

## **УПАКОВКА КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА**

Конкурентоспособность товара на современном рынке служит главным критерием активности и стабильности производителя. Уровень конкурентоспособности зависит от многих факторов, и одним из факторов повышения конкурентоспособности товара служит совершенствование его упаковки. Применение современных упаковочных материалов позволяет продлить срок годности продовольственных товаров без существенного изменения их потребительских свойств. Упаковка не только защищает товар и сохраняет его качество на всех этапах товародвижения, но и является средством привлечения внимания потребителя к товару, выполняет информационную функцию. В случаях, когда качественные характеристики товаров-конкурентов мало отличаются друг от друга, удачно разработанная упаковка становится тем фактором, который определяет решение покупателя о приобретении. Таким образом, упаковку можно рассматривать как одно из важных средств реализации маркетинга.

Для продовольственных товаров все более широкое применение находят упаковки на основе полимерных материалов, а также их комбинации с бумагой, картоном или фольгой. Эти материалы благодаря сочетанию ряда полезных свойств начали существенно ограничивать сферы использования традиционных материалов. В настоящее время использование традиционных и новейших полимерных и комбинированных материалов потребительской упаковки обеспечивается широким набором современных упаковочных технологий и оборудования. Полимерные материалы, применяемые для упаковки продуктов, должны быть химически и термостойкими, прочными, безопасными в санитарно-гигиеническом отношении. Главными отличительными особенностями упаковочных материалов на основе полимеров являются их относительно небольшая себестоимость, удобство использования, разнообразие форм и емкости, привлекательный внешний вид. Выбор полимерного материала зависит от вида, состава, физико-химических свойств, способа обработки и назначения фасуемого продукта.

Развитие отрасли полимерных и комбинированных упаковочных материалов следует осуществлять по направлениям совершенствования их качественных характеристик для лучшего сохранения и продления сроков годности продовольственных товаров, совершенствования дизайна и увеличения видов расфасовки.

*Суркова О. Н., Хацкевич И. К., Иванцов В. И., Жикина Г. В., БГЭУ (Минск)*

## **ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ**

Защита прав потребителей является одной из наиболее актуальных социально-экономических проблем мирового сообщества.

Предприятия, непосредственно работающие с потребителями, должны обеспечивать надлежащий сервис и гарантировать защиту прав потребителей. К сожалению, в настоящее время уровень качества товаров, предлагаемых на потребительском рынке РБ, не всегда является удовлетворительным. Поэтому возрастает роль экспертной оценки качества потребительских товаров.

Работу по выдаче заключений специалистов на обращения покупателей, обнаружив-