

БИОРАЗЛАГАЕМАЯ УПАКОВКА КАК МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

Я. С. Свистун¹⁾, А. А. Семёнова²⁾

¹⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, svi.yana.stun@gmail.com

²⁾ студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь, ariadna.sem@mail.ru

Научный руководитель **О. Г. Черненко**

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,
charnenka@bsu.by*

В статье рассматривается биоразлагаемая упаковка как стратегический инструмент маркетинга, усиливающий ценностную коммуникацию бренда, лояльность потребителей и визуальную дифференциацию. Кроме того, в статье рассмотрены примеры экологичных упаковочных решений, формирующих устойчивое конкурентное преимущество и поддерживающих ESG-ориентированное позиционирование.

Ключевые слова: биоразлагаемая упаковка; устойчивое развитие; упаковка как канал коммуникации; мицелий; натуральные волокна; органический контент.

BIODEGRADABLE PACKAGING AS A MARKETING STRATEGY

Ya. S. Svistun¹⁾, A. A. Semenova²⁾

¹⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, svi.yana.stun@gmail.com

²⁾ student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, ariadna.sem@mail.ru

Supervisor **O. G. Chernenko**

senior lecturer, Belarusian State University, Minsk, Belarus, charnenka@bsu.by

The article considers biodegradable packaging as a strategic marketing tool that enhances brand value communication, consumer loyalty, and visual differentiation. In addition, the article discusses examples of eco-friendly packaging solutions that form a sustainable competitive advantage and support ESG-oriented positioning.

Keywords: biodegradable packaging; sustainable development; packaging as a communication channel; mycelium; natural fibers; organic content.

На современном динамичном рынке, где конкуренция становится всё более жёсткой, упаковка перестала быть просто средством защиты товара. Сегодня она является полноценным маркетинговым инструментом, формирующим первое впечатление, транслирующим ценности бренда и усиливающим эмоциональную связь с потребителем. Особенно ярко это проявляется в использовании биоразлагаемой упаковки, которая объединяет экологичность, функциональность и визуальную привлекательность, становясь частью маркетинговой стратегии.

За последнее десятилетие потребители стали гораздо более разборчивыми в своих покупательских привычках. Они даже отказались от покупок у компаний, чья миссия не соответствует их личным ценностям. Однако 43 % из 1004 опрошенных потребителей признаются,

что им сложнее заботиться об окружающей среде, если компании не транслируют свои инициативы в области устойчивого развития. Это означает, что упаковка становится не только физическим носителем продукта, но и каналом коммуникации, через который бренд может говорить с аудиторией на языке осознанного потребления. [1]

Биоразлагаемая упаковка – это вид упаковочного материала, способный разлагаться под воздействием естественных факторов (микроорганизмов, влаги, кислорода) без образования токсичных отходов. Это экологически чистая альтернатива традиционному пластику, активно развивающаяся в разных направлениях [2]. Один из вариантов – упаковка на основе крахмала, получаемого из кукурузы, картофеля, пшеницы. Такие материалы разлагаются под воздействием воды и микроорганизмов, превращаясь в углекислый газ, воду и биомассу. Несмотря на чувствительность к влаге, их свойства можно улучшить с помощью добавления химических модификаций, прочность при этом будет сопоставима с полиэтиленом низкой плотности. Другой перспективный вариант – упаковка из морских водорослей. Для роста водорослей не требуются удобрения, пресная вода или же пестициды, они обладают хорошей прочностью и гибкостью, безопасны для пищевых продуктов и полностью биоразлагаемы. Морские водоросли – углеродоотрицательный ресурс, что делает их особенно ценными в борьбе с изменением климата. Также набирает популярность биоразлагаемый упаковочный арахис – альтернатива пенополистиролу [3]. Он производится из растительных компонентов, растворяется в воде и обеспечивает надежную защиту товаров при транспортировке. Биоразлагаемая упаковка не только отвечает экологическим требованиям, но и усиливает восприятие качества: та же бумажная или компостируемая упаковка может выглядеть дороже и ощущаться более премиальной, чем традиционный пластик [2]. Это особенно важно в электронной коммерции, где упаковка становится первым и зачастую единственным физическим контактом клиента с брендом. Яркий пример – вирусный успех бутылки сока Martinelli, которая благодаря уникальному дизайну и звуку при открытии стала популярной в TikTok, превратив упаковку в источник органического контента и бесплатного PR [4].

Рост обеспокоенности по поводу изменения климата также сыграл свою роль: устойчивое развитие стало приоритетом для большинства компаний. Это означает переосмысление того, каких поставщиков поддерживать, выбор экологических вариантов доставки и стремление соответствовать требованиям осознанного современного покупателя [1].

Каковы же преимущества использования биоразлагаемой упаковки? это эффективный способ снизить негативное воздействие на окружающую среду и одновременно повысить лояльность потребителей. Она способствует сокращению отходов, уменьшает загрязнение и снижает нагрузку на свалки, благодаря использованию перерабатываемых и компостируемых материалов. Такие решения помогают сократить выбросы парниковых газов и сохранить природные ресурсы. Зеленая упаковка обычно производится из возобновляемого сырья, не истощающего экосистемы, и усиливает имидж бренда, особенно в глазах экологически ориентированных клиентов. Компании, внедряющие устойчивые упаковочные решения, получают конкурентные преимущества и соответствуют современным требованиям рынка. Снижение углеродного следа достигается за счёт оптимизации дизайна упаковки, уменьшения её веса и объема, а также использования перерабатываемых материалов и эффективных производственных технологий. Это позволяет сократить затраты на логистику и снизить выбросы на всех этапах жизненного цикла продукта.

Несмотря на преимущества, внедрение биоразлагаемой упаковки имеет ряд барьеров, ограничивающих её широкое применение. Во-первых, высокая стоимость производства биополимеров (например, PLA и PHA) делает такую упаковку дороже по сравнению с традиционным пластиком. Дополнительные расходы связаны с сертификацией и ограниченной производственной инфраструктурой. Во-вторых, доступность сырья зависит от сельскохозяйственных циклов и может конкурировать с продовольственными культурами, что создаёт риски в

цепочке поставок. Для устойчивого развития необходимы биотехнологии, позволяющие использовать непищевую биомассу и отходы. В-третьих, эффективность биоразлагаемой упаковки пока уступает традиционной по барьерным свойствам – влагостойкости и защите от кислорода. Это ограничивает её применение для хранения скоропортящихся продуктов. Однако прогресс в материаловедении постепенно сокращает этот разрыв.

По прогнозам Verified Market Reports, доходы от мирового рынка биоразлагаемой упаковки, которые в 2024 году составили 5,4 млрд долларов, увеличатся до 15,8 млрд долларов к 2033 году [5]. Такой рост обусловлен не только потребительским спросом, но и ужесточением экологических норм: правительства по всему миру вводят запреты на одноразовый пластик, стимулируя переход к более благоприятным для окружающей среды решениям. Производственные мощности биоразлагаемых пластиков, по данным European Bioplastics и Nova-Institute, вырастут более чем в три раза – с 2,18 млн тонн в 2023 году до 7,43 млн тонн к 2028 году. Ожидается, что значительное увеличение производственных мощностей вызовет соответствующий рост спроса на биоразлагаемые пластмассы, так как различные отрасли и потребители всё чаще предпочитают экологически безопасные упаковочные решения [6].

ИКЕА в 2019 году начала использовать при транспортировке упаковку на основе мицелиевого материал, разработанного совместно с Ecovative. Упаковка состоит из мицелия, вегетативной части гриба, а также из целлюлозных побочных продуктов сельского хозяйства, таких как стебли кукурузы, конопляные ягоды и древесная щепа. Мицелий связывает все материалы вместе, что делает его эффективной альтернативой формованной упаковке. Этот материал разлагается за 30–60 дней и стал частью стратегии «People & Planet Positive». Упаковка не только сократила объёмы пластиковых отходов, но и усилила имидж ИКЕА как бренда, сочетающего доступность, функциональность и заботу о планете. Она стала частью брендового образа и вызвала широкий интерес со стороны СМИ, обеспечив компании дополнительное PR-покрытие [7].

Другой пример – сотрудничество Veetee и Mondi, результатом которого стала первая в Великобритании бумажная упаковка для сухого риса на основе Functional Barrier Paper. Эта упаковка обеспечивает защиту от влаги и продление сроков хранения, а также подчёркивает экологические обязательства бренда по сокращению отходов и увеличению возможностей вторичной переработки. Именно благодаря Functional Barrier Paper от Mondi Veetee получила также высокую печатаемость материала, что позволило компании размещать на упаковке четкие и привлекательные сообщения об утилизации, тем самым превращая упаковку в эффективный канал коммуникации с потребителем. Это особенно важно в условиях растущего спроса на экологически устойчивые решения: упаковка становится неотъемлемой частью позиционирования бренда как ответственного и инновационного. Заявление директора по групповому маркетингу Джеймса Бретта о достижении цели по отказу от неустойчивой упаковки и лидерстве Veetee в переходе на бумажную альтернативу в Великобритании усиливает эмоциональный отклик аудитории и формирует образ компании как первопроходца в сфере экологических решений. Кроме того, экологичный дизайн и визуальная выразительность упаковки создают дополнительные преимущества для ритейлеров, позволяя им эффективно продвигать бренд Veetee и его ассортимент на полках магазинов [8].

Пробковые банки от Lush – это не просто упаковка, а воплощение философии устойчивого потребления, где каждая деталь работает на укрепление бренда и эмоциональную связь с потребителем. Изготовленные из 100 % натурального, многоразового и биоразлагаемого материала, они представляют собой углеродно-позитивное решение: при производстве каждая банка удаляет из атмосферы количество CO₂, в 33 раза превышающее её собственный вес. Это делает упаковку не просто нейтральной, а полезной для окружающей среды. Это позволяет потребителю почувствовать себя участником позитивных климатических изменений. То, что страна происхождения материала – южная Португалия, добавляет упаковке культурную и географическую глубину. Использование пробки поддерживает местные проекты по восстанов-

лению экосистем и устойчивому лесному хозяйству, превращая упаковку в инструмент социального воздействия. В то же время её функциональность – защита твердых шампуней от влаги, сохранение свежести и удобство в дороге – делает её идеальным спутником для активного образа жизни. Это решение, которое объединяет экологичность, практичность и стиль. В маркетинговом контексте пробковая банка становится мощным носителем ценностей бренда Lush. Её визуальная и тактильная уникальность выделяет продукт на полке, а история происхождения и экологического воздействия усиливает доверие и лояльность [9].

Беларусь тоже не отстает от других стран. В лаборатории учреждения Белорусского государственного университета «Научно-исследовательский институт физико-химических проблем» была предоставлена отечественная биоразлагаемая упаковка БелБиоПак, которая может заменить классический тетрапак. Она сочетает в себе целлюлозу, крахмал, специальный уголь и биокомпостируемый полимер. Недостатки полимера (он пропускает запахи) устраняются за счет использования крахмала. А введение угля придает требуемую светостойкость, материал не пропускает ультрафиолетовое излучение. Лабораторные образцы отлично держат воду, даже горячую. Число слоев можно увеличивать, повторяя их, в зависимости от того, какой срок хранения требуется. Такая упаковка разлагается как бумага, то есть свою систему сбора организовывать не нужно [10].

Таким образом, биоразлагаемая упаковка – это не просто экологичный выбор, а стратегический инструмент, объединяющий продукт, бренд и потребителя в единую ценностную систему. Она усиливает лояльность, стимулирует органический контент, поддерживает соответствие экологическим нормам и формируют устойчивое конкурентное преимущество. В условиях новой потребительской среды упаковка становится голосом бренда – и этот голос всё чаще звучит в защиту планеты.

Библиографические ссылки

1. Promote Your Eco-Friendly Packaging To Reach More Customers. URL: https://packhelp.co.uk/reach-more-customers-eco-friendly-packaging/?srsId=AfmBOozwEaZ3oaEAI8iRrPn1HOVSKArpTCUPao7GLZwREesmaMbYnHq&auto_region_redirect=1 (date of access: 16.10.2025).
2. How to use eco-friendly packaging as a marketing tool. URL: <https://protega-global.com/2022/05/04/how-to-use-eco-friendly-packaging-as-a-marketing-tool> (date of access 16.10.2025).
3. 9 лучших биоразлагаемых упаковочных материалов: устойчивые решения для будущего // Официальный сайт Shanghai Hongren Packing Products Co., Ltd. URL: <https://hongrenpacking.com/ru/blog/biodegradable-materials-for-packaging> (дата обращения: 19.10.2025).
4. What Is Product Packaging? An In-Depth Guide for Businesses. URL: <https://meyers.com/meyers-blog/product-packaging-guide/> (date of access: 16.10.2025).
5. Verified Market Reports // Консалтинговая компания. URL: <https://www.verifiedmarket-reports.com/ru/product/biodegradable-packaging-market-size-and-forecast> (дата обращения: 17.10.2025).
6. Kings Research // Консалтинговая компания. URL: <https://www.kingsresearch.com/ru/biodegradable-packaging-market-957> (дата обращения: 17.10.2025).
7. When Ikea Started Use Packaging Made Of Mushrooms? URL: <https://ingenuitydisplay.com/when-ikea-started-use-packaging-made-of-mushrooms.html> (date of access: 16.10.2025).
8. Introducing the First Paper-Based Packaging for Dry Rice: Mondi and Veetee Collaboration. URL: <https://www.foodandbeverage.business/packaging/introducing-the-first-paper-based-packaging-for-dry-rice-mondi-and-veetee-collaboration> (date of access: 16.10.2025).
9. Lush // Сайт компании. URL: <https://lushrussia.ru/catalog/aksessuary-0/upakovka/banka-probkovaya-lush> (дата обращения: 17.10.2025).
10. БелБиоПак: белорусские ученые разрабатывают инновационную экоупаковку // Новости. URL: <https://target99.by/news/actual/belbiopak-belorusskie-uchenye-razrabatyvayut-innovatsionnuye-ekoupakovku/> (дата обращения: 19.10.2025).