

работали качественно и увеличивали конверсию, нужно правильно определить аудиторию ретаргетинга, учитывая географические, демографические и психологические аспекты.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Щербаков С. Таргетированная реклама. Точно в яблочко / С. Щербаков. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 171 с.
2. 7 кейсов ретаргетинга от мировых брендов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/34BXat> – Дата доступа: 16.04.2023.
3. Study: 83 % of marketers question effectiveness of retargeting ads [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/34BXeE> – Дата доступа: 16.04.2023.

УДК 330.18'20

#### СВЯЗЬ УПАКОВКИ ТОВАРА С ЕГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕМ

*В. В. Андрусевич, Ю. Д. Матвеев студенты группы 10504121 ФММП БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент И. С. Полоник*

*Резюме – рассматривается понятие «упаковка товара», ее цели, задачи и принципы. Позиционирование упаковки товара в современном мире.*

*Resume – the concept of "product packaging", its goals, objectives and principles are considered. Positioning of product packaging in the modern world.*

**Введение.** Упаковка товара играет важную роль в его позиционировании на рынке. Хорошо продуманная упаковка может привлечь внимание потенциальных покупателей, вызвать у них положительные эмоции и убедить их приобрести товар. Важно учитывать, что упаковка должна соответствовать характеристикам товара и его целевой аудитории. Например, для продуктов питания важно, чтобы упаковка была герметичной и удобной в использовании, а для электроники – надежной и защищающей товар во время транспортировки. Также упаковка может использоваться для дифференциации товара от конкурентов. Например, уникальный дизайн или форма упаковки могут привлечь внимание покупателей и выделить товар на полке среди аналогичных товаров. В целом, упаковка является важным элементом маркетинговой стратегии и может существенно повлиять на успех продаж товара [1].

**Основная часть.** Упаковка товара имеет несколько целей и задач, которые важны для продвижения товара на рынке:

1. Защита товара. Главная задача упаковки – обеспечить сохранность товара во время транспортировки, хранения и продажи. Упаковка должна защищать товар от механических повреждений, воздействия внешней среды, а также от кражи и подделок.

2. Привлечение внимания покупателей. Упаковка может быть использована для привлечения внимания потенциальных покупателей на полке

магазина. Она должна быть яркой, привлекательной и информативной, чтобы вызвать интерес и убедить покупателя купить товар.

3. Дифференциация от конкурентов. Уникальный дизайн и форма упаковки могут помочь выделить товар на полке среди аналогичных товаров и привлечь внимание покупателей.

4. Удобство использования. Упаковка должна быть удобной в использовании, чтобы покупатель мог легко и быстро получить доступ к товару.

5. Информативность. Упаковка должна содержать достаточно информации о товаре, чтобы покупатель мог принять правильное решение о покупке. На упаковке должны быть указаны основные характеристики товара, инструкции по использованию, сроки годности и другая полезная информация [2].

Принципы упаковки товара: 1. Функциональность. Упаковка должна выполнять свои функции и защищать товар. 2. Эстетика. Упаковка должна быть привлекательной и соответствовать бренду и целевой аудитории. 3. Информативность. Упаковка должна содержать достаточно информации о товаре. 4. Экологичность. Упаковка должна быть экологически безопасной и удобной для переработки. 5. Экономичность. Упаковка должна быть экономичной и не увеличивать себестоимость товара.

Упаковка товара имеет несколько целей и задач, которые важны для продвижения товара на рынке: 1. Защита товара. Главная задача упаковки – обеспечить сохранность товара во время транспортировки, хранения и продажи. Упаковка должна защищать товар от механических повреждений, воздействия внешней среды, а также от кражи и подделок. 2. Привлечение внимания покупателей. Упаковка может быть использована для привлечения внимания потенциальных покупателей на полке магазина. Она должна быть яркой, привлекательной и информативной, чтобы вызвать интерес и убедить покупателя купить товар. 3. Дифференциация от конкурентов [3]. Уникальный дизайн и форма упаковки могут помочь выделить товар на полке среди аналогичных товаров и привлечь внимание покупателей.

**Заключение.** Подводя итоги можно сказать, что упаковка товара играет важную роль в его позиционировании. Она может привлекать внимание потенциальных покупателей и помогать выделиться на полках магазина. Кроме того, упаковка может передавать информацию о продукте, его качестве и преимуществах. В целом, упаковка товара является важным элементом в его позиционировании и может оказать значительное влияние на принятие решения покупателем.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Цахаев, Р. К. Основы маркетинга / Т. В. Муртузалиева, С. А. Алиев. – изд. 2-е. – М. : Учебник 2018. – 552 с.
2. Голубков, Е. П. Ревизия и аудит: учеб.-метод. пособие. / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2020. – 656 с.
3. Чернов, А. А. Упаковка и хранение продукции / А. А. Чернов, И. В. Белова. – М. : Учебник 2018. – 227 с.