ці цифри свідчать про те, що бренди готові отримати частку ринку за рахунок онлайн-продажів, що, у свою чергу, спонукає упаковку адаптуватися до середовища електронної комерції.

Електронна комерція суттєво відрізняється від традиційної роздрібної торгівлі, і вимоги до упаковки також дуже відрізняються. Багато стандартів гнучкої упаковки розроблені для контролю ключових факторів, таких як вологість, температура та світло. Наприклад, для упаковки харчових продуктів використовуються високоякісні матеріали для захисту та збереження швидкопсувних продуктів і запобігання проколам. Крім того, доступні різноманітні варіанти захисту під час транспортування, включаючи стрейч-плівку, поліетиленові пакети та повітряні подушки.

Нове дослідження Smithers Pira [35] показує, що світові продажі гнучкої упаковки досягнуть 201 мільярда доларів у 2025 році та зростатимуть зі середньорічним темпом зростання (CAGR) на 3,3% до 269 мільярдів доларів у 2027 році. За той самий період загальне споживання гнучкої упаковки зростатиме ще з вищим CAGR на 4,0%, з 29,9 мільйона тонн до 36,4 мільйона тонн.

Це дослідження має на меті проаналізувати ринкові фактори, що впливають на цей швидкозростаючий сектор упаковки. Виходячи з витягу зі звіту Packaging Outlook [36] щодо прогнозованого обсягу продажів, ми очікуємо збільшення обсягу продажів на ринку гнучкої упаковки, як показано на рисунку 2.2.

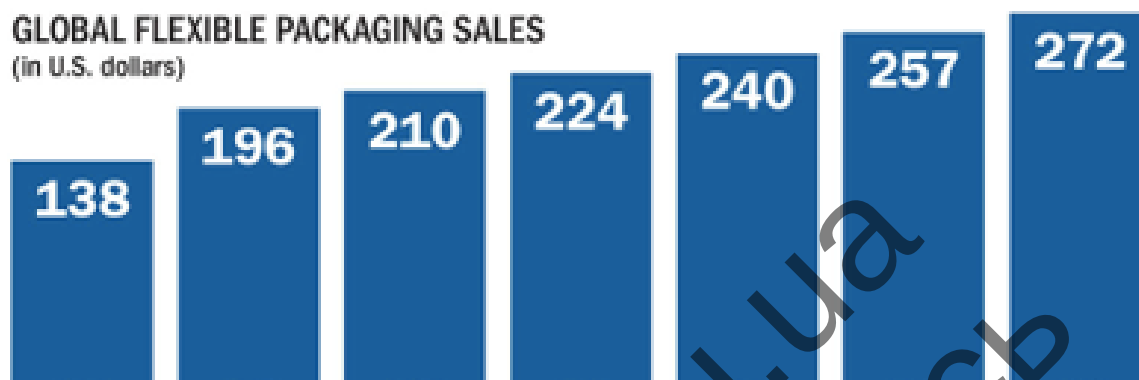


Рисунок 2.2 – Динаміка обсягу продажів на міжнародному ринку гнучкої упаковки, надана порталом Packaging Outlook [36]

Ця статистика показує продажі на світовому ринку гнучкої упаковки з 2021 по 2025 рік та надає прогнози на 2026-2027 роки. Прогнозується, що світовий ринок гнучкої упаковки досягне 272 мільярдів доларів до 2027 року.

Світова індустрія упаковки є одним з найбільших, найдиверсифікованіших та найконкурентніших секторів світової економіки, і вона швидко та стабільно зростає. Тому всі сектори світового ринку упаковки продемонстрували позитивне зростання в останні роки. Очікується, що сектор упаковки для харчових продуктів та напоїв матиме найбільше зростання в майбутньому. Це пов'язано з технологічними інноваціями, змінами у вартості продукції та екологічними ініціативами. Однак однією з найважливіших причин є зростання середнього класу та доходів у країнах, що розвиваються [37].

Згідно з результатами аналізу MRFR [30], ринок гнучкої упаковки прискорюється. Прогнозується, що світовий ринок гнучкої упаковки зростатиме зі середньорічним темпом зростання (CAGR) на рівні 5,92% протягом прогнозованого періоду.

Наразі структура споживання гнучкої упаковки демонструє чітку тенденцію: споживання високоякісної упаковки скорочується, тоді як споживання низькоякісної упаковки зростає. Крім того, упаковка також

має тенденцію до зниження вартості, наприклад, заміна алюмінієвої фольги металізованим ПЕТ або БОПП, а також перехід від тришарової до двошарової упаковки.

Це безпосередньо пов'язано зі зниженням купівельної спроможності населення. Майбутній розвиток внутрішнього ринку тісно пов'язаний з покращенням рівня життя населення. Адже купівельна спроможність кінцевого споживчого ринку пакувальної продукції є ключовим фактором розвитку ринку упаковки.

Розвиток технології глибокого друку безпосередньо залежить від зростання споживання упаковки. Зі збільшенням купівельної спроможності населення процвітає культура виробництва та просування упаковки, а також зростає споживання упаковки. У цьому процесі обіг упаковки постійно розширюється, а глибокий друк є більш конкурентоспроможним, ніж інші методи друку (флексографічний друк та офсетний друк) у масовому виробництві [38].

На основі аналізу тенденцій ринку гнучкої упаковки ми складемо план, на якому виробники гнучкої упаковки повинні зосередитися у 2025-2026 роках, як показано на рисунку 2.3.

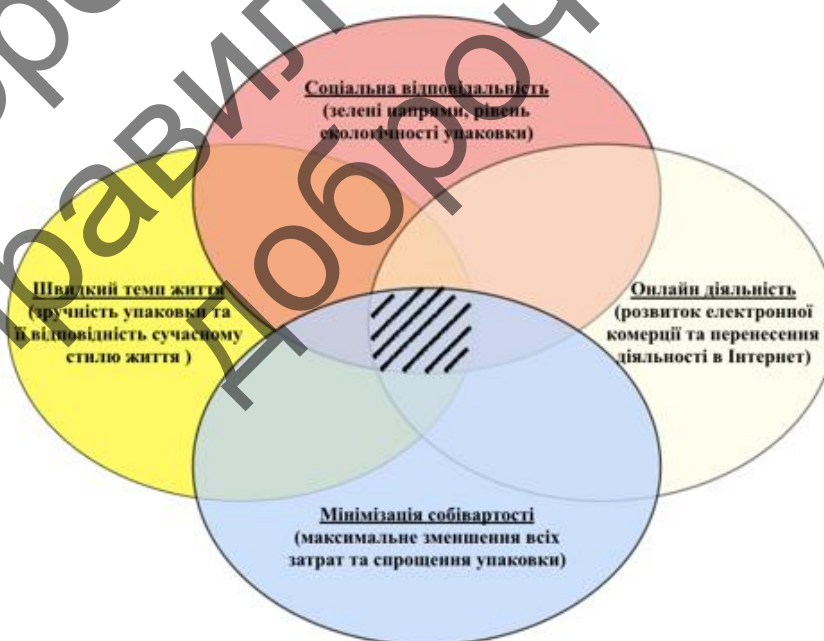


Рисунок 2.3 - Тенденції гнучкої упаковки у 2026 році

Відповідно до цього плану, ми можемо визначити чотири основні тенденції, на яких повинні зосередитися виробники упаковки. «Ідеальний» ринок гнучкої упаковки представлений перетином цих чотирьох тенденцій (затінена область посередині рисунка 2.3). Тільки враховуючи всі потенційні тенденції, можна збільшити обсяг продажів.

fizmat@sspi.edu.ua
суворо дотримуйтесь
правил академічної
добросовісності

РОЗДІЛ 3.

РИНКОВІ ПОЗИЦІЇ ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»

3.1. Загальна характеристика компанії

ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» було спільно засновано у 2014 році італійською компанією GUALA PACK S.p.A. та спільним українсько-польським підприємством АТ «ТЕХНОЛОГІЯ». ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» є компанією-членом GualaPackGroup, яка має 13 заводів по всьому світу (Італія, Китай, Японія, Україна, Румунія, США, Коста-Рика, Мексика, Бразилія та Чилі). ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» спеціалізується на виробництві упаковки для дитячих сумішей, фармацевтичних препаратів, косметики, харчової промисловості та кормів для тварин, а також пакувального обладнання та гнучких пакувальних матеріалів для дитячих сумішей. Компанія також пропонує широкий спектр пакувальних рішень, що охоплюють усе: від розробки гнучких пакувальних матеріалів та лиття під тиском до проектування та виробництва ліній розливу.

У жовтні 2016 року рада директорів компанії вирішила побудувати новий завод загальною площею 13 700 квадратних метрів. Будівництво та придбання обладнання для нового об'єкта залучили понад 16,8 мільйона євро приватних інвестицій.

У 2017 році фабрика отримала інвестиції понад 500 мільйонів доларів США та провела урочисту церемонію відкриття 12 липня 2017 року, на якій був присутній Президент України [40].

Нове підприємство створило приблизно 400 нових робочих місць. Станом на 1 липня 2017 року загальна кількість працівників становила 205 осіб.

Згідно з Єдиним національним реєстром юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, кінцевими бенефіціарами «Гуалапак Україна» є Сумське

акціонерне товариство «Технологія» (ПрАТ «Технологія») зі статутним капіталом 13,5 мільйона гривень; та італійська компанія Guala Pack S.P.A. зі статутним капіталом 20,25 мільйона гривень.

Група «Гуалапак» є провідним світовим виробником упаковки з 11 компаніями по всьому світу, що займає лідируючі позиції на ринку готової упаковки для дитячого та ясельного харчування. Група компаній Gualapack виробляє гнучку упаковку (таку як пакети-стійкі, складні пакети та кришки) та лінії розливу для дитячих сумішей, молочних десертів, фруктових пюре та снєків. Упаковка Gualapack підходить як для високотемпературної стерилізації, так і для пастеризації. Gualapack має повний виробничий цикл, що охоплює всі етапи, від компонентів з композитних матеріалів до готової упаковки.

Таблиця 3.1 – Загальна інформація про ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» (на основі [41, 42])

Показник	Загальна інформація
Контактна інформація	40031, Сумська обл., місто Суми, ПРОСПЕКТ КУРСЬКИЙ, будинок 147/4 Тел: 0542701520
Код ЄДРПОУ	38958996
Виробництво	Упаковка для дитячого харчування і інших харчових продуктів в системі Guala Pack, тобто: стоячі пакети типу Doypack, Cheerpack, Stand up pouch
Організаційна форма	ТОВ
Регістраційний номер	33 749 840,00 грн
Статутний капітал	33 750 000 UAH
Обслуговуючі банки	ПриватБанк
Експорт	Регіони: Центральна / Східна Європа, Центральна Азія Країни: Росія, Білорусь, Азербайджан, Туркменістан
Відомості про органи управління юридичної особи	Виконавчо-загальні збори учасників, виконавча рада директорів
Кількість співробітників	Від 100 до 249 співробітників
Керівник (Директор)	Заєць Сергій Володимирович
Продукція та послуги	Виробник, дистриб'ютор, провайдер послуг Вироби із пластику для харчової промисловості й виробництва напоїв (Пакети пластикові конічні для харчових продуктів) Упаковка з пластику для харчової промисловості та індустрії напоїв (Мішки, сумки-пакети із пластику для пакування харчових продуктів)

Мер м. Суми вручив Мішелю Гуалі, генеральному менеджеру групи компаній GualaPack, нагороду міської ради третього ступеня «За заслуги перед містом» (на знак визнання його внеску у підвищення економічного та промислового потенціалу Сумського регіону, сприяння загальному соціально-економічному розвитку України та започаткування виробництва на новому заводі з пакування дитячого харчування), а також вручив таку ж нагороду Олександрю Чубаренку, першому заступнику голови правління акціонерного товариства «Технологія» (на знак визнання його сумлінної, високопрофесійної та відданої праці, а також його значного особистого внеску у підвищення економічного та промислового потенціалу Сумського регіону та започаткування виробництва на новому заводі з пакування дитячого харчування).

Мер також доручив Мішелю Гуалі вручити своєму батькові, Роберту Гуалі, керівнику групи компаній GualaPack, нагороду міської ради першого ступеня «За заслуги перед містом». Рішення про цю нагороду було прийнято міськими радниками 14 червня; він є першим іноземцем, який отримав цю честь [39].

Компанія є партнером благодійного фонду технологій, який фінансує ремонт дитячих медичних закладів, придбання обладнання, фінансування дитячих будинків та інші соціальні проекти.

3.2. Мікро- та макросередовище компанії

Маркетинговою метою ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» є досягнення стабільного зростання та розширення свого впливу, конкуруючи з провідними компаніями галузі.

Місія компанії полягає в повному задоволенні потреб клієнтів, надаючи пріоритет інноваціям, рівню обслуговування та якості продукції.

Цільові групи клієнтів ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» включають:

- Компанії, які виробляють або мають намір виробляти дитячі суміші чи інші продукти (за умови окремих переговорів з компанією) та готові платити за високоякісну продукцію;

- Компанії, яким потрібна високоякісна гнучка рулонна упаковка.

Далі ми проаналізуємо внутрішнє та зовнішнє середовище ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА». Аналіз мікро- та макросередовища охоплює дослідження ринку, профіль компанії та аналіз конкурентів.

Для вивчення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз компанії ми проведемо кількісний SWOT-аналіз. Він включатиме аналіз якісних характеристик (див. таблицю 3.2) та кількісні розрахунки їхнього впливу на діяльність компанії (див. таблицю 3.3).

Таблиця 3.2 – Матриця SWOT-аналізу ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»

Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)
1. Висока якість продукції 2. Підтримка з боку уряду міста 3. Екологічність продукції та виробництва 4. Ергономічність (зручність) продукції в процесі споживання 5. Технології виготовлення надані за франшизою 6. Розподіл акцій між стабільно зростаючими підприємствами 7. Інноваційні технології виробництва 8. Якісне обладнання 9. Гарна репутація на ринку 10. Орієнтація на декілька ринків 11. Різномісний асортимент (підлаштування під вимоги клієнту) 12. Гарна система внутрішньокорпоративного PR 13. Наявність сертифікатів якості (включаючи BRC Food Safety Certification)	1. Досить велика кількість конкурентів за напрямком Ламінатів (гнучкої рулонної упаковки) 2. Незначний досвід на ринку України 3. Статус високоризикованого підприємство відповідно до Державної екологічної інспекції та Державної служби з надзвичайних ситуацій 4. Відсутність сайту 5. Високі ціни 6. Відсутність гарантій за окремими напрямками 7. Недосконала система менеджменту
Opportunities (можливості)	Threats (загрози)
1. Нова інноваційна технологія виробництва 2. Покращення економічної ситуації 3. Вихід на нові ринки 4. Спрошення законодавчої або/та податкової системи 5. Відкриття ще одного заводу	1. Порушення жорстких правил безпеки або/та санітарних норм 2. Застарівання технології виробництва 3. Закриття ринків збуту 4. Витіснення з ринку конкурентами 5. Погіршення економічної ситуації 6. Введення небажаного закону та/або податку

Таблиця 3.3 – Кількісний SWOT-аналіз ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»

		Opportunities					Threats						підсумок
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	
Strengths	1	3	3	3	2	2	1	1	0	1	0	0	16
	2	1	2	0	0	3	-1	0	1	1	1	0	8
	3	0	3	3	2	1	-3	-1	-1	1	-2	-2	1
	4	0	2	3	2	1	-1	-1	-1	1	-2	-1	3
	5	3	1	2	0	2	-2	1	1	-1	-1	-1	5
	6	2	2	2	2	2	-2	1	-1	-1	-1	-1	5
	7	3	3	3	3	2	-2	1	-2	-1	-1	-2	7
	8	3	2	3	1	3	1	1	-1	-2	1	-1	9
	9	2	3	1	0	3	-3	-1	-2	1	-1	-1	2
	10	2	1	2	3	3	-2	-2	-2	1	-1	-1	2
	11	2	2	3	2	1	-1	-1	-2	1	-1	-1	3
	12	1	1	2	1	2	-1	-1	-1	-1	-1	0	2
	13	2	3	3	1	2	1	0	-1	1	-1	-1	10
Weaknesses	1	2	1	2	1	1	-3	-3	-1	-3	1	-1	-5
	2	2	2	2	3	0	-3	-1	-1	-2	-2	-2	-2
	3	2	2	1	2	0	-3	-1	-1	-3	-2	-3	-6
	4	-1	-1	-1	0	0	0	-1	-1	-2	-1	0	-8
	5	2	2	1	0	0	-1	1	-1	-2	-2	0	-2
	6	0	0	-1	0	1	-1	-1	-1	-1	0	0	-4
	7	-1	0	-1	0	-1	-2	0	0	-1	0	-1	-7
підсумок		30	34	33	25	28	-28	-10	-18	-16	-20	-19	

Наступним кроком є проведення кількісної оцінки результатів (таблиця 3.3). Для цього ми використовуватимемо 5-бальну шкалу: -2; -1; 0; 1; 2. Ці бали були встановлені експертами на основі ступеня кореляції (позитивної чи негативної) між факторами.

Отже, виходячи з результатів кількісного SWOT-аналізу, сила компанії полягає у високій якості її продукції. Її слабкі сторони полягають у відсутності веб-сайту та неадекватній системі корпоративного управління. Найбільш перспективні можливості полягають у виході на нові ринки та покращенні її економічного становища. Найбільш нагальною загрозою є потенційне порушення правил безпеки та/або гігієнічних стандартів.

Іншими словами, підсумовуючи, ми очікуємо, що компанія надаватиме високоякісну та абсолютно безпечну продукцію (включаючи безпеку для споживачів та навколишнього середовища). Адже її основними клієнтами є компанії, що виробляють дитячі суміші, фруктові пюре та соки.

Бізнес ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» зосереджений переважно на двох напрямках: просуванні системи ГУАЛАПАК та виробництві гнучкої рулонної упаковки. У першому напрямку компанія не має конкурентів на ринку та пропонує унікальний спектр послуг. У другому напрямку компанія стикається зі значною конкуренцією, зокрема з українського ринку. До найбільших виробників гнучкої рулонної упаковки належать:

- ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»;
- ТОВ «ЛОГО Груп»;
- ТОВ «ІМЕР Груп»;
- АВЕНТІН Приват Лімітед;
- ТОВ «АРІС»;
- ТОВ «Старфлекс».

Розрахуємо комплексні результати оцінки конкурентоспроможності гнучкої рулонної упаковки основних конкурентів ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА», як детально описано в таблиці 3.4.

Відносні показники конкурентоспроможності для всіх характеристик оцінюються за 6-бальною шкалою, де 1 – найкращий показник, а 6 – найгірший. Вагові коефіцієнти показників та розподіл балів між компаніями були визначені за допомогою методу експертної оцінки.

Результати розрахунків показують, що найконкурентнішою компанією з виробництва гнучкої рулонної упаковки є ТОВ «ІМЕР Груп», за нею йдуть ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА», ТОВ «АРІС», ТОВ «ЛОГО Груп», АВЕНТІН Сдн Бхд та ТОВ «Старфлекс».

Таблиця 3.4 - Комплексна оцінка конкурентоспроможності основних гравців ринку гнучкої рулонної упаковки

Показник	Товаровиробник						Вагомість
	ГУАЛАПАК УКРАЇНА	Авентін	APIC	ЛОГО ГРУП	Старфлекс	Імер Груп	
Ціна	6	5	4	1	3	2	0,2
Дельта показник	2	4	3	6	5	1	0,2
Склад	1	4	3	5	6	2	0,1
Міцність	1	4	2	5	6	3	0,1
Екологічні показники	4	3	1	6	5	2	0,05
Естетичні показники	3	4	1	5	6	2	0,05
Швидкість завершення замовлення	6	2	5	3	4	1	0,1
Рівень сервісу	1	5	3	6	4	2	0,15
Диференціація асортименту	2	3	5	4	6	1	0,05
Коефіцієнт	0,4458	0,7342	0,6200	0,6375	0,7708	0,3417	

Для аналізу поточного стану ринку гнучкої рулонної упаковки та визначення сегментів з потенціалом зростання ми будемо матрицю «ціна-якість», враховуючи частку ринку аналізованих компаній, як детально показано на рисунку 3.1.

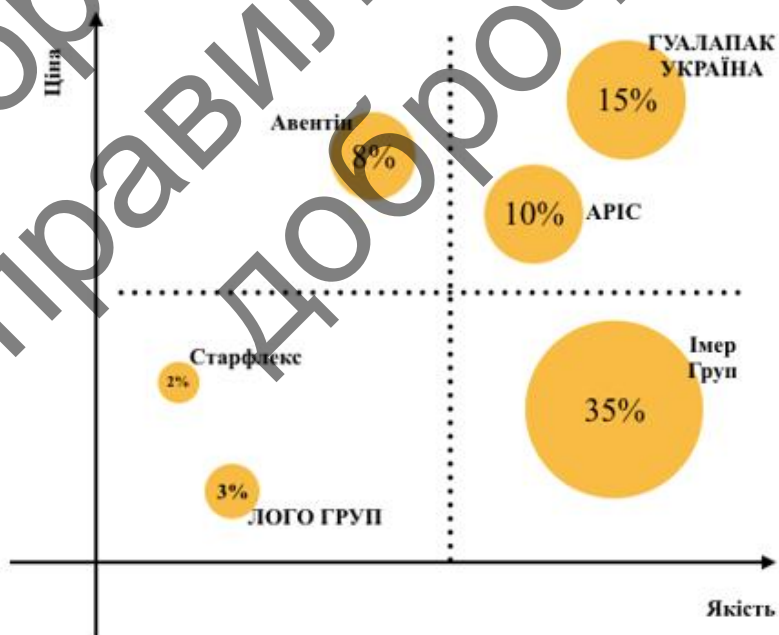


Рисунок 3.1 – Матриця ціна-якість провідних компаній

Згідно з цією матрицею, ТОВ «Імер Груп» займає найбільшу частку ринку та пропонує найкраще співвідношення ціни та якості завдяки використанню трьох різних методів друку та великим масштабам виробництва. ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА», яка наразі посідає друге місце за часткою ринку, позиціонує себе як виробник, що виробляє високоякісну продукцію за високими цінами. У майбутньому, завдяки накопиченому досвіду та вдосконаленню виробничих процесів, компанія зможе знизити ціни, зберігаючи при цьому рівень якості. Як альтернатива, можна розглянути дешевші та дещо нижчі за якість методи друку (наприклад, флексографічний друк для дрібносерійного виробництва)..

3.3. Товарна політика компанії

ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» виробляє упаковку для дитячого харчування, упаковку для харчової промисловості, упаковку для кормів для тварин, обладнання для пакування дитячого харчування та різні пакети-стійкі пакети, такі як Doypack, Cheerpack та пакети-стійкі пакети. Асортимент продукції компанії є великим, але не широким.

Згідно з [42], компанія займалася або займалася наступними видами діяльності, як детально описано в Таблиці 3.5.

Як зазначалося раніше, діяльність компанії в основному поділяється на два напрямки:

1. Системи ГУАЛАПАК;
2. Композитні матеріали.

Системи ГУАЛАПАК – це набір стандартних продуктів та послуг, що пропонуються компанією, як детально описано на рисунку 3.2. Він включає:

- Виробництво попередньо виготовленої гнучкої упаковки (нестандартні форми доступні на запит);
- Виробництво кришок для упаковки (три основні типи);

- Встановлення ліній розливу (виготовлених в Італії з річною потужністю від 1 мільйона до 100 мільйонів одиниць, встановлених професійними техніками);
- Надання послуг з ремонту, доставки та консультування

Таблиця 3.5 – Різновиди діяльності ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»
(на основі [42])

Номер	Назва
18.12	Інші види видавничої діяльності
18.13	Виготовлення друкованих форм і інформаційна діяльність
22.21	Виробництво пластмасових листів, камер для шин і профілів
22.22	Виробництво пластикових упаковок для товарів (основний)
22.29	Виробництво інших пластмасових виробів
46.14	Діяльність агентів з торгівлі машинами, обладнанням, промисловим устаткуванням, морськими і повітряними судами
77.33	Оренда і лізинг офісних машин та устаткування, включаючи обчислювальну техніку
77.39	Оренда і лізинг інших машин, устаткування і матеріальних засобів, які не включені в інші категорії
46.71	Оптова торгівля твердим, рідким і газоподібним паливом і подібними продуктами
46.73	Оптова торгівля лісоматеріалами, будівельними матеріалами та сантехнічним обладнанням
46.74	Оптова торгівля металевими виробами, водопровідним та опалювальним устаткуванням і інвентарем
46.75	Оптова торгівля хімічною продукцією
46.76	Оптова торгівля іншими проміжними продуктами
46.77	Оптова торгівля відходами та брухтом
46.90	Неспеціалізована оптова торгівля
52.10	Складування і зберігання
52.24	Транспортна обробка вантажів
52.29	Інші супровідні послуги при перевезеннях
68.10	Купівля та продаж нерухомості
68.20	Оренда і управління власною або орендованою нерухомістю
73.20	Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки
74.10	Спеціалізовані роботи по дизайну
83.12	Ремонт машин і обладнання

При замовленні «Системи GUALAPACK» ми забезпечуємо гарантію якості та післяпродажне обслуговування на кожному етапі співпраці. Якщо один або декілька компонентів Системи GUALAPACK будуть відхилені, гарантія якості не надаватиметься. Ця політика впливає з нашого спеціалізованого виробництва дитячих сумішей та наших суворих вимог до якості; ТОВ «GUALAPACK UKRAINE» виключає ризики

відповідальності, що виникають через потенційні проблеми з якістю в системі виробництва продукції.



Рисунок 3.2 – Система GUALAPACK

Усі надані кришки спеціально розроблені, щоб діти не захлинулися або не зазнали іншої шкоди від випадкового ковтання. ТОВ «GUALAPACK UKRAINE» виробляє три основні типи кришок для пляшок:

- Babусар: Всесвітньо визнана стандартна кришка для своєї категорії продуктів, діаметром 33 мм, підходить для насадок діаметром 8,6 мм або 14 мм;
- Wавусар: Модифікована версія стандартної кришки Babусар, що використовує менше матеріалу, з діаметром кришки 33 мм та діаметром сопла 8,6 мм;
- Brickсар: Модифікована версія Babусар, розроблена як декоративний елемент для іграшок після використання продукту.

Система GUALAPACK, що охоплює виробництво попередньо виготовленої упаковки та кришок (українська філія не спеціалізується на виробництві та обслуговуванні ліній розливу), становить приблизно 70-80% від загального обсягу виробництва та доходу. Основними клієнтами є український орган сертифікації Vitmark та зарубіжні замовники.

Ламінована упаковка (гнучка рулонна упаковка) – це напівфабрикат, який замовники можуть переробляти на готову упаковку на виробничій лінії, на відміну від системи GUALAPACK, яка не пропонує гарантії якості. ТОВ «GUALAPACK УКРАЇНА» виробляє три типи гнучкої упаковки (див. таблицю 3.6) за допомогою глибокого друку.

Чим більше шарів упаковки, тим кращі захисні характеристики. Найпоширенішою є тришарова композитна упаковка:

- PE (поліетилен) – внутрішній ізоляційний шар, що забезпечує герметичне з'єднання;
- Alu (Алюміній) – Забезпечує бар'єрні властивості, захист від ультрафіолету та повітропроникність;
- PET (Поліетилентерефталат) – Зовнішній шар, що забезпечує зовнішній захист та використовується як друкарська основа.

Таблиця 3.6 – Типи рулонів гнучкої упаковки від ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА»

Вид упаковки	Характеристика
Duplex	Двошарова (PE + Alu) – упаковка без друкованого шару або без додаткового бар'єру
Triplex	Трьохшарова (PET + Alu + PE) – стандартна упаковка з герметичним, бар'єрним та зовнішнім шаром
Fourplex	Чотирьохшарова (PET + Alu + OPA + PE) – упаковка з поліамідним шаром для додаткового захисту

ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» виробляє рулони гнучкої упаковки за допомогою глибокого друку. Глибокий друк базується на принципі глибокого друку. Для перенесення фарби на матеріал використовуються підняті металеві друкарські ролики з заглибленими друкарськими елементами. Головною перевагою цього методу друку є висока якість зображення. Це пояснюється тим, що фарба не потребує пресування, що дозволяє їй зберігати свій природний блиск та естетичну привабливість, на

відміну від інших методів друку. Цей метод добре підходить для друку середніх та великих обсягів (понад 5000 штук) [44].

Цей метод є дорожчим (приблизно 600 євро за тираж), що призводить до вищих витрат на гнучку рулонну упаковку порівняно з флексодруком. Виробничий процес також довший — виконання замовлення займає приблизно 10-13 тижнів (включаючи час, необхідний для виготовлення друкарських роликів).

Серед клієнтів ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» у секторі гнучкої рулонної упаковки є такі бренди, як «Чумак», «Якобе» та «Верес».

Під час виробництва продукції ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» використовує спеціальні бар'єрні матеріали з надзвичайно високою стійкістю до проникнення кисню та ультрафіолетового випромінювання, що ефективно запобігає негативному впливу на продукт всередині упаковки. Спеціальні виробничі процеси та унікальні властивості певних матеріалів дозволяють упаковці зберігати легку конструкцію, водночас значно покращуючи її стійкість до проколів та пошкоджень від ударів. Усі ці переваги разом забезпечують тривалий термін придатності продукту, зручність використання та високу якість.

Сама упаковка повинна відповідати найвищим стандартам безпеки. Вона не повинна містити жодних шкідливих речовин, сторонніх предметів або гострих країв, щоб запобігти випадковому травмуванню дітей. Найголовніше, що упаковка повинна зберігати якість продукту протягом усього терміну придатності; інакше продукт може стати небезпечним. Компанія прагне досконалості в кожній деталі: від правильного вибору матеріалів до герметичності швів та ущільнень [45].

Компанія отримала сертифікати міжнародних стандартів ISO 9001:2015 та BRC і планує отримати сертифікати ISO 14001 та OHSAS 18001 (див. додаток А та додаток Б для отримання детальної інформації). Стандарт BRC був визнаний Глобальною ініціативою з безпеки харчових продуктів (GFSI), проектом, спрямованим на гармонізацію міжнародних

стандартів безпеки харчових продуктів та підтриманим провідними світовими роздрібними торговцями, виробниками продуктів харчування та пакувальним компаніями. Визнання GFSI означає, що міжнародний стандарт BRC щодо пакувальних матеріалів для харчових продуктів може бути використаний для забезпечення відповідності системам управління безпекою харчових продуктів провідних світових гравців ринку. Деякі світові гіганти навіть вимагають цієї сертифікації як передумови для співпраці [46].

Наразі компанія працює над впровадженням екологічно чистих та енергоефективних рішень, включаючи виробництво упаковки на 80% з біосировини, впровадження енергоефективних рішень з освітлення та рекуперацію тепла та енергії під час виробництва.

3.4. Цінова політика компанії

Цінова стратегія ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» є стандартною та розумною для таких підприємств. Позиціонуючи себе як виробника високоякісної продукції, її ціни відповідно вищі.

Враховуючи напрямок розвитку продукції системи «ГУАЛАПАК», її експертизу в упаковці дитячих сумішей та унікальність продукції, вищі ціни виправдані. Споживачі готові платити вищі ціни за впевненість у якості дитячих сумішей, а якість упаковки значною мірою визначає якість продукції. Виробники дитячих сумішей також готові платити вищі ціни за якість упаковки та гарантію якості, оскільки в цій галузі навіть один незадоволений клієнт може серйозно зашкодити репутації бренду.

У виробництві гнучкої рулонної упаковки ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» орієнтується на компанії, що виробляють середні та великі обсяги, яким потрібні високоякісні друковані дизайни. Компанія використовує високоякісне обладнання для глибокого друку, що

забезпечує хороші показники поступового збільшення та міцності упаковки, але вартість та час очікування таких партій також вищі.

Компанія використовує метод ціноутворення на основі собівартості, розраховуючи витрати та додаючи прибуток. Залежно від рівня спеціалізації виробництва, витрати поділяються на різні складові: витрати на сировину, витрати на оплату праці (включаючи вартість обладнання), транспортні витрати, інші витрати та постійні витрати. Оскільки такі фактори, як частота запуску обладнання, вимоги до сировини та методи доставки замовлення, різняться від замовлення до замовлення, змінні витрати для кожного замовлення також будуть відрізнятися.

Ціни розраховуються за одиницю продукції та зазвичай виражаються як (Ціна = n доларів США/1000 одиниць). Ціна за одиницю зменшується зі збільшенням розміру партії. Таким чином, середня ціна на гнучку рулонну упаковку становить 85 євро за 1000 одиниць для мінімальної кількості замовлення, знижуючись до 60 євро за 1000 одиниць зі збільшенням кількості замовлення.

Іншими словами, знижки залежать від кількості замовлення, і існуючі та індивідуальні клієнти також можуть користуватися знижками.

ВИСНОВКИ

Зростання споживчих витрат та посилення конкуренції спонукали виробників докладати значних зусиль для підвищення конкурентоспроможності продукції з метою збільшення або підтримки продажів. Привабливість продукції можна підвищити за рахунок покращених інгредієнтів, зниження цін, рекламних кампаній або використання упаковки, що «стимулює продажі».

У цій статті досліджується ринок виробництва упаковки. Гнучка упаковка є перспективним типом упаковки, і експерти прогнозують значне зростання продажів протягом наступних п'яти років.

Однією з переваг гнучкої упаковки є її чудова ергономіка та естетика. Гнучка упаковка ідеально відповідає сучасному способу життя та є відносно екологічно чистим варіантом.

ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» в Україні – відома компанія у секторі виробництва гнучкої упаковки. Компанія спеціалізується на виробництві гнучкої упаковки для дитячого харчування, кормів для тварин, рулонної упаковки тощо.

Це дослідження має на меті проаналізувати сучасний стан пакувальної галузі та тенденції розвитку ринку гнучкої упаковки, дослідити ринкову позицію та розробити маркетинговий комплекс для ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА».

Під час дослідження ми визначили характеристики ринку упаковки та провідні компанії на світовому та українському ринках упаковки. Крім того, ми відстежили останні тенденції розвитку ринку упаковки та плани розвитку на наступні кілька років.

Ми вивчили поточний стан ринку гнучкої упаковки, зосередившись на його конкурентному середовищі. Крім того, ми узагальнили основні види гнучкої упаковки та історію їх розвитку.

На основі даних авторитетних міжнародних порталів, таких як Zion Market Research, Meticulous Blog, Industrial Packaging та Smithers Pira, ми проаналізували поточні показники галузі гнучкої упаковки. Аналіз дослідницьких даних з цих джерел свідчить про те, що очікується зростання світового ринку гнучкої упаковки. Крім того, ми врахували характеристики українського ринку гнучкої упаковки. Ми відібрали десять найкращих міжнародних компаній у секторі гнучкої упаковки (на основі таких факторів, як обсяг продажів та вплив на ринок), включаючи такі компанії, як Constantia Flexibles Group GmbH, Bemis Company та Sonoco Products. У списку немає українських компаній.

На карті показано найбільші українські компанії з виробництва гнучкої упаковки. Найефективніший спосіб розвитку українських компаній – це вчитися на моделях виробництва гігантів ринку.

Наступним кроком є аналіз відомих порталів, які прогнозують напрямок майбутнього розвитку пакувальної галузі та висвітлюють основні тенденції на ринку гнучкої упаковки у 2019 році. Щоб краще зрозуміти це, ми узагальнили основні напрямки розвитку ринку у вигляді діаграми. Ці напрямки включають:

- Адаптація стандартів упаковки до вимог соціальної відповідальності;
- Адаптація упаковки до потреб зростаючого ринку електронної комерції;
- Розробка моделей виробництва, які відповідають мінімальним стандартам та мають найнижчі витрати;
- Покращення ергономічного дизайну упаковки (наприклад, протипереливні клапани, зручні форми тощо).

Аналіз ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» проводився у кілька етапів: вивчення профілю компанії, аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, побудова маркетингової концепції 4P та аналіз фінансових показників.

Ми побудували таблицю профілю компанії, провели кількісний SWOT-аналіз сильних і слабких сторін, можливостей та загроз, розрахували загальну конкурентоспроможність компанії у сфері виробництва рулонів гнучкої упаковки та побудували матрицю «ціна-якість» на основі частки ринку.

Результати аналізу показують, що компанія була заснована двома компаніями: українським АТ «Технологія» та італійським франчайзі Gualapack Group. ТОВ «ГУАЛАПАК УКРАЇНА» позиціонує себе як компанія, що надає високий рівень обслуговування та якості продукції, тому ціноутворення у неї відносно високе. Виробнича спрямованість компанії, в першу чергу на дитячі суміші, висуває жорсткі вимоги до виробничих процесів, дотримання стандартів та гігієнічних норм.

Асортимент продукції компанії поділяється на дві категорії: продаж системи ГУАЛАПАК та виробництво гнучкої рулонної упаковки. Компанія займає другу за величиною частку ринку гнучкої рулонної упаковки. Вона також займає значну частку на ринку продажів системи ГУАЛАПАК.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Логазяк І.Ю. АНАЛІЗ СПОЖИВЧОЇ УПАКОВКИ НА РИНКУ УКРАЇНИ / М.С. Кадиляк, Т.Б.Шира Розвиток ринку пакувальних матеріалів в Україні. // - Українська академія друкарства НТУУ «КПІ» ВПІ - С. 124-127;
2. Марина Кузьмина Дослідження ринку упаковок молочних продуктів // Тара и упаковка. - 2006 - №2 - С. 5-8.;
3. Турченко М. О. Маркетинг : навч. посіб. / М. О. Турченко, М. Д. Швець, Т. С. Карпан. – Рівне : НУВГП, 2010. – 293 с.;
4. Реброва, Н. П. Стратегічний маркетинг : підручник і практикум для рівня бакалавр і магістр / Н. П. Реброва. — Москва : Видовництво Юрайт, 2018. — 186 с. — (Серія : Бакалавр і магістр. Академічний курс). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://stud.com.ua/20800/marketing/marketing>;
5. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетинг». Укладач: к.е.н. доцент Набока Р. М. – Херсон, ХНТУ, 2013. – 143с.;
6. Конспект лекцій з дисципліни «Облік цінних паперів» (для студентів 5 курсу денної і заочної форм навчання студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит») / Авт.: О.Є. Власова: Х. - ХНАМГ –2009. – 109 с.;
7. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/reestri-ta-klasifikatori/klasifikatori/vidomchi-klasifikatori-informatsii-z-pi/62563.html>;
8. Шендерівська Л.П. Тенденції розвитку ринку упаковки України / Шендерівська Л.П., Савенюк Д.А. // Науковий вісник Міжнародного університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/16-2016/23.pdf>;

9. Офіційний сайт журналу Science [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sciencemag.org>;
10. Карпова, С. В. Брендинг : підручник і практикум для прикладного бакалавріату / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перероб. и доп. — Москва : Издавництво Юрайт, 2016. — 439 с. — (Серія : Бакалавр. Академічний курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://stud.com.ua/63300/marketing/suchasni_vidi_upakovki;
11. 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/>;
12. Всесвітній стандарт упаковки BRC і стандарт GMP для гофрокартона, опублікований FEFCO [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dnvba.com/ru/Food-and-Beverage/Food-Safety/Pages/BRC-Global-Standard-for-Packaging-and-GMP-FEFCO.aspx>;
13. Офіційний сайт Technavio [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://blog.technavio.com/blog/top-20-companies-global-packaging-market>;
14. Офіційний сайт інтернет-портал Укрбіз [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://catalog.ub.ua/category/packaging/0/15/>;
15. Офіційний сайт інформаційно-аналітичного центру Упаковка [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://upakjour.com.ua/ru/klub/glavnaja.html>;
16. Офіційний сайт 20-ї Міжнародної спеціалізованої виставки обладнання і технологій для упаковки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://upakovka.ua/text/participantslist>;
17. Офіційний сайт порталу Smithers Pira [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.smitherspira.com>;
18. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>;

19. Офіційний сайт порталу Mintel [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mintel.com>;
20. Телетов О.С. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу / О.С. Телетов, В.М. Шатова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – No 2. – С. 11–20. ;
21. Офіційний сайт порталу Euromonitor International [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.marketresearch.com/Euromonitor-International-v746/>;
22. Види гнучкої упаковки. Типи пакетів / Офіційний сайт порталу PackTech [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://packtech.com.ua/servis/stati/24-vidy-gibkoj-upakovki-tipy-paketov>;
23. Офіційний сайт порталу MacHouse Офіційний сайт порталу PackTech [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://machouse.ua/press-center/s3/publications/hlobalnyj-rynok-upakovki-perspektivy-rosta-i-razvitija.html>;
24. Тенденції ринку гнучкої упаковки України // Сіт упаковки. – 2014. – No 3 (97) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://packaging.kiev.ua/rus/content/magazine/article/?id=341>.;
25. Офіційний сайт порталу Zion Market Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.zionmarketresearch.com>;
26. Офіційний сайт порталу PRO CONSULTING [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-pishevoj-gibkoj-polimernoj-upakovki-v-ukraine-2018-god>);
27. Кривошей В.Н. Упаковка в українських реаліях / В.Н. Кривошей. – Львів : Українська академія друку, 2017. – 288 с. ;
28. Сучасні тенденції на ринку гнучкої упаковки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://machouse.ua/press-center/s3/publications/covremennye-tendentsii-v-hibkoj-upakovke.html> ;
29. The Association for Packaging and Processing Technologie – портал новин про світові тенденції ринку упаковки [Електронний ресурс]

– Режим доступу: <https://www.pmmi.org/business-intelligence/industry-reports?year=2018> ;

30. Офіційний сайт порталу MRFR (Market Research Future) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.marketresearchfuture.com>;

31. Офіційний сайт порталу Meticulous Blog [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://meticulousblog.org>;

32. Г.В. Мозгова ІННОВАЦІЙНИЙ ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ ГАЛУЗЕВИХ ВИСТАВОК НА РОЗВИТОК РИНКУ ГНУЧКОЇ УПАКОВКИ В УКРАЇНІ / Г.В. Мозгова, А.О. Смоляга // Електронне науково-фахове видання “Ефективна економіка” [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/90.pdf;

33. Офіційний сайт Huhtamaki [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.huhtamaki.com>;

34. 3 Ways Flexible Packaging is Shifting in 2019 / Industrial Packaging [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.industrialpackaging.com/blog/3-ways-flexible-packaging-is-shifting-in-2019>;

35. Офіційний сайт порталу Smithers Pira [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.smitherspira.com>;

36. Packaging Outlook Report / Packaging Strategies [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.packagingstrategies.com/articles/90257-packaging-outlook-2018>;

37. Маркетингові звіти і консалтинг пакувальної індустрії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.smitherspira.com> ;

38. Тенденції, фактори, перспективи: розвиток вітчизняного ринку гнучкої упаковки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://packaging.com.ua/content/4436>;

39. Інформаційний портал Сумської міської ради [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.smr.gov.ua/uk/novini/podiji/6769-u-sumakh-z-yavilos-300-novikh-robochikh-mists.html>;

40. Офіційний сайт порталу LandLord [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://landlord.ua/news/v-zavod-po-proizvodstve-upakovki-produktov-detskogo-pitaniya-v-sumskoy-oblasti-investiruyut-500-mln-grn/>;

41. Офіційний сайт порталу Kompas [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ua.kompass.com/c/гуалапак-україна-тов/ua190442/>;

42. Офіційний сайт порталу YouControl [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://youcontrol.com.ua/ru/contractor/?id=6142584>;

43. АГРАРНИЙ ТИЖДЕНЬ.УКРАЇНА [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://a7d.com.ua/novini/24342-do-2020-rinok-pitnih-yogurtv-zroste-na-13-mlrd.html>;

44. Офіційний сайт порталу CASALINI e VISCARDI [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.casalinieviscardi.com/ru/методы-обработки/ротогравюрная-и-флексографическая-п/>;

45. Офіційний сайт порталу Панорама [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rama.com.ua/gualapak-ukraina-luchshee-detyam/#ad-image-0>;

46. BRC Food Safety Certification / FOODCHAIN CERTIFICATION [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.foodchainid.com/certification/brc-food-safety-certification/>;

47. Incoterms rules 2010 / INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/incoterms-rules-2010/>;

48. Офіційний сайт порталу Drinktec [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://exhibitors.drinktec.com/en/exhibitor-details/exhibitors/exhibitors/ID/647335/action/detail/controller/Exhibitors/>;

49. Офіційний сайт ТОВ “Технологія” [Електронний ресурс] –
Режим доступу: <http://www.technologia.com.ua>;
50. Офіційний сайт GUALAPACK GROUP [Електронний ресурс]
– Режим доступу: <https://gualapackgroup.com>.

fizmat@sspu.edu.ua
суворо дотримуйтесь
правил академічної
добросовісності