



PRO
CONSULTING®
АНАЛІТИКА РИНКІВ. ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

АНАЛІЗ РИНКІВ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ, 2017-2022 РР.



МЕЖІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проаналізовано ринок упаковки для різних видів продукції з акцентом на пакування для кінцевого споживач.

Сегментація упаковки проведена по матеріалу з поділом на:

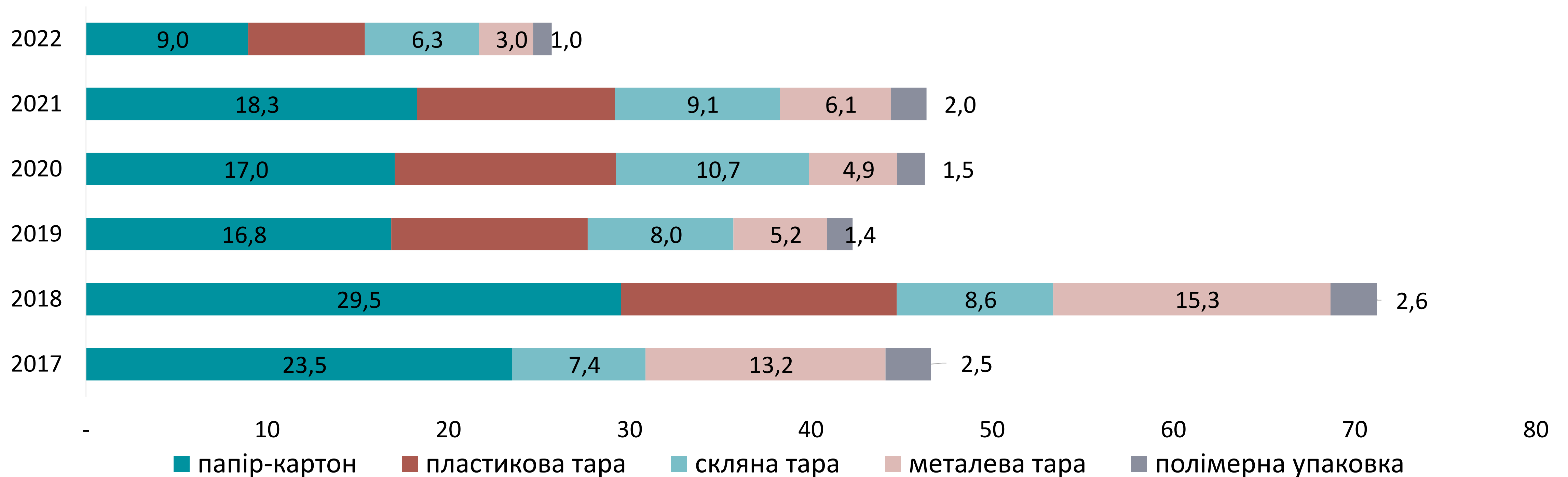
- Картонно-паперову
- Пластикову
- Скляну
- Металеву
- Полімерну



ВНУТРІШНЄ ВИРОБНИЦТВО

У всіх розглянутих товарних групах спостерігається значне зниження виробництва у 2022 році, що пояснюється повномасштабним вторгненням росії в Україну. Найбільше підприємств припинили роботу в галузях скляної тари та виробництва картону і паперу.

ОБСЯГИ ВИРОБНИЦТВА ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ, МЛРД. ГРН

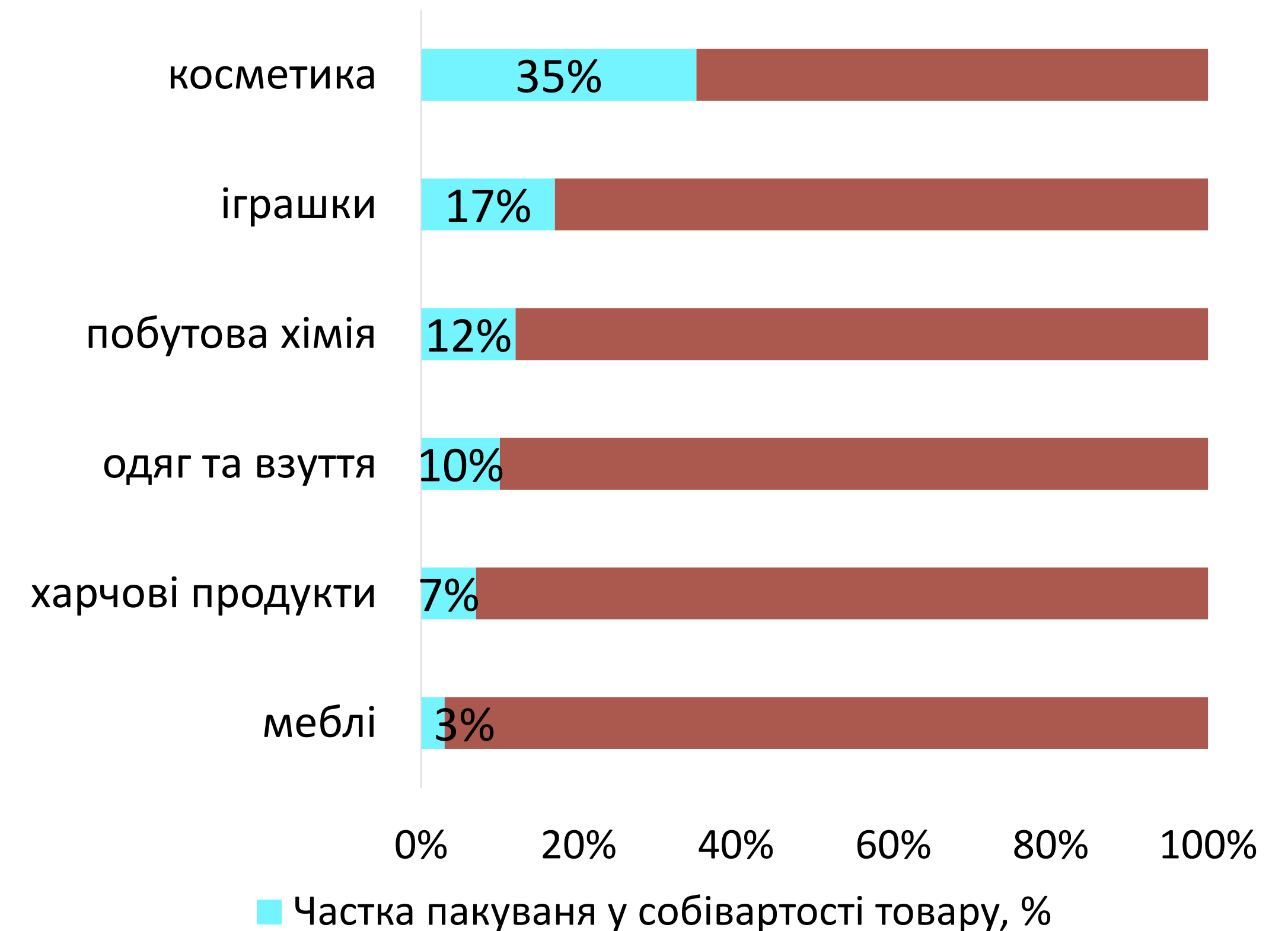


ОСНОВНІ ГАЛУЗІ-СПОЖИВАЧІ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Оцінка обсягів ринків-споживачів пакувальної продукції, 2022 рік



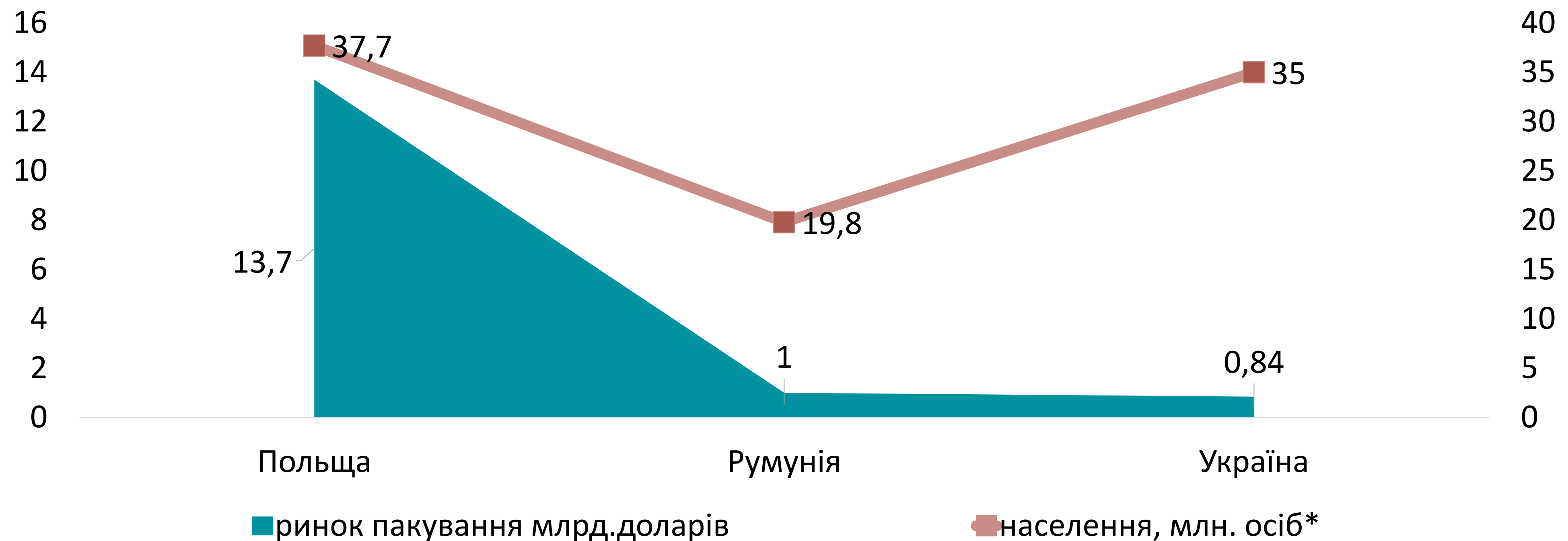
Оцінка середнього внеску вартості пакування у собівартість продукції по галузях



РИНОК ПАКУВАННЯ В ОКРЕМИХ КРАЇНАХ ЄС

Станом на початок 2022 року український ринок упаковки помітно відставав від європейського. Повномасштабне вторгнення призвело до кризи всіх галузей економіки та посилило цю тенденцію.

ПОРІВНЯННЯМ РИНКІВ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПОЛЬЦІ, РУМУНІЇ ТА УКРАЇНІ СТАНОМ НА 2022 Р.

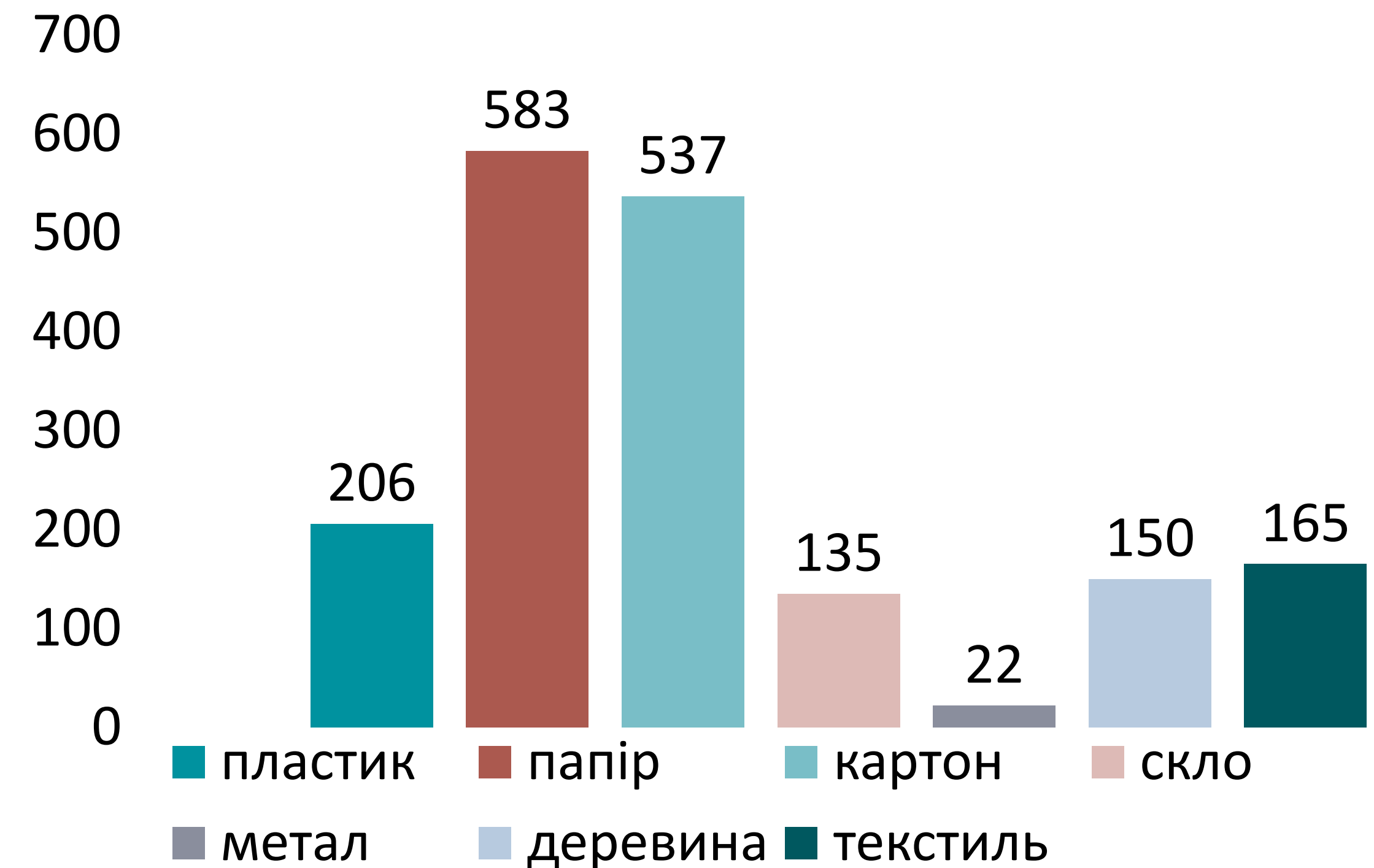


АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ КІНЦЕВИХ СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ (1)

Аналіз уподобань кінцевих споживачів продукції у роздрібній торгівлі проведено на основі загальнонаціонального опитування 1000 респондентів за генеральною вибіркою у розрізі купівлі досліджуваних продуктів з використанням пакування за наступними сегментами:

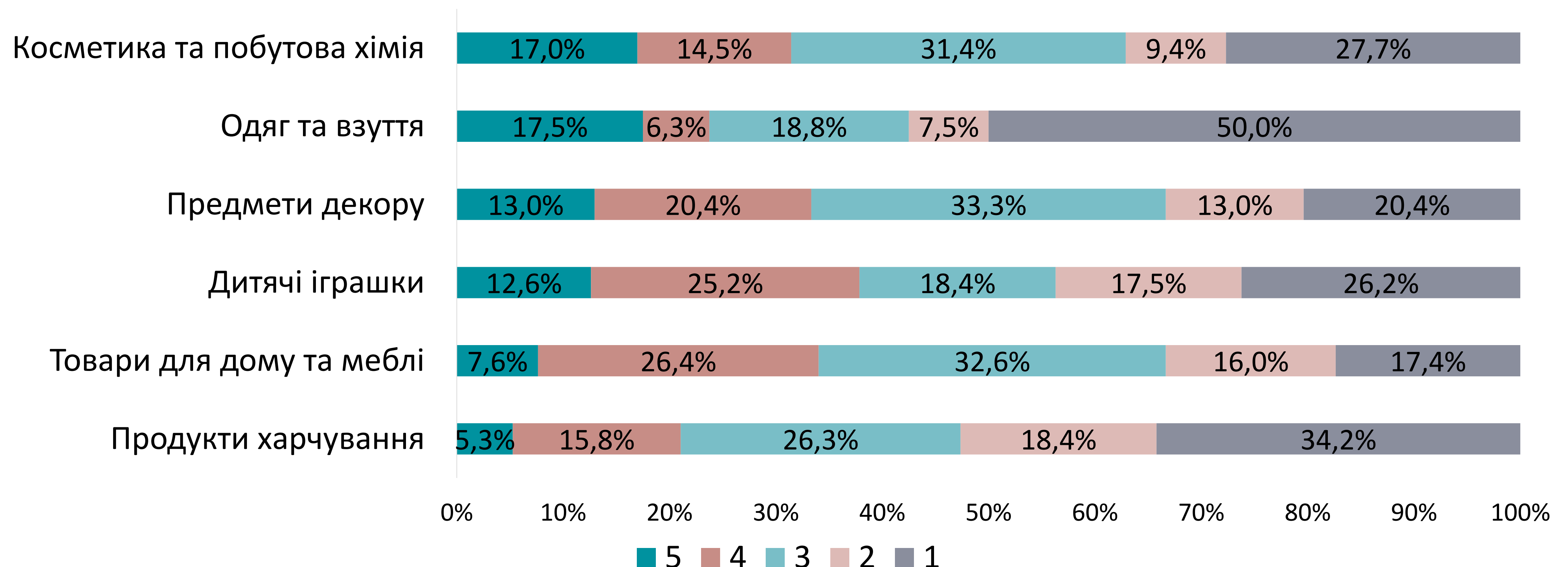
- Легка промисловість (одяг та взуття) – 300 осіб
- Продукти харчування – 200 осіб
- Косметика та побутова хімія – 200 осіб
- Іграшки – 100 осіб
- Меблі та товари для дому – 100 осіб
- Декор – 100 осіб

УПОДОБАННЯ РЕСПОНДЕНТІВ ЗА МАТЕРІАЛОМ ПАКУВАННЯ



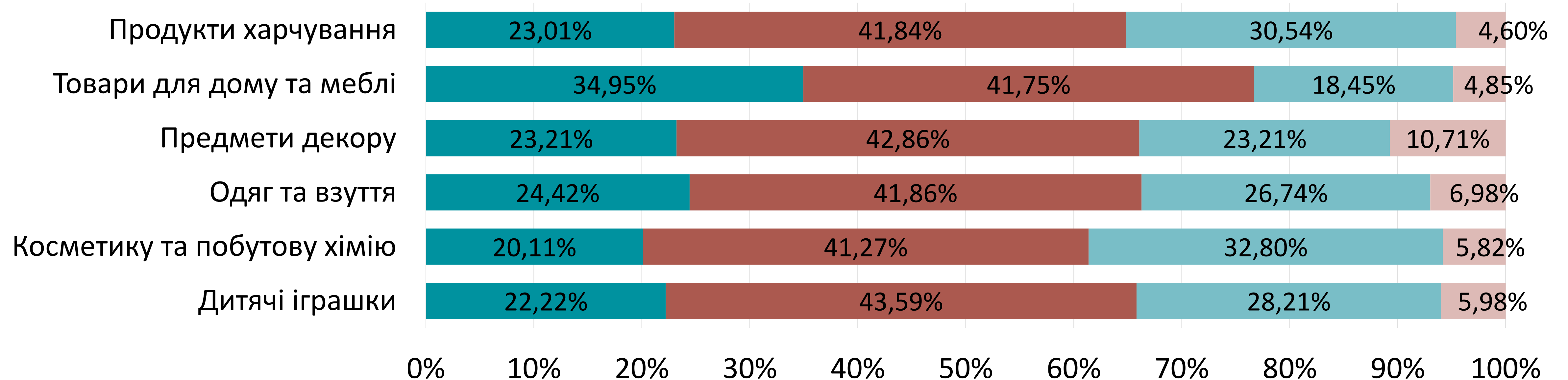
АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ КІНЦЕВИХ СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ (2)

За результатами опитування, певні вподобання та пріоритетність вибору пакування залежить від товарного сегменту. Найбільше упаковка впливає на вибір в сегменті косметики та побутової хімії, найменше – в сегменті продуктів харчування. За шкалою від 1 до 5 (де 5 – найбільший вплив), вплив упаковки на вибір товарів розподілений наступним чином.



АНАЛІЗ УПОДОБАНЬ КІНЦЕВИХ СПОЖИВАЧІВ ПРОДУКЦІЇ (3)

Загалом, споживач переважно готовий доплачувати за пакування не більше 5% від вартості товару (44,5% опитаних), зовсім не готові доплачувати за пакування 22,8% респондентів. Готовність доплачувати за пакування незначно залежить від сегменту. В цілому найвища готовність доплачувати від 5% та більше спостерігається в сегменті дитячих іграшок, косметики і побутової хімії. Взаємозв'язок готовності доплачувати за пакування та рівня доходу слабкий.



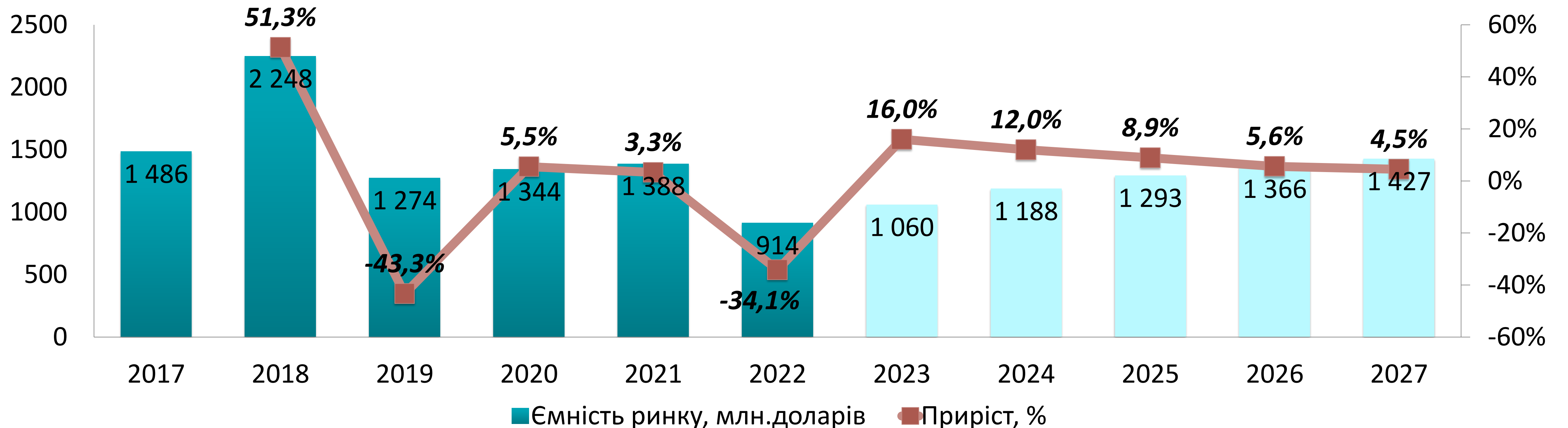
■ Не готовий ■ Так, але не більше 5% вартості ■ Так, але не більше 10% вартості ■ Так, але не більше 20% вартості

ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ. ОПТИМІСТИЧНИЙ

Наразі побудова прогнозу ринку ускладнена наявністю багатьох факторів впливу, зміни по яким можуть мати критичний вплив.

За сценарієм зменшення інтенсивності бойових дій (оптимістичний) важливим фактором впливу на економіку країни буде поступове звільнення окупованих територій, що буде стимулювати партнерів до інвестування у відновлення України.

ПРОГНОЗ ЄМНОСТІ РИНКУ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ В 2023-2027 РОКАХ ОПТИМІСТИЧНИЙ



ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ. ПЕСИМІСТИЧНИЙ

Сценарій інтенсифікації бойових дій (песимістичний) включає посилення атак з боку росії, в тому числі ракетних по регіонах, які розташовані на значній відстані від лінії фронту, що призведе до затягування війни та погіршення економічної ситуації в країні. Наслідками затяжної війни стануть сповільнення темпів відновлення економіки та зменшення інвестицій з боку країн-партнерів

**ПРОГНОЗ ЄМНОСТІ РИНКУ ПАКУВАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ В 2023-2027 РОКАХ.
ПЕСИМІСТИЧНИЙ**

