

УДК 658.14/17:338.24

Шапоренко О.О.,
аспірантка кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Shaporenko Olena,
PhD Student of the Department of Marketing and International Trade,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

КРАФТ-ПАКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Шапоренко О.О. Крафт-пакування як інструмент просування органічних продуктів: зарубіжний досвід та українські реалії. У статті висвітлено сучасний стан ринку органічної продукції, використання пакування загалом та крафт-пакування зокрема як одного з інструментів просування органічного продукту. Наведено результати аналізу провідного досвіду ключових досвідчених гравців органічного ринку та початківців з України та країн ближнього та дальнього зарубіжжя. Розкрито, що насамперед виділяє товар у конкурентному середовищі, тим самим ілюструючи особливість саме цього товару серед усіх представників товарів даного виду. Доведено, що раціоналізація крафт-пакування підвищує впізнаваність товару на полицях магазину. Визначено, як крафт-пакування сприяє просуванню органічних продуктів в Україні та світі. Встановлено науково-практичний підхід до розроблення крафт-пакування, який відкриває широкі простори для вдосконалення маркетингового інструментарію представлення товару.

Ключові слова: крафт-пакування, органічні продукти, органічний ринок, маркетинг, інструменти просування.

Шапоренко Е.А. Крафт-упаковка как инструмент продвижения органических продуктов: зарубежный опыт и украинские реалии. В статье отражено современное состояние рынка органической продукции, использования упаковки в целом и крафт-упаковки в частности как одного из инструментов продвижения органического продукта. Представлены результаты анализа ведущего опыта ключевых опытных игроков органического рынка и новичков из Украины и стран ближнего и дальнего зарубежья. Раскрыто, что прежде всего выделяет товар в конкурентной среде, тем самым иллюстрируя особенность именно этого товара среди всех представителей товаров данного вида. Доказано, что рационализация крафт-упаковки повышает узнаваемость товара на полках магазина. Определено, как крафт-упаковка способствует продвижению органических продуктов в Украине и мире. Установлено научно-практический подход к разработке крафт-упаковки, который открывает широкие возможности для совершенствования маркетингового инструментария представления товара.

Ключевые слова: крафт-упаковка, органические продукты, органический рынок, маркетинг, инструменты продвижения.

Shaporenko Olena. Kraft packaging as a tool for promoting organic products: foreign experience and Ukrainian realities. The article highlights the current state of the organic produce market, the use of packaging in general and, in particular, kraft packaging as one of the tools for promoting the organic product. The results of the analysis of the leading experience of key experienced organic market players and beginners from Ukraine and the world are presented. It is revealed that, first of all, it allocates a product in a competitive environment, thus illustrating the peculiarity of this product

among all representatives of goods of this type. At this stage of development of production of packaging performs not only the functions of storage of the goods as packaging or simply a means of preserving the goods from external factors, but also the so-called a representative task. The specificity of the sale of organic goods requires special conditions, since the packaging must be carried out exclusively in such varieties of packaging that do not violate the integrity of the organic product. Traditional packaging for organic products in Ukraine and the world today is complemented by fundamentally new possibilities, materials and forms of packaging. Kraft packaging is a solid niche among organic packaging options. It is proved that rationalization of kraft packaging increases the awareness of the goods on store shelves. It is determined how Kraft packaging promotes organic products in Ukraine and in the world. Domestic organic products are in high demand both in Ukraine and abroad, in international markets, but often the quality of packaging materials does not meet the high modern world standards, not only visually but also in terms of organoleptic characteristics, due to which the product is spoiled. Since successful sample packaging for organic products will make it more efficient to sell products domestically, and will also open the possibility of exporting organic products not in the form of raw materials, but in the form of high value-added end products. A scientific and practical approach to the development of Kraft packaging has been established, which opens wide spaces to improve the marketing tools for product presentation.

Key words: craft packaging, organic products, organic market, marketing, promotion tools.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. 2 серпня 2019 р. набрав чинності Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» № 5448-Д [1], який було прийнято 237 голосами народних депутатів 10 липня 2018 р., тому цей день можна вважати новою точкою відліку «органічної» України.

Вітчизняні органічні продукти користуються великим попитом як в Україні, так і за її межами, на міжнародних ринках, але нерідко якість пакувальних матеріалів не відповідає високим сучасним світовим стандартам не лише візуально, а й за органолептичними показниками, через що відбувається псування продукту.

Вдалі зразки пакувань для органічних продуктів дадуть змогу зробити більш ефективною реалізацію продукції на внутрішньому ринку, а також відкриють можливості експорту органічної продукції не у вигляді сировини, а у вигляді кінцевого продукту з високою доданою вартістю.

Огляд (аналіз) останніх досліджень і публікацій з цієї проблеми, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Окремі наукові аспекти виробничо-збутової діяльності на ринку органічної продукції розглядали такі вітчизняні вчені, як: В.І. Артиш, Т.В. Боровик, Н.А. Берлач, Н.В. Бородачева, О.В. Гончарук, Т.Г. Дудар, О.О. Созінов, В.І. Кисіль, М.І. Кобець, О.І. Корніцька, Н.Я. Кутаренко, Я.С. Ларіна, Н.А. Макаренко, Є.В. Милованов, В.В. Підліснюк, В.О. Пішкова, П.В. Писаренко, О.В. Рудницька, Е.Е. Савицький, В.Ф. Сайко, Л.М. Сокол, Т.О. Чайка та ін. Однак ще недостатньо вивченим залишається питання впливу крафт-пакування як безпосереднього інструменту просування органічної продукції в Україні та світі.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є дослідження особливостей крафт-пакування для органічних продуктів, аналіз існуючих зразків та можливостей розвитку галузі у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На даному етапі розвитку виробництва пакування виконує не лише функції зберігання товару, які прописано у ДСТУ 2887–94, затвердженому і веденому в дію Наказом Держстандарту України № 312 від 9 грудня 1994 р. та діючому й сьогодні [2], де пакування – це не тільки тара або просто засіб збереження товару від зовнішніх

чинників, а й так зване представницьке завдання, тому що у великому різноманітті товарів, готових зайняти своє місце у кошику споживача, на полицях магазинів різних типів – від маленьких бутиків, авторських крамничок, магазинів крокової досяжності, розташованих безпосередньо біля будинку, до великих супермаркетів, гіпермаркетів зі своєю мережею розваг, та незліченної кількості Інтернет-крамниць покупцю необхідно вибрати саме свій товар, а пакування, оскільки бере на себе завдання так званого німого продавця товару, займає лідерську позицію (рис. 1). Серед великої кількості товарів, представлених у торговельних мережах, вибір робиться не інтуїтивно, а частіш за все свідомо, і безпосередніми інструментами ніби свідомого вибору є інформація, що вже зберігається у свідомості споживача (медіаносії, знайомий бренд, знайома форма, різноманітні носії реклами на місцях продажу). Також унікальність пакування полягає й у тому, що у будь-якому разі (рекламування у медіапросторі, телебаченні чи Інтернеті, на фото чи у відеоролику) саме впізнанні риси пакування відіграватимуть головну роль.

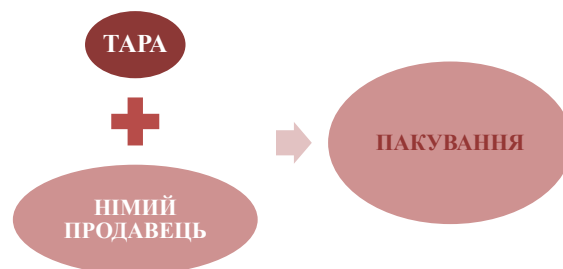


Рис. 1. Обов'язкові складники пакування

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Вагому роль пакування досліджено нами на прикладі одного з магазинів мережі «Мега-Маркет», коли під час реконструкції, яка відбувалася протягом декількох місяців у весняно-літній період 2018 р., було змінено ергономіку торговельного залу і споживачі орієнтувалися виключно по знайомих пакуваннях окремих звичних для кожного з них товарів про місця нової дислокації лінійок продуктів споживання.

Безумовно, специфіка продажу органічних товарів передбачає особливі умови, оскільки пакування органічних продуктів необхідно виконувати виключно у такі різновиди тари, які не порушують цілісність органічного продукту.

Традиційно пакування для органічних продуктів в Україні та світі виготовляють зі скла, картону, паперу, дерева або з біорозкладного полімеру, використовуючи переважно білий та зелений кольори, рослинні малюнки та прозорі вставки у пакуванні (власне дослідження). Але сьогодні у світі існують принципово нові можливості, матеріали і форми пакування. На революційному прикладі супермаркету Rimping у Таїланді розглянемо надзвичайну ініціативу з використання бананового листа як органічної альтернативи пластику. Ідея була настільки вдалою, що її підхопили не лише тайські, а й в'єтнамські компанії, а покупці, згідно з дослідженнями, з більшою радістю купують овочі, загорнуті у бананове листя, ніж у традиційні пакувальні матеріали. А компанія Banana Leaf Technology використовує бананове листя взагалі у промислових масштабах: після спеціальної обробки вони виконують роль пакування не лише для сухих продуктів, а й для рідини [3].

Серед можливих варіантів пакування для органічних продуктів упевнену нішу може зайняти крафт-пакування (рис. 2).

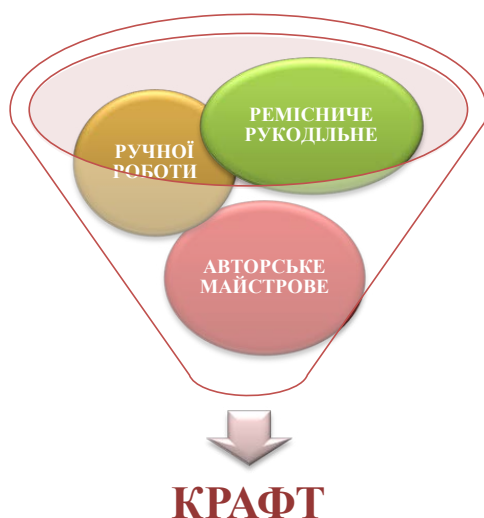


Рис. 2. Візуалізація складників терміна «крафт»

Джерело: сформовано автором на основі [4]

У самому терміні «крафт» вже закладено глибинний зміст: крафтове означає «ремісниче», «рукодільне», «ручна робота», «авторське», «майстрове» [4]. Саме цей вид пакування дає можливість подати органічний продукт

у декількох цінових категоріях за рахунок цінової відмінності безпосередньо форми пакування, тоді як велика кількість товарів, таких, наприклад, як кетчуп, майонез, джем, гірчиця тощо, змінила скло на пластик, знижуючи вартість упаковки за рахунок цієї зміни. Нові інтерпретації цих продуктів у нових лінійках продуктів виходять виключно у склі, підкреслюючи особливість ставлення до органічного продукту та зберігаючи іміджевий складник у подачі серед конкурентного середовища подібних товарів штучне пакування окремих одиниць товару, або роздрібний продаж одна ціна, пакування з пластику або картону друга ціна, суттєво вища за першу. Під час використання скляної або дерев'яної упаковки, з кошовних колекцій тканин чи дизайнерських картонів ціна стає більш високою, ніж попередні варіанти, але і роль, яку відіграватиме ця продукція, може бути не просто вирішенням проблеми споживчого вибору, а й виконувати представницьке завдання чи, зрештою, взяти на себе функцію сувеніру або стати частиною інтер'єру кухні або ванної та постійно оновлюватися наповненням.

Особливу увагу слід приділити продуктам, які не просто упаковані, а їх пакування є невід'ємною частиною самого органічного продукту, такі як саше для каш швидкого приготування, або стіки з чаєм, кавою, цукром або цукрозамінником, обгортки для роздрібних цукерок, шоколаду, фітнес-батончиків та снєків, – усі ці зразки органічної продукції невід'ємно пов'язані зі своїми пакуваннями, а також із місцем продажу (найчастіше вони розташовані у зоні касових апаратів, де споживач опиняється, як правило, вже емоційно готовий до процедури розрахунку, саме тут яскраве пакування звертає на себе увагу, вмикаючи раптове бажання придбати даний товар). Таким чином, крафт-пакування стає вагомим інструментом стимулювання незапланованих, імпульсних покупок.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Резюмуючи досліджені питання, підсумуємо отримані результати. Рационалізація крафт-пакування підвищує впізнаваність товару на полицях магазину, це насамперед виділяє його в конкурентному середовищі, тим самим ілюструючи особливість саме цього товару серед усіх представників товарів даного виду. Науково-практичний підхід до розроблення крафт-пакування відкриває широкі простори для вдосконалення маркетингового інструментарію представлення товару, що, своєю чергою, сприяє просуванню органічних продуктів в Україні та світі.

Список використаних джерел:

1. Закон «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції». URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2496-19/page> (дата звернення: 03.07.19).
2. ДСТУ 2887-94. URL : <https://metrology.com.ua/ntd/skachat-dstu-gost-gost-r/dstu/dstu-2887-94/> (дата звернення: 04.04.15).
3. 9 нестандартных экоинициатив, от которых становится спокойнее за судьбу планеты. URL : <https://www.adme.ru/zhizn-nauka/9-nestandartnyh-ekoинициатив-ot-kotoryh-stanovitsya-spokojnee-za-sudbu-planety-2187165/> (дата звернення: 07.10.19).
4. Словотвір. URL : <https://slovotvir.org.ua/words/kraftovyj> (дата звернення: 22.08.17).

References:

1. Zakon «Pro osnovni pryncypy ta vymoghy do orghanichnogo vyrobnytva, obighu ta markuvannja orghanichnoji produkciji» Available at <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2496-19/page> (accessed 03.07.19).
2. DSTU 2887-94 Available at: <https://metrology.com.ua/ntd/skachat-dstu-gost-gost-r/dstu/dstu-2887-94/> (accessed 04.04.15).
3. 9 nestandartnykh eko unyatyv, ot kotorykh stanovitsya spokojnee za sudbu planety Available at: <https://www.adme.ru/zhizn-nauka/9-nestandartnyh-ekoинициатив-ot-kotoryh-stanovitsya-spokojnee-za-sudbu-planety-2187165/> (accessed 07.10.19).
4. Slovo tvir. Available at <https://slovotvir.org.ua/words/kraftovyj> (accessed 22.08.17).