

ЗНАЧЕНИЕ УПАКОВКИ КАК ЭЛЕМЕНТА СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ РЫНКА

С ростом массовой торговли производители осознали важность упаковки как инструмента маркетинга. Упаковка - важный метод коммуникации с потребителем. Она демонстрирует марку, указывает состав и направление использования, отражает образ марки и демонстрирует продукцию, выделяя ее через дизайн, цвет, форму, материал. Поэтому дизайн упаковки должен сочетаться и быть в гармонии с самим товаром, требованиями потребителей, общей маркетинговой стратегией и фирменным стилем предприятия.

Исследования подтверждают, что потребители совершают покупки скорее “импульсивно”, вследствие оказываемого воздействия упаковки, чем из-за особых качеств продукта. Но невысокое качество отечественных упаковочных материалов очевидно. Это результат устаревшего оборудования, невысокого качества бумаги, блеклых красок.

В связи с появлением растущей конкуренции зарубежных производителей, отечественным предприятиям приходится принимать решения по усовершенствованию упаковки. В основном, на данный момент улучшение качества упаковки производится за счет импортных материалов. Высокое качество, яркие краски импортных упаковочных материалов позволяют производить высококачественную упаковку, стимулирующую покупку. Данная мера усовершенствования имеет негативные стороны, в частности, высокие издержки, отражающиеся на стоимости изделия. Поэтому можно констатировать необходимость развития отечественной промышленности упаковочных материалов.