

режимом доступа <https://www.slivki.by/>, а также <https://gazetki.by>. С помощью этих ресурсов потребитель быстро может найти информацию об актуальных предложениях в Республике Беларусь, в виду того, что они сотрудничают с крупными торговыми сетями и магазинами.

В ходе исследования опрос потребителей показал, что об этих сайтах знают 47% опрошенных, из них более половины регулярно пользуются выгодными предложениями и купонами.

**Заключение.** Ценовые средства стимулирования для организации производителя и организации-продавца могут иметь не только плюсы, но и минусы.

Положительные моменты в ценовом стимулировании продаж – это, в первую очередь, ускорение товарооборота, ликвидация остатков товара, привлечение новых покупателей и формирование имиджа компании «с доступными ценами».

Отрицательные моменты – это снижение прибыли на единицу продукции; временное «затоваривание» потребителей, что может вести к вероятному снижению количества покупок в ближайшем будущем.

Таким образом, целесообразность проведения организацией-производителем и организацией-продавцом ценового стимулирования продаж определяется снижением цены и грамотной подачи конечному потребителю.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнес-журнал «Жажда» / [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://zhazhda.biz/>

2. Белорусский он-лайн журнал о рекламе, маркетинге, дизайне, креативе, PR, digital/ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://marketing.by/>

3. Сайт выгодных предложений вашего города / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.slivki.by/>

4. Маркетинг: учебник/ И.Л.Акулич – Минск: Высшая школа; 6-е изд., испр. - Мн.: 2009. — 511 с.

УДК 676.2

## УПАКОВКА ТОВАРА: ИСТОРИЯ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

*Учащиеся группы 32М2к Михедова Н. В., Панасюк А. С,  
преподаватель Немченкова Н. Е.*

*Филиал БНТУ «Минский государственный политехнический колледж»*

«Для людей важней всего активность: сначала они активно портят природу – потом начинают активно исправлять содеянное. Так и обеспечивается всеобщая занятость». Владимир Савченко, «Должность во вселенной».

На данный момент упаковка является одним из самых мощных средств воздействия на разум потребителя. Упаковка (packing) - тара, это тот материал, в который помещается товар.

По общему назначению упаковка подразделяется на два вида:

Потребительская упаковка – является неотъемлемой частью товара, определяющей его количественные характеристики (масса, объём, длина и др.); после реализации товара такая упаковка переходит в собственность потребителя.

Транспортная упаковка - используется для перевозки, хранения, обеспечения механизации погрузочно-разгрузочных работ.

Упаковка товара выполняет следующие функции:

Защитная - в течение определённого срока данная функция обеспечивает не только сохранность качества продукции, но и охраняет людей, окружающую среду от различных опасных и вредоносных продуктов.

Локализационная - упаковка как ограничение в объёме определённого количества товара. Соблюдение этой функции помогает более эффективному прохождению товара через самые разнообразные каналы сбыта.

Информативная - данная функция упаковки помогает идентифицировать товар по наименованию, а также по его качеству. Данная «процедура» во многом способствует формированию имиджа предприятия.

Через размещение на упаковке или внутри неё купонов и сертификатов, разыгрывание подарков и самых разнообразных призов, а также организацию и проведение конкурсов себя показывает функция стимулирования сбыта.

Последняя, но не менее важная функция, - рекламная. Именно она побуждает потребителя приобрести тот или иной товар в соответствии с применённым комплексом мер.

О том, как лучше всего хранить продукты, человек начал задумываться ещё около шести тысяч лет назад. Вначале была глина. Затем появилась стеклянная тара (бутылка). Постепенно люди стали переходить от использования хлопковых, джутовых мешков к пакетам, что является важным этапом в развитии упаковки. Далее была картонная упаковка, позже стала применяться упаковочная бумага и гофрокартон. На территории Беларуси активное распространение получила жестянка и консервная банка. Производство различных металлических упаковочных коробок началось в 80-е годы 19 века. Изначально такие коробки украшались с помощью бумажных этикеток, а позже рекламу и рисунок печатали на самой жестяной банке. В 40-х годах, благодаря использованию жестяной банки, когда было изобретено порошковое молоко в России, консервные банки с таким молоком стали активно

покупать и на территории Беларуси. В конце концов человек пришёл к использованию пластмассы.

Опираясь на ряд проводимых исследований, можно выделить следующую группу самых наиболее актуальных проблем в отношении упаковки:

1. Чрезмерно высокая стоимость упаковки.
2. Отражение «истинных» данных на упаковке, а также в маркировке.
3. Загрязнение окружающей среды.
4. Использование ресурсов, находящихся в дефиците.

Самая серьёзная экологическая проблема - загрязнение окружающей среды техногенными отходами. Они в себя включают такие вредные вещества как канцерогенные и мутагенные компоненты, которые наихудшим образом сказываются и отражаются на формировании окружающей среды. В настоящее время всё большее признание получает то оборудование, которое способно упаковывать продукты в наиболее Экологичные материалы. Экологичные, дешёвые, а также «нефтенезависимые» пластики – **биоразлагаемые полимеры** – это такой особый класс упаковки, который в будущем имеет очень высокую перспективу в легком конкурентов со всей целлюлозно-бумажной продукцией. Постепенно их начинают внедрять в производство, соответственно – происходит дальнейшее вытеснение собой неорганического пластика.

В дополнение к вышеизложенному, следует выделить меры, которые активно применяются для сохранения окружающей среды от негативных последствий использования упаковки.

Гринпис (Greenpeace) – это одна из крупнейших международных общественных экологических организаций. Основной целью её действий, которые порой затрагивают самые разнообразные стороны человеческой жизнедеятельности, является решение экологически глобальных проблем посредством привлечения к ним внимания со стороны как властей, так и обычных потребителей.

В Республике Беларусь также предпринимаются меры по защите окружающей среды, предотвращению последствий некачественного (порой и неумышленного) использования упаковки. Государственный комитет по земельным ресурсам, геодезии и картографии Республики Беларусь наблюдает земельную почву от загрязнений, в том числе и от использованной упаковки. Министерство лесного хозяйства Республики Беларусь осуществляет контроль за состоянием, а также охраной лесов. В качестве примера следует привести следующие страны:

Дания. В 1994 году был введён налог на бесплатную раздачу пакетов из полиэтилена.

Германия. Утилизацию пакетов должны оплачивать потребители, а за сбор, также вторичную переработку будут отвечать продавцы, различные распространители.

В настоящее время в Беларуси нет ограничений в использовании полиэтиленовых пакетов. Однако совсем недавно Президент Республики Беларусь сделал заявление о грядущем запрете на использование бутылок из пластика, а правительству было дано поручение на введение запрета на использование пластиковых бутылок в пищевых целях.

Таким образом, рекомендуется ввести налог на использование полиэтиленовых пакетов, ограничив их использование в повседневной жизни людей; в случае отсутствия дополнительного налога рекомендуется принять меры, которые будут направлены на полный запрет полиэтиленовых пакетов. Также следует принять меры по использованию биоразлагаемых, бумажных пакетов.

Перспективы развития упаковки. Говорящая упаковка. Компания, которая производит телефоны марки Motorola и международная бумажная компания пришли к выводу о том, что будет правильно вместе объединиться в борьбе против подделок. Главным результатом их совместной деятельности является новейшая разработка – умная упаковка. В новую упаковку в дальнейшем будут встроены радиометки, обладающие возможностью поддерживать разговор с производителем. Предполагается, что таким образом будет совершенствоваться контроль, а по совместительству с ним и безопасность.

Упаковка из зерновых культур вполне может заменить собой пищевую упаковку, которую используют потребители каждый день в своей повседневности. Её основным и самым главным преимуществом является возможность отказа от захоронений пластика в земле, что ведёт за собой ряд негативных последствий, а также применяемых мер по их ликвидации.

Дизайнеры также активно вовлечены в решение экологических проблем, но некоторые дизайнеры создают упаковку по массе намного больше, чем сам продукт, за который потребитель переплачивает.

Асептическая упаковка. Кратчайшее по времени воздействие на продукт (товар) высоких температур позволяет сохранять различные питательные свойства товара, тем самым поддерживать его «настоящий» вкус.

Сначала люди активно портят природу, а затем так же активно начинают исправлять содеянное. Это тот путь, без которого невозможно будущее. Тот путь, который человечество должно пройти ради эволюции в совершенно новое, но оттого не менее привлекательное. Упаковка является столь привлекательной для нашего сознания, но она может стать причиной непоправимых последствий. Порой люди забывают о том, что является самым важным: никому другому, кроме нас самих, не жить в том мире, который мы сами и создаём. А создаём мы его каждый новый день.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Розенберг, Г.С., Мозговой Д.П., Гелашвили Д.Б. Экология. Элементы теоретических конструкций современной экологии. Уч. пособие. Институт экологии Волжского бассейна Самарского НЦ РАН. - 1999г. 397 с.
2. Ананичев, К.В. “Проблемы окружающей среды, энергии и природных ресурсов. Международный аспект М: “Прогресс”, 1974 г. 100 с.
3. Андерсон, К., Керр К. Менеджмент, ориентированный на потребителя. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. - 288 с.
4. Котлер, Ф., Армстронг, Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга/ Изд. дом «Вильямс», 2002. - 944 с
5. Хайн, Т. Все об упаковке. — М.: Арт-Родник, 2008. - 245 с.

УДК 656

### УРБАНИСТИКА КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРОГРЕССИВНОЙ СИСТЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*Учащиеся группы 32М2к Голенович А.А., Коноплицкий Д.А.,  
преподаватель Мельник А.С.*

*Филиал БНТУ «Минский государственный политехнический колледж»*

**Введение.** Общественный транспорт является средой, которая оказывает колоссальное воздействие на большое количество людей. Повседневно в нашей стране общественным транспортом пользуются тысячи человек. Его характер охватывает и воздействует на внушительную часть современного общества, так, сегодня действительно важно регулирование со стороны закона в сфере пользования общественным транспортом, его результативная организация на местном уровне, безопасность, широкий выбор услуг для пассажиров, учет пожеланий и удобство клиентов, реальные и прозрачные тарифы. **Урбанистика** – наука, посвященная развитию различных городских систем (транспорт, пешеходная инфраструктура, экология, здравоохранение и другие), их взаимодействию между собой и с жителями города. Основной задачей урбанистики является обеспечение устойчивого развития городских систем, комфортных условий жизни и передвижения в городах. Одним из ключевых инструментов развития прогрессивной системы может выступать урбанистика и её принципы.

*Цель работы:*

1. провести анализ и систематизировать накопленный опыт западных стран в вопросах транспортного сообщения;