

БЕЗУПАКОВОЧНАЯ ТОРГОВЛЯ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА

Сохранение нынешнего подхода к вопросам регулирования тароупаковочного хозяйства ведет к назреванию глобальной кризисной ситуации: с одной стороны, на цели упаковки уходит весомая доля добываемых на планете материальных ресурсов, с другой — выполнив в короткий срок свои упаковочные функции, эти ресурсы оказываются на мусорных свалках, которые уже сегодня на 40–50 % состоят из отходов упаковки.

Почти половину массы упаковочных отходов (48 %) составляют бумага и картон, 24 % — стекло, 8 % — черные и цветные металлы, 5 % — дерево, 15 % — полимерные синтетические материалы и комбинированная тара [3].

В результате проведенных исследований выяснилось, что одна среднестатистическая семья за месяц генерирует 4,5 кг смешанной картонно-полиэтиленовой упаковки помимо той, которая используется непосредственно производителями товаров, что составляет в годовом измерении 54 кг.

Сегодня не существует материалов, которые полностью бы удовлетворяли этим рекомендациям. Но в доставке товаров без упаковки и пакетов пока не обойтись (без упаковки по согласованию с перевозчиком или уполномоченным агентом может перевозиться тяжеловесный и/или негабаритный груз, если это разрешено техническими условиями его транспортировки), поэтому необходимо постараться найти хотя бы самый экологичный способ [1].

С точки зрения маркетинга отсутствие упаковки открывает новые возможности: 1) мерчандайзинг без использования упаковки помогает сократить отходы от упаковки; 2) учитывается возникающая потребительская тенденция к персонализации; 3) выделение линеек органических продуктов; 4) улучшаются впечатления покупателей; 5) отсутствие упаковки снижает конечную цену товара [2].

Рекомендации для логистических компаний, поставщиков и производителей:

- отказаться от ланч-боксов из ламинированного картона и полистирола, перейти на пульперкартон и полипропилен;
- сдавать упаковку из картона и других материалов на переработку, внедрить внутреннюю оборотную логистику и многоразовую упаковку;
- заменить подложки на экоматериал — пульперкартон;
- заменить стретч-пленку на стретч-кольца;
- заменить бумажные пакеты на пластиковые.

Таким образом, в ближайшем будущем главным приоритетом для компаний в области устойчивого развития является внедрение экологичных упаковочных материалов, оказывающих меньшее воздействие на окружающую среду. Нахождение баланса между эффективностью, затратами и воздействием упаковки на

окружающую среду может стать сложной задачей, но правильное решение откроет захватывающий революционный этап для цепочек поставок во всех отраслях.

Источники

1. Белорусский государственный университет метрологии [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belgim.by/pages/view?id=441>. — Дата доступа: 25.03.2022.

2. Ответственность производителя за свою продукцию [Электронный ресурс] // Отходы. Ру. — Режим доступа: <https://www.waste.ru/modules/section/item.php?itemid=1>. — Дата доступа: 25.03.2022.

3. Многоцветная упаковка в логистике — удачное сочетание экономической эффективности и экологической безопасности [Электронный ресурс] // Перевозка 24. — Режим доступа: <https://perevozka24.ru/pages/mnogorazovaya-upakovka-v-logistike-udachnoe-sochetanie-ekonomicheskoy-effektivnosti-i-ekologicheskoy>. — Дата доступа: 25.03.2022.

4. Экоупаковка как оптимизация бизнеса [Электронный ресурс] // Гофроиндустрия. — Режим доступа: <https://gofromagazine.com/eko-upakovka-kak-optimizaciya-biznesa.html>. — Дата доступа: 25.03.2022.