

поколения. Потребители готовы платить больше за устойчивые продукты и предпочитают бренды, демонстрирующие приверженность экологической ответственности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зеленый маркетинг // [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.marketch.ru/> – Дата доступа: 28.04.2023.
2. Как использовать зеленый маркетинг для продвижения: советы и примеры // [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.e-executive.ru>. – Дата доступа: 28.04.2023.

УДК 504.06

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПАКОВКИ ПРИ СОЗДАНИИ ЗЕЛЕННОГО ТОВАРА

*М. С. Кухта, студент группы 10504121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент И. С. Полоник*

Резюме – основное рассматриваемое понятие – «упаковка», а также «зеленый товар».

Resume – the main concept under consideration is “packaging”, as well as “green goods”

Введение. С каждым годом все чаще и чаще возникает вопрос об экологии. На данный момент, загрязнение окружающей среды является одной из главных проблем дальнейшего существования человечества. Поэтому в сфере бизнеса все больше стало появляться понятие «зеленого товара».

Основная часть. «Зеленый товар» – это тот товар, который, либо вовсе не вредит человеку, либо оказывает минимальное воздействие, в отличие от других товаров на рынке. Используя новые технологии предприятия стараются минимизировать негативное влияние выпуска продукции на окружающую среду. Внимание на данную тему все больше привлекают маркетологи в своих рекламах и гринпис-акциях. Создание «зеленого товара» – это процесс достаточно трудный, но дает ряд преимуществ перед конкурентами.

Самым главным таким преимуществом является позитивный имидж и лояльность к бренду, что открывает для компании доступ к новым рынкам. Такой рынок является очень перспективным, так как все больше людей начинают отказываться от неэкологически чистых продуктов переходя на «зеленые товары». Развитие «зеленого товара» для компании является проблемой из-за таких причин, как незнание или нежелание знать больших групп людей темы загрязнения окружающей среды. Также проблемой является поиск больших инвестиций для создания «зеленого товара», так как, чтобы развивать такие проекты нужно открытие новых технологий, немногие готовы вложить на такое огромные деньги.

Создание упаковки для «зеленого товара» во многом зависит от местной инфраструктуры, так как в разных странах или областях может и не найтись места где можно будет производить и переработать эко-упаковку. Именно поэтому при создании экологичной упаковки требуется использовать легко перерабатываемые материалы, переработку которых принимают специальные пункты по всей стране.

Важно понимать, что при производстве такой упаковки или самого товара выделяются отходы, поэтому важным шагом при выпуске «зеленого товара» – это минимизировать выделение таких отходов или создать возможность их переработки.

Очень важно обратить внимание из чего сама упаковка будет производиться, так чтобы материал был из управляемых источников, которые будут возобновляться. Одним из самых популярных видов хорошей «зеленой упаковки» та, которая может после использования, использоваться еще раз. Главным примером является стеклянные бутылки, которые собираются в специальных пунктах приема.

В некоторых странах Европы на улицах или торговых центрах ставятся автоматы, которые отсчитывают залог при покупке товара и выдают деньги. Также главной целью при производстве «зеленой упаковки» – это максимально возможно уменьшить вес и убрать в ней все воздушные «подушки».

Вывод. Таким образом можно прийти к выводу, что при создании упаковки для «зеленого товара» нужно приложить большие усилия и придерживаться стандартов, минимизировать отходы и выбросы, защищая нашу природу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое зеленый продукт?» [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://mybusinesscentr.ru/chto-takoe-zelenyi-prodykt/> – Дата доступа: 27.04.2023.
2. Статья «Зеленая упаковка» [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://sher.media/chto-takoe-zelenaya-upakovka-i-mozhno-li-ee-vstretit-na-rossijskom-rynke/> – Дата доступа: 27.04.2023.