

І.Ю. Логзьяк

НТУУ «КПІ» ВПІ

М.С. Кадиляк, Т.Б.Шира

Українська академія друкарства

АНАЛІЗ СПОЖИВЧОЇ УПАКОВКИ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Розвиток ринку пакувальних матеріалів в Україні.

Market of packing materials development is in Ukraine.

Вступ

Ринок України диктує поступовий розвиток промисловості в напрямку випуску якісних товарів у надійному упакуванні. Сучасне ефективне і привабливе упакування трансформувалось в активний ринковий інструмент. Упаковка багато значить для виробника товару, бо вона є одним із основних засобів привертання уваги споживача та створення довіри до товару. Покупця готують до здійснення покупки за допомогою різних заходів (рекламування, персональний продаж, стимулювання попиту тощо), але найчастіше примушує його щось вперше купити саме вдала упаковка. Якщо куплене сподобається, покупець надалі шукатиме лише таку упаковку, бо вона створює необхідні виробнику асоціації з товаром та й самим виробником.

Чисельність товару, який реалізується за самообслуговуючим принципом, безперервно зростає. У супермаркеті покупець проходить повз 300 різноманітних товарів за хвилину, ефективна упаковка діє в якості п'яти секундного рекламного ролика. При всьому цьому упаковка повинна привертати увагу, сприяти формуванню довіри покупця і створювати в цілому приємне враження.

Зростання добробуту споживачів означає, що покупці готові заплатити значно більшу суму за відчуття комфорту, зручності, які вони отримують при покупці товару, що красиво і гарно запакований, ніж за аналогічний товар у непоказній упаковці або взагалі без неї.

Сьогодні добре продумана упаковка – це необхідна умова моментального впізнавання торгової марки або підприємства і, як наслідок, автоматичне збільшення обсягів продажу [1].

Загальні тенденції вимог споживачів до пакувальних матеріалів і упаковки

За останні роки спостерігається інтенсивний розвиток ринку пакувальних матеріалів, пакувальних технологій, а також тари і упаковки. З розвитком техніки і технологій отримання пакувальних матеріалів розширюються функції упакування.

Гостра боротьба конкурентів формує попит на якісне, відносно недороге й оптимальне за своїми експлуатаційними та функціональними властивостями, упакування.

В сучасних умовах зростає значення упакування, а особливо під час експорту товарів. Чимало вітчизняних підприємств змушені купувати імпортне обладнання і пакувальні матеріали, щоб завдяки якісному упакуванню забезпечити вихід своєї продукції на світовий ринок і конкурувати із зарубіжними товарами.

Розвиток української пакувальної промисловості за останні 10 років відзначився не тільки високими кількісними показниками – 10-12% щорічного приросту об'ємів виробництва, але й серйозними структурними змінами. Багато підприємств переобладнані, введені нові потужності у всіх сегментах виробництва упакування: картонного, полімерного, алюмінієвого, скляного. В технічне переоснащення галузі вкладені сотні мільйонів доларів.

Період бурхливого розвитку українського ринку упакування вимірюється 5-10 роками – строком відносно невеликим. Тому показники, які визначають його масштаби, поки що поступаються середньосвітовим. Використання упакування в Україні на душу населення в 2010 році склало близько 55 доларів, обіг ринку – 5,8 млрд. дол., що відповідає 1,5% світового обігу.

В структурі використання матеріалів у виробництві упаковки картон і папір складають 40%, полімери - 29%, метали - 18%, скло - 11%, інші - 4% [1].

Об'єми використання упаковки із картону і паперу за основними галузями промисловості: харчова і тютюнова - 70%, хімічна - 10%, побутова технічна - 8%, фармацевтична - 5%, інші - 7% [2].

В Україні прийняті програми: «Державна програма розвитку виробництва тари і пакувальних матеріалів» і «Нові матеріали і технології упакування продуктів».

Останніми роками в країнах ЄС різко підвищилися екологічні вимоги до упаковки продовольчих і непродовольчих товарів, які поступово стають обов'язковими. Це має попередити забруднення навколишнього середовища використаною тарою і речовинами, які виділяються при її ліквідації, особливо шляхом спалювання.

Обов'язковими вимогами для країн-членів ЄС, які пропонується ввести, є:

- об'єм і маса упаковки мають бути мінімально необхідними для забезпечення збереженості товару і безпеки споживача;
- до складу упаковки можуть входити тільки мінімальні концентрації шкідливих речовин (встановлені граничнодопустимі норми вмісту свинцю, кадмію, ртуті, хрому);
- за своїми фізичними властивостями і дизайном упаковка повинна бути придатною для багаторазового використання, а після закінчення терміну служби — для добування з неї цінної сировини або окремих компонентів [3].

Важливе значення для тари має поліграфічне оформлення. Продовжуються дослідження відносно виготовлення поліграфічних фарб поліпшеної якості на пігментах західних фірм, використання технологій гнучкого друку на нових видах плівок і таке інше.

Картонна й паперова тара виготовляється з листового, пресованого, клеєного й гофрованого картону та паперу. Картонна тара використовується у вигляді різних ящиків, барабанів і лотків, а паперова — у вигляді мішків. Ящики виготовляються здебільшого з тришарового гофрованого картону місткістю до 40 кг і більше. Картонні барабани використовуються для упакування тих самих видів продукції, що й дерев'яні. Вони можуть бути також вологозахисною тарою для гігроскопічних матеріалів. Значного поширення набула паперова тара у вигляді мішків (крафтмішки), які застосовуються для тарування сипких будівельних (в'язучих)

матеріалів і хімікатів. Паперові мішки бувають двох видів: звичайні й вологонепроникні. Перші використовують для негігроскопічних сипких будівельних матеріалів і хімікатів, а другі – для гігроскопічних матеріалів. Вага наповненого чотири-шести шарового паперового мішка не повинна перевищувати 50 кг.

Полімерну й комбіновану тару виготовляють з поліетилену, полівінілхлориду, полістиролу, поліпропілену та інших подібних матеріалів. Полімерна й комбінована тара використовується у вигляді ящиків, бочок, каністр, сулій, мішків, лотків тощо. Пластмасові ящики виготовляють з поліетилену високої щільності місткістю до 20 кг і більше. Поліетиленові бочки призначаються для транспортування та зберігання різних рідин і сипких матеріалів

Упаковка має задовольняти такі основні вимоги: безпека, екологічна безпека, надійність, сумісність, взаємозамінність, економічна ефективність.

Безпека упакування означає, що речовини, які є шкідливими для організму і які містяться в тарі, не можуть перейти в товар, який безпосередньо з нею стикається. Такі речовини мають у своєму складі майже всі види упаковки (металева тара містить залізо, олово або алюміній, папір – свинець, полімерні матеріали – шкідливі мономери). У таких випадках безпека упаковки забезпечується за допомогою захисних покриттів (спеціальний лак) або обмеження строків зберігання товарів або продуктів (поліетиленова або поліхлорвінілова тара). Для кольорового оформлення упаковки треба використовувати тільки нешкідливі барвники. Найбільш безпечною є скляна тара, а також різноманітні тканинні мішки, найменш – металева і полімерна.

Екологічні якості упаковки – це здатність її при використанні та утилізації не завдавати суттєвої шкоди довкіллю. Абсолютно безпечних для навколишнього середовища видів упаковки немає: при її утилізації в навколишнє середовище потрапляють найрізноманітніші речовини, у тому числі шкідливі для здоров'я та отруйні.

Надійність упаковки – це її здатність зберігати механічні якості чи герметичність протягом тривалого часу. Завдяки цьому упаковка забезпечує необхідні умови для зберігання товарів. Упаковка багаторазового призначення має зберігати форму як з товаром, так і без нього. Строк зберігання одноразової упаковки здебільшого не перевищує строків придатності самого товару.

Сумісність упаковки – це її здатність не змінювати споживчих якостей тих товарів, котрі в неї пакують. Для цього упаковка (тара) має бути чистою, сухою, без ознак плісняви і сторонніх запахів. Вона не повинна взаємодіяти з окремими компонентами товару (вода, жири тощо). Забороняється застосовувати упаковку, несумісну з товаром. Так, не можна використовувати обгортковий папір і поліетиленову плівку для жирних продуктів, бо вони всмоктують у себе жир. Дерев'яні ящики для харчових продуктів не можна виготовляти з деревини шпилькових порід, бо продукти матимуть запах живиці.

З урахуванням усіх цих факторів маркетолог повинен правильно вибрати відповідне упакування. Сучасна упаковка має бути оптимальною за вартістю, привабливою за зовнішнім виглядом, надійно захищати те, що в ній міститься, забезпечувати зручне транспортування. Обов'язковою умовою оптимізації упаковки є стандартний розмір, що значно полегшує транспортування, перевезення та складування товарів.

Розрахунки потреби в тарі й таропакувальних матеріалах проводяться в службах маркетингу, до яких належить також тарне господарство. Ці розрахунки виходять із попиту на продукцію, з її кількості та номенклатури, а також із норм витрат тарних і пакувальних матеріалів на одиницю тари.

Висновок

На сучасному етапі український ринок пакувальних матеріалів розвивається в руслі генеральної тенденції зменшення вартості упакування при збільшенні його якісних характеристик. Торгівля, відображаючи вимоги покупця, в більшості визначає попит на упакування, особливо в системі самообслуговування. Стрімке зростання продажу товарів у великих торговельних мережах ламає стереотипи, які довгий час визначали підходи до упакування. Все більше значення мають власні торговельні марки, фірмові упакування, система маркування.

На сучасному етапі розвитку ринку упаковка і продукт повинні розглядатися як єдине ціле. Тому вирішення проблем збуту потребує серйозної уваги до планування і розробки не тільки нових продуктів, але і їх упакування.

1. *Марина Кузьміна. Исследование рынка упаковок молочных продуктов // Тара и упаковка. - 2006 - №2 - С. 5-8.*
2. *Александр Бойко. Упаковочная отрасль для пищевых производств // Тара и упаковка. - 2007 - №5 - С. 5-6.*
3. *Сирохман І.В., Завгородня В.М. Товарознавство пакувальних матеріалів: Підручник. – К.: ЦЛН, 2005. – 614с.*