

3. Веб-форуми – інтернет-додатки, призначені для організації спілкування відвідувачів на сайті. Окремий форум складається з розділів для обговорення, в яких користувачі створюють теми. В рамках тем відвідувачі мають можливість висловлювати свою думку.

4. Електронні дошки оголошень є найпростішою і найдоступнішою формою електронної комерції з великою кількістю учасників і мінімальним переліком їхніх послуг. Сайт з оголошеннями не містить торгових інструментів, не несе відповідальності за результати угоди і часто навіть не стягує плату за розміщення інформаційних матеріалів [3, с. 36–37].

Сьогодні в мережі можна знайти найрізноманітніші форми інституціоналізації комунікативного середовища, які цілком піддаються класифікації. Багато з цих форм з моменту їх появи активно використовуються для просування товарів і послуг в мережі Інтернет вітчизняними підприємствами. Причому ефективність такого просування дозволяє говорити про формування нового маркетингового інструментарію, який кардинально відрізняється від традиційних методів просування і на рівних конкурує з традиційною практикою маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2010. – 480 с.
2. Бардасова Н.В. Институциональный подход к формированию маркетинговых структур экономической системы в АПК. / Н. В. Бардасова // Современные проблемы психологии, социологии и управления: теория, методология, практика: материалы заочной научно-практической конференции, Екатеринбург, февраль 2017г. – С. 14–21.
3. Калужский М.Л., Карпов В.В. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 32-39.

Пунін Ю.О.

здобувач,

*Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана*

СВІТОВИЙ РИНОК ГНУЧКОЇ УПАКОВКИ

Гнучка упаковка – це пластичний матеріал, з якого утворюється пакування будь-якого розміру та форми, що здатний адаптуватись до зовнішнього впливу шляхом стискання або розширення без втрати своєї основної функції – зберігання продукту. За прогнозами аналітиків SmithersPira розмір світового ринку пакування та гнучкої упаковки зокрема стабільно зростатиме. До 2024 року загальний обсяг ринку упаковки досягне 1100 млрд. дол. США і близько четвертої його частини складатиме саме гнучка упаковка. Загалом зростання ринку пакування, як прогнозується, відбуватиметься за рахунок збільшення обсягу картонної та гнучкої полімерної упаковки.

Аналітики Pira International очікують щорічне зростання ринку гнучкої упаковки на 5% в об'ємному вирахуванні [2]. Аналітики Smithers Pira дають більш песимістичний прогноз, а саме середньорічний приріст ринку на рівні 3,4% [4].

$\frac{3}{4}$ світового використання споживчої гнучкої упаковки припадає на продукти харчування. З 2010 по 2015 рік середньорічний темп зростання гнучкого пакування для харчових продуктів складав 4% в об'ємному вирахуванні [4]. До 2019 року аналітики Euromonitor очікують найбільше зростання використання гнучкої упаковки для кондитерських виробів (+30 млрд. од. у порівнянні з 2014 роком), печива (+19 млрд. од.), снєків (+12 млрд. од.), випічки (+11 млрд. од.) та локшини швидкого приготування (10 млрд. од.) [3].

У регіональному розрізі Китай є найбільшим національним ринком споживчої гнучкої упаковки, його обсяг складає 6,07 т. Азія, в цілому, є найбільшим регіональним ринком, який складає 40% від світового ринку гнучкої упаковки (до 2020 року виросте до 45%). Потім іде Західна Європа та Північна Америка. Очікується, що Індія та Китай будуть самими динамічними у розвитку ринками споживчої гнучкої упаковки з річним темпом приросту 9,4% та 6,9% відповідно до 2020 року [2]. Китай також суттєво впливає на процес ціноутворення на основний ресурс для виробництва гнучкої упаковки – пропілен. Так згідно стратегії імпортозаміщення Китаю, до 2020 року країна має забезпечити власним виробництвом 93% потреби в пропілені.

Науково-технічний прогрес також суттєво впливає на розвиток ринку гнучкої полімерної упаковки. Основними інноваційними трендами на сучасному ринку упаковки є «розумна» упаковка, «активний» захист упаковкою продукту за рахунок її біохімічної активності, виготовлення плівок з відновлюваних ресурсів.

«Розумну» упаковку експерти SmithersPira поділяють на два сегменти: активна упаковка – продовжує термін зберігання продуктів, інтелектуальна – демонструє явні ознаки стану продукту. За оцінкою аналітиків SmithersPira, світовий ринок «розумної» упаковки буде збільшуватися на 7,5% на рік в найближчі п'ять років при значному зростанні попиту на «інтелектуальну» упаковку. Так, ринок інтелектуальної упаковки буде рости на 18% в рік, а активної упаковки на 4,9% в рік. Аналітики SmithersPira виділили основні чинники зростання попиту на інтелектуальну упаковку: значимість підвищення безпеки харчової продукції, необхідність зниження харчових відходів, зростаюча конкуренція і необхідність диференціюватися, підвищення важливості інтерактиву при взаємодії з продуктом, брендом [1].

Серед прикладів інтелектуальних рішень для «розумної» упаковки можемо назвати «розумні» етикетки, що використовують технологію «ближнього безконтактного зв'язку», підтримувані смартфонами інтерактивні технології, радіочастотна ідентифікація тощо. Наразі розробники знижують вартість «розумних» міток і етикеток і одночасно підвищують їх продуктивність. За оцінкою SmithersPira, до технологій, які досягнуть успіху з найбільшою ймовірністю, відноситься RFID (радіочастотна ідентифікація), що представляє собою просте, економічне та ефективне рішення [1]. Щодо виготовлення плівок з відновлюваних ресурсів, то виникає все більше її видів

з матеріалів, які мають біологічну природу і швидко розкладатимуться після завершення строку експлуатації. Наприклад, компанія Кока-кола до 2020 року повністю замінить у своїх пляшках шкідливий пластик на 100% біопластик Plant Bottle 2.0.

Щодо інновацій специфічних для гнучкого пакування, то слід відміти такі тренди як пакування, яке заклеюється і може повторно використовуватись, плівки «ніжний дотик», які на дотик відчуються, як папір, або тканина, плівки для пакування в модифікованій атмосфері з прямим контактом з харчовими продуктами з ефектом видалення конденсату, багат шарові поліолефінові плівки для дисплейної упаковки з підвищеною стійкістю до проколу, стретч плівки з підвищеним коефіцієнтом розтягнення до 350% при товщині – 12 мкм, стретч плівки в товщинах 6-7 мкм для пакування паллет, біорозпадна плівка тощо.

На розвиток світового ринку гнучкого пакування впливає ціла низка факторів зовнішнього середовища, яка узагальнена нами у таблиці 1 за допомогою PESTLE-аналізу.

Таблиця 1

PESTLE-аналіз світового ринку гнучкого пакування

ПОЛІТИЧНІ ФАКТОРИ	ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ
Політична стабільність Політика на міжнародному ринку провідних країн світу, особливо Китаю Розвиток процесів інтеграції та регіоналізації	Глобалізація економіки Кризові явища в економіці Урбанізація Економічне зростання країн, що розвиваються Зростання середнього класу
СОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ	ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ
Зростання населення світу Стрімке зростання кількості населення у країнах, що розвиваються Індивідуалізація Мультикультуризація Зростання соціальної відповідальності населення	Розвиток технологій безконтактного зв'язку Інтернет-речей Розвиток мобільних технологій Розвиток біохімії Створення нових матеріалів з відновлюваних ресурсів
ЮРИДИЧНІ ФАКТОРИ	ЕКОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ
Законодавчі вимоги щодо безпеки упаковки Законодавчі вимоги щодо екологічності пакування Боротьба з нелегальним імпортом	Кліматичні катаклізми Техногенні катастрофи Вичерпність природних ресурсів

Джерело: розроблено автором

Таким чином, проведений огляд дозволив визначити основні тенденції на світовому ринку гнучкої упаковки. Так, можемо зробити висновок, що

досліджуваний ринок зростатиме завдяки демографічним тенденціям до зростання чисельності населення і, відповідно зростання потреби в упаковці для харчових продуктів. А також слід відмітити значний інноваційний потенціал гнучкого пакування.

Список використаних джерел:

1. Глобальный рынок упаковки: перспективы роста и развития // Фармацевтическая отрасль. – 2017. – № 2. – С. 32-35.
2. Прогноз: объём рынка упаковки вырастет к 2020 г. до 1 триллиона долл. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.publish.ru/news/201607-08_20089353
3. Global Packaging Trends 2015 – Global Growth Markets for Packaging [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pmmi.files.cms-plus.com/AnnualMeeting/2015/Margulies.pdf>
4. Insight: Four key trends driving flexible packaging [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smitherspira.com/resources/2015/september/insight-four-key-trends-driving-flexible-packaging>
5. Packaging: market and challenges in 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.all4pack.com/content/location/136757>