

В.Г. Тарасевич, А.А. Шиманская, 2 курс
Научный руководитель – О.В. Орешникова, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет

Современный маркетинг в целом имеет исключительно экономические цели и стремится к балансу экономических интересов производителя и потребителя. Однако в последние годы озабоченность влиянием производственной сферы на состояние окружающей среды затронула не только правительство и ученых, но и широкую общественность в лице потребителя. И именно последний сыграл решающую роль в появлении и становлении такого направления, как экологический маркетинг.

Экологический маркетинг – разработка и создание методов продвижения и реализации экологически безопасной продукции или услуги. Одна из целей экологического маркетинга заключается в том, чтобы обеспечить баланс интересов экономики и охраны окружающей среды [6, с.21].

Людей все чаще интересует, где и кем был создан приобретаемый товар, не страдали ли при производстве животные, каковы условия труда на фабриках-изготовителях, вредит ли производство товара окружающей среде, возможна ли экологичная утилизация или вторичная переработка купленного. Между тем, динамичный рост спроса на натуральные продукты и широкий интерес потребителей к здоровому питанию набирает обороты. Эти тенденции неразрывно связаны с необходимостью использования для такой продукции экологичной безопасной упаковки.

Рассматривая долю различных видов упаковок к общему мировому объему в период 2014-2020 гг. выяснилось, что неизменным лидером на протяжении шести лет является гибкая полимерная упаковка (Рис. 1). Картон, конечно, постепенно сдает свои позиции на рынке упаковки, но в некоторых сферах он по-прежнему остается основным тарным материалом [5, с.47].

В сравнении с другими странами Республика Беларусь производит 0,264 млн.т. (Рис. 2).

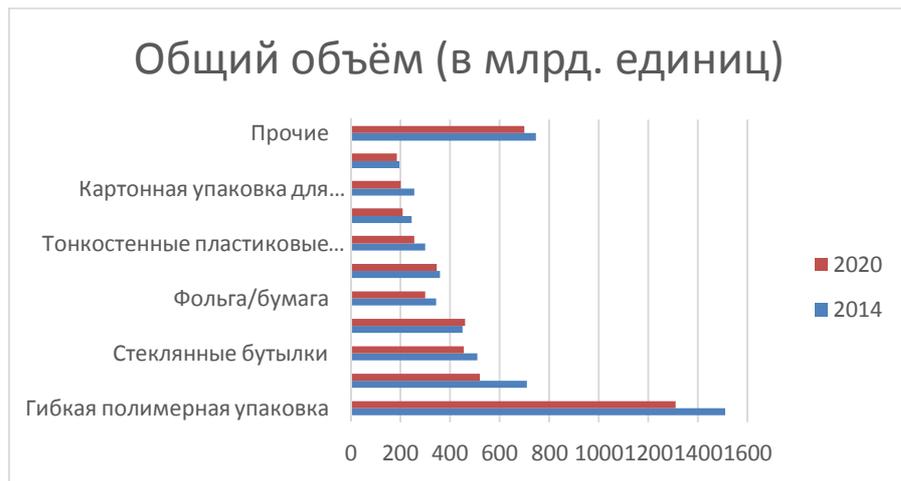


Рисунок 1. – Доля различных видов упаковок к общему мировому объему

Примечание – Источник: разработка автора на основе [1]

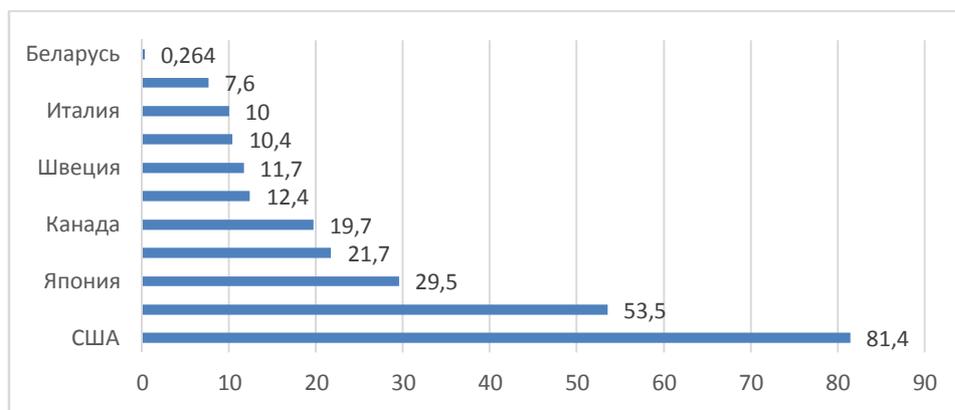


Рисунок 2. – Производство бумаги и картона по странам мира (млн. т.)

Примечание – Источник: разработка автора на основе [1]

За период 2016-2020 наблюдается стремительное увеличение изготовления бумаги и картона в Республике Беларусь на 35%. (Рис. 3).



Рисунок 3. – Производство бумаги и картона в Республике Беларусь в натуральном выражении

Примечание – Источник: разработка автора на основе [1]

Сохраняя основные тенденции, которые будут определять развитие рынка в 2022-м году, производителям продуктов питания при определении своей ассортиментной стратегии следует учитывать следующие важные изменения:

1. Снекификация

Этот тренд на создание мини-упаковок продуктов связан как с урбанизацией и ускорением темпа жизни, так и с желанием производителей снизить цену за единицу продукции при росте себестоимости. Тренд активно развивается, и к продуктам в мини-упаковке предъявляются новые требования — они должны быть вкусными, доступными и удобными для потребления на ходу [2, с.53].

2. Экологичность

В первую очередь — это требования к предприятиям по уменьшению выбросов в атмосферу и применения химических удобрений, а также по использованию возобновляемых источников сырья и повторной переработке упаковки. Но также растет спрос на экологичные продукты и упаковку — молодые потребители приходят к осознанию важности заботы о природе и постепенно отказываются от покупки брендов, не поддерживающих эту философию [3, с.69].

Белорусским производителям упаковочной отрасли необходимо обратить внимание на следующие направления в целях сокращения вредного воздействия на окружающую среду:

- повышение уровня профессиональных навыков специалистов, занятых в данной отрасли;
- увеличение количества видов упаковок и тары, производимых из вторсырья;
- замена пластика в производстве тары и упаковки на биополимеры и картон.

Таким образом, создание упаковки можно рассматривать как один из важных элементов реализации маркетинга. На сегодняшний день упаковочная отрасль Республики Беларусь развивается быстрыми темпами, однако до сих пор отстает в своем развитии от мирового рынка упаковки. Создание инновационной упаковки из картона, которая способна заменить те упаковочные материалы, наносящие огромный вред экологии — процесс практически с безграничными возможностями. Деконструкция традиционной упаковки может стать ключом к решению проблем экологии, а также подарить покупателям совершенно новые впечатления от покупок. Упаковки из картона будут являться доступным и экологичным способом представлять товары на рынке.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: belstat.gov.by. – Дата доступа: 21.03.2022
2. Тетерин В. Картон держит оборону [Электронный ресурс] В. Тетерин // Pakkograff: аналитический журнал упаковочной индустрии. – 2004. – № 6 – Режим доступа: 21.03.2022
3. Экологичная упаковка [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Cleandex. – Режим доступа: 21.03.2022
4. Лучшие упаковочные экоидеи [Электронный ресурс] / Отраслевой портал Unipack.ru. — Режим доступа: 21.03.2022
5. Упаковка как искусство [Электронный ресурс] / Popsop.ru : ресурс о брендинге и дизайне упаковки. – Режим доступа: 21.03.2022
6. Экологический маркетинг: учебное пособие. – Прокопенко О.В., Осик Ю.И., 2015.