

12. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений: Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Дж. Иган. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 375 с.

Igan, Jg. (2008), *Relationship Marketing: Analysis of Relationship-Based Marketing Strategies* [Marketing vzaimootnosheniy: Analiz marketingovykh strategiy na osnove vzaimootnosheniy], Moscow, 375 p.

13. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – 3-е изд. – М. : Олимп-Бизнес, 2016. – 320 с.

Kaplan, R., Norton, D. (2016), *Balanced scorecard. From strategy to action* [Sbalansirovannaya sistema pokazateley. Ot strategii k deystviyu], Olympus Business, Moscow, 320 p.

14. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., Lampel, J. (1998), “Strategy Safari: A guided tour through the wilds of strategic management”, *The Free Press*, New York, 336 p.

15. Schoeffler, S., Buzzell, R., Heany, D. (1974), “Impact of Strategic planning on profit performance”, *Harvard Business Review*, No. 52(2), pp. 137-145.

16. Buzzell, R., Gale, B. (2004), “The PIMS program of Strategy Research: A retrospective Appraisal”, *Journal of Business Research*, No. 57, pp. 478-483.

**Мелушова Ірина Юріївна**, канд. екон. наук, доц., кафедра маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. E-mail: irinamelushova@gmail.com.

**Мелушова Ирина Юрьевна**, канд. экон. наук, доц., кафедра маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. E-mail: irinamelushova@gmail.com.

**Melushova Irina**, PhD in Economics, Associate Professor, Department of Marketing and Commercial Activity, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. E-mail: irinamelushova@gmail.com.

DOI: 10.5281/zenodo.3932782

УДК 339.13

## АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНУ СВІТОВОГО РИНКУ ПАКУВАЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

**М.І. Погожих, М.С. Софронова**

*Проведено аналіз світового ринку упаковки за останні десятиліття.  
Розглянуто світове споживання пакувальної продукції за галузевим*

---

© Погожих М.І., Софронова М.С., 2020

*призначенням, розподіл ринку упаковки за матеріалами (проаналізовано ринок упаковки паперово-картонних матеріалів, твердих і гнучких пластиків тощо), указано структуру регіональних ринків упаковки, визначено основних гравців ринку, зроблено прогноз розвитку ринку.*

**Ключові слова:** упаковка, ринок упаковки, картон, жорстка упаковка, гнучка упаковка, харчова промисловість.

## **АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР СОСТОЯНИЯ МИРОВОГО РЫНКА УПАКОВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ**

**Н.И. Погожих, М.С. Софронова**

*Проведен анализ мирового рынка упаковки за последние десятилетия. Рассмотрено мировое потребление упаковочной продукции по отраслевому назначению, распределение рынка упаковки по материалам (проанализирован рынок упаковки бумажно-картонных материалов, твердых и гибких пластиков и др.), указана структура региональных рынков упаковки, определены основные игроки рынка, сделан прогноз развития рынка.*

**Ключевые слова:** упаковка, рынок упаковки, картон, жесткая упаковка, гибкая упаковка, пищевая промышленность.

## **ANALYTICAL REVIEW OF THE STATE WORLD PACKAGING INDUSTRY MARKET**

**M. Pohozykh, M. Sofronova**

*The packaging industry has one of the most important places in the global economy. The packaging business is one of the largest, both in terms of production and population employment in developed countries. The packaging sector has great influence on the quality of the population life and its safety and it can largely serve as a criterion for assessing the country's economic and social development.*

*The aim of the work is analytical review and identification of the packaging and packaging materials market trend, in particular, for food products' industry.*

*The determining factor in the development of the packaging market is the growth of consumer goods markets. The main segment is food products (both food and drinks).*

*Paper and cardboard materials, rigid and flexible plastics, aluminum and steel, glass are most used in the production of packaging.*

*In the short term, the global packaging market will grow annually by 4,2%. Food industry is the largest end-consumer market; it increases annually by 4,6%. The packaging industry will continue to work with traditional materials such as glass, paper, wood and boards, plastic and metal. The share of flexible and rigid plastic packaging will increase. At the same time, new materials and markets, such as biomaterials, will be researched.*

**Keywords:** packaging, packaging market, cardboard, rigid packaging, flexible packaging, food industry.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Індустрія упаковки займає одне з найважливіших місць у світовій економіці. У розвинених країнах пакувальний бізнес входить у число найбільших, як за обсягами виробництва, так і за зайнятістю в ньому населення. Сфера упаковки впливає на якість життя населення, і її безпечність може бути одним з критеріїв оцінки економічного і соціального розвитку країни.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Харчові продукти як товар потребують розфасовування в тару або штучну (вагову) упаковку. Маркетологи, товаровознавці й виробники приділяють велику увагу оформленню, якості й безпечності упаковки і пакувального матеріалу [1]. Унаслідок рішень урядів провідних європейських країн вимоги до пакувальних матеріалів зростають і особливо це стосується матеріалів, які загрожують стану екологічної безпеки країн і регіонів, Тому розширення асортименту пакувальних матеріалів із точки зору екології, утилізації є актуальною проблемою, що вирішують фахівці різних галузей економіки [2–5].

**Мета статті** – аналітичний огляд стану світового ринку упаковки і пакувальних матеріалів для продукції харчової промисловості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Протягом першого десятиліття XXI ст. світовий ринок тари та упаковки зростає із середнім темпом у 4,5%, у 2011 р. перевищив 580 млрд дол. США і, за оцінками експертів галузі, за підсумками 2012 р. досяг 600 млрд дол. США. Хоча це зростання було дещо меншим, ніж зростання світового ВВП загалом, ринок збільшувався стабільно і постійно – навіть фінансова криза призвела лише до зниження середньорічного темпу зростання до 3,5%, причому вже у 2011 р. спостерігалися ознаки поживлення ринку [2; 3].

Експертні оцінки обсягу світового ринку пакувальної продукції (табл. 1) та обладнання іноді сильно розрізняються. Так, за даними Pira International, у 2004 р. сукупний оборот у галузі перевищив 410 млрд дол. США, у тому числі за пакувальною продукцією – 386 млрд дол. США та за обладнанням – 25 млрд дол. США. При цьому ринок зріс на 4% порівняно з 2003 р. і на 14% від рівня 1999 р. Відповідно до звіту Credit Suisse First Boston, світовий ринок упаковки оцінюється в 440 млрд дол. США [2; 3].

Визначальним чинником розвитку ринку тари та упаковки є зростання ринків споживчих товарів повсякденного попиту. Основним сегментом є продовольчий (їжа і напої), частка якого за десятиліття зросла майже до 60%. Варто зазначити, що частково це зростання було

викликане зменшенням споживання упаковки в промисловості, частка якої в кінці першого десятиліття XXI ст. зменшувалася.

Таблиця 1

**Обсяг виробництва світової пакувальної продукції,  
млрд дол. США**

Рік	2003	2004	2008	2011	2012	2013	2014	2016	2020 (прогноз)
Обсяг	445	440*	545	580	600	650	820	828	998

\* 386 млрд дол. США (за даними Pira International), 440 млрд дол. США (Credit Suisse First Boston).

Пакувальна продукція промислового призначення займає 30% ринку, а 70% упаковки припадає на споживчі товари, у першу чергу на продукти харчування, напої (Credit Suisse First Boston) (табл. 2).

Таблиця 2

**Світове споживання пакувальної продукції  
за галузевим призначенням (Pira International Ltd., 2013 р.)**

Галузеве призначення	%
Продукти харчування	45
Напої	24
Косметика, парфумерія	5
Засоби особистої гігієни	4
Інше	22

За останні роки всі сектори пакувальної індустрії демонстрували позитивне зростання. У майбутньому найбільше зростання буде спостерігатися в секторах упаковки для харчової продукції та напоїв (відповідно 3,4% і 3,3% щорічно).

У виробництві упаковки найбільше використовуються паперово-картонні матеріали, тверді та гнучкі пластики, алюміній і сталь, скло (табл. 3) [4].

Так, можна відзначити, що одним із найбільш популярних видів тари й упаковки є упаковка з паперу та картону. Основними тенденціями розвитку виробництва картонної тари за кордоном є вдосконалення самого картону, конструкцій картонної тари, технології виготовлення картонної тари та обладнання для цього.

Таблиця 3

**Розподіл ринку упаковки за матеріалами, млрд дол. США**

Матеріал	Рік			
	2000	2004	2009	2013
Папір-картон	170	180	225	230
Твердий пластик	70,8	87,5	130	100
Гнучкий пластик	62,5	57,5	70	82,5
Метал	75	82,5	92,5	91,7
Скло	41,7	32,5	37,5	54,2
Інші	25	30	37	45

Останнім часом світовий ринок паперової та картонної упаковки демонструє стабільне зростання (табл. 4). Ця тенденція обумовлена значним попитом на зазначену продукцію в харчовій і косметичній промисловості, а також у сфері охорони здоров'я. У 2013 р. його обсяг збільшився у вартісному вираженні на 1,9%, перевищивши вартісний показник обсягу попереднього року на 4 млрд дол. США [5].

Таблиця 4

**Обсяг ринку пакувального картону, млрд дол. США**

Рік	2004	2009	2013	2015	2020 (прогноз)
Обсяг	180	225	230	261,77	306,39

Аналізуючи споживання пакувального картону, слід відзначити, що більшість світового попиту формується в Азії (табл. 5).

Таблиця 5

**Споживання пакувального картону, млн тонн (2017 р.)**

Регіон	Млн тонн
Азія	27,8
Північна Америка	13
Західна Америка	12,6
Східна Європа	2,4
Латинська Америка	2,2
Близький Схід	0,4
Африка	0,4
Океанія	0,2

Таким чином, в Азії найбільший ринок споживання пакувального картону; і спостерігається його швидке зростання; у Північній і Західній Америці – великі зрілі ринки; у Східній Європі,

Латинській Америці й на Близькому Сході рівень споживання нижче, але спостерігаються високі темпи його зростання.

Ринок картонної упаковки з об'ємом 261 млрд дол. США становив у 2015 р. найбільшу частку пакувального ринку загалом і збереже свої позиції у 2020 р. У 2015 р. Китай обігнав США і став найбільшим споживачем картонної упаковки у світі й, за прогнозами експертів, до 2020 р. буде споживати близько чверті світового обсягу цієї продукції. У перспективі друге і третє місця займуть Індія і Південна Корея. Зростання замовлень через інтернет стимулює збільшення споживання картонної упаковки. Причому близько 30–40% куплених через інтернет товарів повертають, тому їх упаковка повинна легко відкриватися і закриватися.

За даними Конфедерації європейської паперової промисловості (The Confederation of European Paper Industries, CEPI), сектор пакувального картону з 1991 р. зріс з 40,8% до 49% від загального обсягу виробництва і споживання паперу і картону.

Частка тари з картону в загальній структурі світового виробництва тари складає в середньому 60%. Варто зазначити, що частково це зростання було спричинене зменшенням споживання упаковки в промисловості, частка якої в кінці цього десятиліття зменшувалася. Для виробництва картонної тари випускаються два основних типи картону – гофрований і плоский склеєний. Найбільшого поширення набув гофрований картон із поліпшеними технологічними властивостями.

На другому місці знаходиться пластикова упаковка (табл. 6). Останнім часом ринок пластикової упаковки активно розвивається [6]. За прогнозами експертів, у 2022 року обсяг ринку жорсткої пластикової упаковки складе 63,4 млн тонн.

Таблиця 6

### Обсяг ринку твердої упаковки

Рік	2000	2004	2009	2013
Обсяг (млрд дол. США)	70,835	87,5	130	100

Жорстка упаковка є важливим сегментом усього ринку упаковки. Вона широко використовується для захисту різних типів продуктів від фізичних ударів і пошкоджень. Відмінна міцність жорсткої упаковки є головною причиною, чому вона використовується для упакування легких і високореактивних продуктів разом з іншими видами продуктів. Протягом прогнозованого періоду 2016–2024 рр. світовий ринок, за оцінками агентства Transparency Market Research (TMR), зростатиме на 3,2% щороку.

Жорстка упаковка використовується переважно в таких галузях, як продукти харчування і напої, товари народного споживання, охорона здоров'я і фармацевтика, хімічна і нафтохімічна промисловість та ін. Очікується, що на продукти харчування і напої припадатиме понад 1/3 ринку жорсткої упаковки, при цьому середньорічний темп приросту складе 3,6% протягом прогнозованого періоду.

Пластикова тара щороку все сильніше витісняє картон і паперову тару. В усьому світі пластикова тара широко застосовується і користується великою популярністю. Будь-яка пластикова тара має відповідати основним критеріям, які висуває ринок. Основні сучасні тенденції, які слід зазначити на ринку, це:

- поява пластикової тари з бар'єрними функціями, які подовжують термін зберігання продукту. Така тара використовується найчастіше в харчовій промисловості. Завдяки багатошаровій упаковці продукти довше не псуються і зберігають товарний вигляд;

- використання для виготовлення пластикової тари матеріалів, які добре переробляються або швидко розкладаються в природі; як правило, переробці піддається до 60% пластикової тари та інших виробів із пластику, але дуже велика частина потрапляє на звалища, де звичайний пластик розкладається від декількох сотень до тисяч років. Виробництво м'якої пластикової тари, що біологічно розкладається, стало можливим завдяки введенню до складу пластику всього 1% спеціальної добавки, вміст якої приводять до того, що через 1,5–2 роки окиснювальні реакції починають руйнувати структуру тари, вона стає ламкою, потім розсипається і під впливом вологи розпадається на органічну біомасу, воду і вуглекислий газ;

- технологія асептичної пластикової тари останнім часом переживає період активного розвитку. У виробництві асептичних матеріалів для пакування використовується переважно ПЕТ-плівка з ламінуванням. За такою технологією, наприклад, наносять покриття, яке використовується для додавання до його складу консервуючого і антибактеріального покриття. У перспективі така тара може повністю замінити консерванти, що додаються в упаковку для харчових продуктів.

У пластикової тари багато переваг: вона пластична, міцна, має малу вагу, дешева у виробництві, не чутлива до вологи. Через розмаїття видів пластику, що використовується, пластикову тару часто поділяють за типами використаної сировини. У Європі кілька років тому була впроваджена і з успіхом використовується чітка класифікація видів сировини для пластикової тари.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон, як очікується, очолить ринок жорсткої упаковки і зростатиме на рівні 3,8% щороку протягом прогнозованого періоду. Другим після АТР регіоном за обсягом ринку жорсткої упаковки буде Європа. З іншого боку, Близький Схід і Африка, як очікується, буде найменшим, але другим за привабливістю ринком протягом прогнозованого періоду. Північна Америка є третім за величиною споживачем для ринку жорсткої упаковки. Однак у регіоні спостерігається значний перехід від жорсткої упаковки до гнучкої. Протягом прогнозованого періоду очікується, що Латинська Америка буде робити більший обсяг у світове виробництво твердої упаковки, ніж Близький Схід і Африка.

Ще одним популярним видом упаковки в країнах Заходу є гнучка упаковка (табл. 7) [7; 8].

Таблиця 7

#### Обсяг ринку гнучкої упаковки, млрд дол. США

Рік	2000	2004	2009	2013	2015	2020 (прогноз)
Обсяг	62,5	57,5	70	82,5	182,902 (або 210)	221,56 (або 248)

Зростання світового споживання гнучкої упаковки обумовлене тим, що вона поступово витісняє інші пакувальні формати, такі як металеві банки, скло, картонні пакети і пластикові пляшки (табл. 8). Така тенденція характерна для всього світу і всіх галузей виробництва продовольчих і непродовольчих товарів.

Таблиця 8

#### Обсяг ринку споживчої гнучкої упаковки

Рік	2015	2020 (прогноз)
Обсяг (млрд дол. США)	91,7	114
Обсяг (млн тонн)	26,6	31,7

Сприятливо впливає на розвиток ринку гнучкої тари загальне розширення асортименту продуктів, що випускаються. Сьогодні спостерігається великий попит на гнучку бар'єрну упаковку, що активно використовується власниками брендів для упакування їхньої продукції. Головна перевага гнучкої бар'єрної упаковки, що забезпечує їй таку популярність, полягає в тому, що вона відмінно захищає продукти під час зберігання і транспортування, істотно подовжує термін їх придатності. Найбільшим сьогодні є попит на такі матеріали, як BOPET, EVOH і PA.



У період із 2010 по 2015 р. середньорічні темпи зростання гнучкої упаковки для харчових продуктів становили 4% в об'ємному обчисленні. Це був найбільш швидко зростаючий сектор кінцевих споживачів, за яким ішли напої та лікарські препарати.

Найбільші обсяги гнучкої упаковки сьогодні використовуються виробниками харчових продуктів і напоїв. Харчова упаковка є локомотивом розвитку ринку гнучкої упаковки. Усі вдосконалення й інновації, пов'язані з подовженням термінів зберігання продукції, наданням упаковці додаткових властивостей, відбуваються переважно в секторі гнучкої упаковки. Ключові тренди на ринку гнучкої харчової упаковки, які знаходять своє відображення майже в кожному пакувальному рішенні, такі: безпека для здоров'я, збереження продукції протягом тривалого терміну, захист продукту від підробок.

Даний сегмент із 2011 по 2016 р. забезпечив до 75% світового споживання і становив у 2016 р. 22,7 млн тонн. Сьогодні в гнучку полімерну упаковку пакують здебільшого м'ясо, птицю та рибу (3 млн тонн), на другому місці – кондитерські вироби (2 млн тонн), на третьому – хлібобулочні (менше 2 млн тонн).

Привабливість гнучких пакувальних матеріалів для виробників полягає в тому, що вони, за відносно невеликої вартості, є універсальними і підходять для широкого асортименту продовольчих і непродовольчих товарів. Крім того, вони легше за будь-які інші пакувальні матеріали, що сьогодні має важливе значення для багатьох власників брендів: чим менше вага кінцевого продукту, тим нижче вартість його транспортування і тим менший вуглецевий слід залишається при його перевезенні з заводу в пункт продажу. Крім того, гнучкі пакувальні матеріали, як правило, тонше своїх пластикових аналогів. А оскільки ціни на полімери весь час зростають, вибір гнучкої тонкої плівки дозволяє виробникам заощаджувати свої кошти, бо матеріалу потрібно менше.

Структура регіональних ринків гнучкої упаковки (2016 р.): Західна Європа – 20,7 млрд дол. США (об'єм виробництва – 5,3 млн тонн); Північна Америка – 14,8 млрд дол. США (об'єм виробництва – 4,1 млн тонн); Азія – 24,6 млрд дол. США (об'єм виробництва – 7,6 млн тонн); Центральна та Східна Європа – 1,6 млрд тонн.

Головними споживачами гнучкої упаковки сьогодні є переважно країни Західної Європи і Північної Америки. Останнім часом спостерігається зростання цього ринку і в деяких країнах, що розвиваються. Продажі гнучкої упаковки в Західній Європі з 2011 по 2016 р. зросли з 18,5 млрд дол. США до 20,7 млрд дол. США. У Північній Америці зростання ринку склало 2,4% і досягло 14,8 млрд

дол. США (2016 р.). У Європі обсяг виробництва гнучких пакувальних матеріалів збільшився з 4,9 млн тонн (2011 р.) до 5,3 млн тонн (2016 р.). У Північній Америці цей показник змінився з 3,7 млн тонн (2011 р.) до 4,1 млн тонн (2016 р.).

Згідно з результатами дослідження, проведеного Pira International, світове лідерство на ринку гнучких пакувальних матеріалів за останнє десятиліття збережеться за США, на друге місце, швидше за все, вийде Японія. При цьому ринками, що найшвидше розвиваються, є Індія і Китай. На їх частку припадає близько 44% світового зростання споживання гнучких пакувальних матеріалів.

Найбільшим виробником гнучкої упаковки сьогодні вважається компанія Amsoг, яка купила в 2013 р. Alcan. 25% гнучких пакувальних матеріалів, що використовуються в Європі, виробляється саме цією організацією. На думку аналітиків, конкуренцію Amsoг сьогодні не зможе скласти жодна європейська пакувальна компанія. Оскільки всі найближчі конкуренти Amsoг значно менші, то можна прогнозувати консолідацію декількох компаній, які можуть у майбутньому об'єднатися, щоб протистояти світовому гігантові.

Металева упаковка в структурі світового ринку у вартісному вираженні втратила за шість років близько 2% (табл. 9). Важливе місце у виробництві тари та упаковки займає алюміній. Основні його переваги: легкість, мінімальна трудомісткість, простота утилізації, економія енергоресурсів, екологічна безпека і особливо можливість його вторинного використання. У США, Швеції, Канаді, Австралії за рахунок вторинного використання алюмінію забезпечується від 50% до 90% виробництва упаковок [4].

Таблиця 9

### Обсяг ринку металу

Рік	2000	2004	2009	2013
Обсяг (млрд дол. США)	75	82,5	92,5	91,7

У таблиці 10 наведено дані про світове споживання пакувальної продукції за матеріалами.

Аналізуючи структуру регіональних ринків упаковки, можна відзначити, що основними регіональними ринками є Північна Америка (на США припадає понад 20% світового споживання), Західна Європа і Азія (при цьому Японія споживає 50% азійської продукції) (табл. 11).

Таблиця 10

**Світове споживання пакувальної продукції за матеріалами**

Матеріал	2015 (у %)	2020 (у %)
Папір-картон	31,2	30,7
Твердий пластик	21,4	22,5
Гнучкий пластик	21,8	22,2
Метал	13,9	13,8
Скло	7,2	6,4
Інші	4,6	4,3

Таблиця 11

**Структура регіональних ринків упаковки,  
% (за даними WPO, 2013 р.)**

Регіон	% продажів у ціновому вираженні
Азія	36
Північна Америка	23
Західна Європа	22
Східна Європа	6
Південна і Центральна Америка	5
Інші	8

Світова пакувальна індустрія високо фрагментована, у ній діють близько 100 тис. компаній із 5 млн працівників. 100 найбільших компаній дають не більше 45% обороту галузі, на 20 провідних компаній припадає 25%.

У чверті компаній, що входять у сотню лідерів, виробництво упаковки є частиною бізнесу. Вони також виробляють сировину для упаковки, отримуючи тим самим більшу додану вартість. Це представники лісової і целюлозно-паперової промисловості International Paper Company, Weyerhaeuser Company, Georgia-Pacific Corporation тощо; виробники алюмінію й алюмінієвої продукції – Alcan і Alcoa; виробники скла і будматеріалів, найбільший серед яких – Compagnie de Saint-Gobain.

Іншу групу складають компанії, що виробляють як упаковку, так і обладнання для її виробництва, – це Tetra Pak Group, що входить у холдинг Tetra Laval, Toyo Seikan, Kloeckner, SIG Holding тощо.

Зі споживачів пакувальної продукції її виробництво в значних обсягах веде лише американський пивний гігант Anheuser-Busch – не тільки найбільший виробник алюмінієвих банок, але й найбільший у світі їх переробник. Значні активи в пакувальній індустрії мають поліграфічні підприємства, наприклад Torrap Printing, M-real, Bemis.

У пакувальній індустрії налічується більше 50 компаній з обсягом продажів понад 1 млрд дол США, 60% з них – американські фірми. У Таблиці 12 наведено порівняльну ефективність підприємств.

Таблиця 12

**Порівняльна ефективність підприємств галузі  
на основі показника TP-Index\***

Компанія	Спеціалізація	Оборот, (дол. США)	Штат компанії	TP- index	Країна	Джерело
1	2	3	4	5	6	7
Tetra Pak	Картон, харчова упаковка, пакувальне обладнання	9474	20905	453192	Швеція	Сайт К
Amcors Limited	Картон, алюміній, сталь, пластик	8429	29063	290025	Австралія	Hoovers
Crown Holdings	Упаковка, пластик	7200	27600	260870	США	Сайт К
Smurfit-Stone Container Corporation	Упаковка, картон	8291	35300	234873	США	Hoovers
Lead Technology Ltd.	Пакувальні машини	4	18	222222	Ізраїль	tbc-world.com
Emirates Technopack L.L.C.	Вакуумна упаковка	35	80	194444	Арабські Емірати	tbc-world.com
Ecopack d.o.o.	Харчова упаковка, пластик	2	13	153846	Словенія	tbc-world.com
RPC Containers Ltd (RPC Group)	Харчова упаковка, пластик	811,7	6500	124874	Англія	tbc-world.com
Queens Cosmetic Packaging Co., Ltd	Пластик, упаковка для косметики	10	85	117647	Китай	tbc-world.com

Продовження табл. 12

1	2	3	4	5	6	7
Веда-Пак	Скло, пляшки	54	850	63530	Росія	Дані компанії
Титан	Папір, картон, гофротара	290	6900	42029	Росія	Форбс 200
Xiamen Good Imp&Exp Co., Ltd	Пластик, вакуумна упаковка	1	25	40000	Китай	tbc-world.com
Tangent Plast	Пластик, парфумерні флакони	0,1	3	33333	Індія	tbc-world.com
Ліім Палп	Папір, картон	1300	44650	29115	Росія	Форбс 200
Dongcai Printing Packing Co., Ltd	Папір, картон, подарункова упаковка	15	600	25000	Китай	tbc-world.com
Shenzhen Yat Yen Yeung Technology Co., Ltd	Пакувальна стрічка	25	1200	20833	Китай	tbc-world.com
V-Pack Company Limited	Харчова упаковка, пластик	4	250	16000	В'єтнам	tbc-world.com
Lian Fu Paper Co., Ltd	Харчовий та нехарчовий пластик	0,5	40	12500	Китай	tbc-world.com
Wenzhou Hesheng Hardware Plastics Factory	Пакувальне обладнання	300000	110	2727	Китай	tbc-world.com

\*Зауважимо, що TP-index (Turnover-to-Personnel index) показує відношення обороту підприємства за рік до середньоспискової кількості працівників. TP-index є одним із найпростіших і надійних способів порівняльної оцінки ефективності роботи.

Лідер галузі за показником TP-index – шведський Tetra Pak, піонер у розробці унікальних пакувальних технологій. Слідом за ним іде Amcor Limited, за ними – група компаній, що спеціалізуються на виробництві пластикової харчової упаковки.

**Висновки.** Огляд стану ринку дозволив зробити такі висновки:

1. Змінюються вимоги до упаковки харчових продуктів з урахуванням глобальних тенденцій екологізації пакувальних матеріалів. Стабільне зростання демонструє світовий ринок паперової та картонної упаковки.

2. Сегмент ринку пластикової тари з 2020 р. за Євродирективою має бути значно зменшений через повну заборону на території ЄС (Plastic Free) і, відповідно, перерозподілений на інші території.

3. У перспективі світовий ринок пакувальної продукції буде щороку зростати в середньому на 4%. Найбільше зростання припаде на Азію, Східну Європу і Латинську Америку. В Індії та Китаї ринок буде щороку зростати в середньому на 14% та 8% відповідно. У Східній Європі найбільше зростання очікується в Польщі.

4. Ураховуючи вищевказане, пакувальна індустрія стає центром інноваційної активності, відповідно подальші напрями дослідження спрямовані на застосування біо-, наноматеріалів для упакування харчових продуктів тощо.

#### **Список джерел інформації / References**

1. Сидоренко С. А. Влияние упаковочных материалов на качество пищевой продукции / С. А. Сидоренко, И. А. Дудла // Известия ВУЗов. Пищевая технология. – 2004. – № 1. – С. 112–114.

Sidorenko, S., Dudla, I. (2004), “The influence of packaging materials on the quality of food products” [“Vliyanie upakovochnyh materialov na kachestvo pishchevoj produkcii”], *News of universities. Food technology*, No. 1, pp. 112–114.

2. Кривошей В. Н. Мировой рынок упаковки (состояние и тенденции) / В. Н. Кривошей // Упаковка. – 2014. – № 3. – С. 40–43.

Krivoshey, V. (2014), “World packaging market (state and trends)” [“Mirovoj rynek upakovki (sostoyaniye i tendencii)”], *Packaging*, No. 3, pp. 40–43.

3. Бокарева В. Топ главных событий рынка упаковки: сентябрь 2017 [Электронный ресурс] / В. Бокарева. – Режим доступа : <http://www.polymerbranch.com/publ/view/273.html>

Bokareva, V., “Top of the main events of the packaging market: September 2017” [“Top glavnyh sobytij rynka upakovki: sentyabr' 2017”], available at: <http://www.polymerbranch.com/publ/view/273.html>

4. Современная упаковка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://machouse.ua/press-center/s3/news/covremennaja-upakovka.html>

“Modern packing” [Sovremennaya upakovka], available at: <http://machouse.ua/press-center/s3/news/covremennaja-upakovka.html>

5. Глобальный рынок упаковки: перспективы роста и развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://machouse.ua/press-center/s3/publications/hlobalnyj-rynok-upakovki-percpektivy-rocta-i-razvitiija.html>

“Global packing market: growth and development prospects” [“Globalnyj rynok upakovki: perspektivy rosta i razvitiija”], available at: <http://machouse.ua/press-center/s3/publications/hlobalnyj-rynok-upakovki-percpektivy-rocta-i-razvitiija.html>

6. “The Plastic Packaging Problem”, available at: <https://www.billerudkorsnas.com/managed-packaging/knowledge-center/articles/plastic-packaging-problem>

7. Гибкая и популярная // MacHOUSE NEWS. – Київ, 2018. – № 2 (74). – 6 с.

“Flexible and popular” [“Gibkaya i populyarnaya”], MacHOUSE NEWS, Kyiv, (2018), No. 2(74), 6 p.

8. Бокарева В. Б. Современный рынок гибкой упаковки [Электронный ресурс] / В. Б. Бокарева. Режим доступа : [news.milkbranch.ru/2018/12/sovremennyj-rynok-gibkoj-upakovki/](http://news.milkbranch.ru/2018/12/sovremennyj-rynok-gibkoj-upakovki/)

Bokareva, V., “The modern market for flexible packaging” [“Sovremennyj rynok gibkoj upakovki”], available at: [news.milkbranch.ru/2018/12/sovremennyj-rynok-gibkoj-upakovki/](http://news.milkbranch.ru/2018/12/sovremennyj-rynok-gibkoj-upakovki/)

**Погожих Микола Іванович**, д-р техн. наук, проф., факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю, завідувач кафедри фізико-математичних та інженерно-технічних дисциплін, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-86.

**Погожих Николай Иванович**, д-р техн. наук, проф., факультет управления торгово-предпринимательской и таможенной деятельностью, заведующий кафедрой физико-математических и инженерно-технических дисциплин, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-86.

**Pohozhykh Mykola**, Doctor of Technical Sciences, Faculty of Management of Commerce and Entrepreneurship and Customs, Head of Department of Physical and Mathematical and Engineering Disciplines, Kharkiv State University Food and Trade. Address: Klochkivska Str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-86.

**Софронова Марина Сергіївна**, канд. фіз.-мат. наук, доц., факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю, кафедра фізико-математичних та інженерно-технічних дисциплін, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-46; e-mail: [m\\_myruvova@ukr.net](mailto:m_myruvova@ukr.net).

**Софронова Марина Сергеевна**, канд. физ.-мат. наук, доц., факультет управления торгово-предпринимательской и таможенной деятельностью, кафедра физико-математических и инженерно-технических дисциплин, Харьковский государственный университет питания и торговли. Адрес:

ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.: (057)349-45-46; e-mail: m\_myravvyova@ukr.net.

**Sofronova Marina**, PhD in Physical and Mathematical Sciences, Assoc. Prof., Faculty of Management of Commerce and Entrepreneurship and Customs, Department of Physical and Mathematical and Engineering Disciplines, Kharkiv State University Food and Trade. Address: Klochkivska Str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-46; e-mail: m\_myravvyova@ukr.net.

DOI: 10.5281/zenodo.3932788

УДК 338.481.32-043.84

## СПОСОБИ АКТИВІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ

**Н.Й. Коніщева, С.С. Ткачова**

*Проаналізовано динаміку змін Індексу конкурентоспроможності України у сфері подорожей та туризму за 2017–2019 рр. Обґрунтовано, що в сучасних умовах потрібно суттєво активізувати державну підтримку сфери туризму та курортів, яка належить до основних драйверів оновленої структури вітчизняної економіки.*

**Ключові слова:** сфера туризму та курортів, державна підтримка розвитку, Індекс конкурентоспроможності.

## СПОСОБЫ АКТИВИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И КУРОРТОВ

**Н.И. Конищева, С.С. Ткачёва**

*Проанализирована динамика изменений Индекса конкурентоспособности Украины в сфере путешествий и туризма за 2017–2019 гг. Обосновано, что в современных условиях необходимо существенно активизировать государственную поддержку сферы туризма и курортов, которая принадлежит к основным драйверам обновленной структуры отечественной экономики.*

**Ключевые слова:** сфера туризма и курортов, государственная поддержка развития, индекс конкурентоспособности.