

Хотя количество и ассортимент саморазлагающихся упаковок год от года увеличиваются, тем не менее их процент в упаковочных материалах, поступающих на российские свалки и мусороперерабатывающие заводы, пока не такой большой. А без увеличения выпуска именно таких упаковочных материалов рассчитывать на лучшее не приходится.

УДК 658.788.4 : 502.17

## **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ УПАКОВКА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ**

**Д.П. САКОВИЧ, Е.А. КУЧИНСКАЯ**

*Научный руководитель – С.В. Лешук  
ГрГУ имени Янки Купалы, Гродно, Беларусь*

Время глобального экологического кризиса подтолкнуло потребителей к более ответственному выбору товаров. Упаковка, не оказывающая негативного воздействия на окружающую среду, стала одним из главных требований современного потребителя. Конкурентоспособность упаковки включает в себя использование экологически чистых материалов, рециклируемость упаковки и возможность повторного использования. Компании, предлагающие такую упаковку, получают дополнительные конкурентные преимущества.

Экологическая упаковка – это упаковка, которая изготовлена из возобновляемых, перерабатываемых или биоразлагаемых материалов, имеет минимальный вес и объем, не содержит токсичных веществ и не наносит вреда природе в процессе производства, использования и утилизации.

Экологическая упаковка может иметь ряд преимуществ для производителей и потребителей товаров, таких как:

- Снижение затрат на производство, транспортировку и утилизацию упаковки за счет использования дешевых и легких материалов, а также оптимизации размеров и формы упаковки.
- Улучшение имиджа и репутации компании, которая демонстрирует свою социальную ответственность и заботу об окружающей

среде, а также соответствие требованиям законодательства и стандартов в области экологии.

- Привлечение и удержание внимания и лояльности потребителей, которые все больше осознают важность экологического выбора и предпочитают товары с экологической упаковкой, которая может быть также функциональной, эстетичной и информативной.

- Создание конкурентных преимуществ и дифференциации товара на рынке, который становится все более насыщенным и однородным, а также повышение его ценности и качества в глазах потребителей.

Критерии для конкурентоспособной экологической упаковки товаров могут быть разными в зависимости от типа товара, целевой аудитории, рыночной ситуации и экологических стандартов. Однако, в общем случае, можно выделить несколько основных критериев, которые должна удовлетворять экологическая упаковка:

- Экологическая упаковка должна быть изготовлена из возобновляемых, биоразлагаемых или перерабатываемых материалов, которые не наносят вреда окружающей среде. Например, из гофрокартона, бумаги, ткани, биопластика и т.д.

- Экологическая упаковка должна быть энергоэффективной и экономичной в производстве, транспортировке и утилизации. Это значит, что она должна требовать меньше материалов, энергии и места, чем традиционная упаковка, а также легко поддаваться переработке или компостированию.

- Экологическая упаковка должна быть функциональной и привлекательной для потребителей. Это значит, что она должна обеспечивать защиту, сохранность и удобство использования товара, а также отражать его ценность, качество и экологическую ответственность. Экологическая упаковка может также содержать информацию о своем составе, способах утилизации и экологических преимуществах.

- Экологическая упаковка должна соответствовать экологическим стандартам и нормативам, которые регулируют упаковочную отрасль. Это значит, что она должна проходить сертификацию и маркировку, подтверждающие ее экологическую безопасность и совместимость с требованиями законодательства.

Экологическая упаковка должна учитывать не только экологические, но и экономические, социальные и эстетические аспекты, чтобы быть конкурентоспособной на рынке.

Еще один аспект, который можно рассмотреть в связи с конкурентоспособностью экологической упаковки товаров, это ее дизайн

и маркетинг. Экологическая упаковка может быть не только функциональной и безопасной, но и привлекательной и уникальной, чтобы выделиться на фоне конкурентов и привлечь внимание потребителей. Экологическая упаковка может также использовать различные способы коммуникации с потребителями, такие как логотипы, цвета, шрифты, изображения, тексты, символы и т.д., чтобы передать свое экологическое послание и ценности.

Например, можно посмотреть на некоторые идеи экологически чистой упаковки, которые демонстрируют разнообразие и креативность в этой области. Некоторые из них используют вторичное или многоразовое использование упаковки, например, банки, которые можно превратить в светильники, или коробки, которые можно превратить в игрушки. Другие используют минималистичный дизайн упаковки, например, бумажные пакеты или конверты, которые экономят материалы и место. Еще другие используют биоразлагаемые или компостируемые упаковочные решения, например, упаковку из водорослей, которая можно съесть, или упаковку из грибов, которая можно компостировать. Все эти примеры показывают, как экологическая упаковка может быть не только экологичной, но и эстетичной, оригинальной и интересной.

Экологическая упаковка товаров будет полезной для следующих белорусских компаний:

- Белорганика, Био-Беля, Веган-Бел: компании, которые производят или реализуют органические, натуральные или веганские продукты. Так как они могут подчеркнуть свою социальную ответственность и заботу об окружающей среде, а также привлечь внимание экологически осведомленных потребителей.

- Милавица, Conte, Свитанак: компании, которые производят или реализуют товары большого объема или веса. Так как они могут снизить свои расходы на производство, транспортировку и утилизацию упаковки, а также сократить свое воздействие на окружающую среду.

- Луч, Заря, Кристалл: компании, которые производят или реализуют товары с высокой добавленной стоимостью. Так как они могут повысить свою конкурентоспособность на рынке, выделиться на фоне конкурентов и создать уникальный и привлекательный образ.

Экологическая упаковка является важным и актуальным направлением развития упаковочной индустрии, которое может способствовать решению экологических проблем, а также повышению конкурентоспособности товаров на рынке. Также может иметь различные виды и харак-

теристики в зависимости от материала, процесса, функциональности и дизайна упаковки. Существует ряд преимуществ для производителей и потребителей товаров, таких как снижение затрат, улучшение имиджа, привлечение и удержание внимания и лояльности, создание конкурентных преимуществ и дифференциации, а также удовлетворение потребностей и ожиданий. Экологическая упаковка является перспективной темой для дальнейшего исследования, поскольку она может открывать новые возможности для инноваций и креативности в области упаковки.

УДК 504.2

## ЧАЙНАЯ ЭКОЛОГИЯ

**К.О. СЕЛЯВКО, М.В. СОСНОВЩЕНКО**

*Научный руководитель – С.Л. Тришина*

*Белорусский государственный экономический университет*

*Минск, Беларусь*

Целью исследования являются биологически разлагаемые чайные пакетики, которые могут стать органическим удобрением для овощей, фруктов и других культур. Гипотеза – потребители станут чаще сортировать мусор, если из отходов можно будет произвести экологичное и низкозатратное удобрение, использование которого позволит снизить себестоимость овощей и фруктов. Примененные методы исследования – кабинетные исследования, полевые исследования (опрос).

В рамках изучения данной темы было проведено исследование (параметры выборки). Количество респондентов – 103 человека, из которых 71,4% – женщины и 28,6% – мужчины. 71,4% опрошенных находятся в возрасте 18–21 года, 12,7% – 22–25 лет, 6,3% – 41–50 лет и др.

В ходе опроса была получена (промежуточные результаты) информация о предпочтении потребителей – 36,5% респондентов предпочитают пить пакетированный чай, 31,7% пьют крупнолистовой, 31,7% предпочитают оба варианта. Также была получена информация о частоте сортировки мусора респондентами. Соотношение получилось следующее: 44,4% сортируют мусор иногда, 20,6% – часто, 25,4%