

4. *Tag. 2025 Marketing Toolkit: 5 Essential Tools for Brand Success. Jan 2, 2025.*
URL: <https://surl.lu/phiqjp>
5. *Carlsberg Ukraine.* URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Carlsberg_Ukraine.
6. *Carlsberg Ukraine. Річний звіт ПрАТ «Карлсберг Україна» за 2024 рік.*
URL: <https://surl.li/enqffh>

Семенченко А. М.,
здобувач вищої освіти,
Суворова І.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри промислового маркетингу
*Національний технічний університет «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»*

ЕКОЛОГІЧНЕ ПАКУВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ БРЕНДІВ ПОБУТОВОЇ ХІМІЇ

Сучасний ринок товарів повсякденного попиту зазнає суттєвих трансформацій під впливом концепції сталого розвитку та зростаючого споживчого запиту на екологічну відповідальність бізнесу. У сегменті побутової хімії екологічне пакування еволюціонувало від нішевої конкурентної переваги до обов'язкової ринкової вимоги. Така трансформація зумовлена посиленням нормативно-правового регулювання, зокрема запровадженням механізмів розширеної відповідальності виробника та фіскальними інструментами, спрямованими на обмеження використання первинного пластику. У зв'язку з цим сучасна маркетингова товарна політика вимагає від брендів розглядати пакування не лише як елемент дизайну чи захисту продукту, а як стратегічний інструмент оптимізації витрат, зниження екологічного впливу та забезпечення відповідності актуальним регуляторним вимогам [1, 2].

Актуальність цієї проблеми зумовлена жорсткими глобальними регуляторними вимогами, такими як Директива Європейського Союзу щодо одноразового пластику від 2019 року, яка обмежує використання неперероблених матеріалів, а також стрімким зростанням екологічної свідомості споживачів [3]. Тож сутність екологічного пакування полягає в тому, щоб мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище на всіх етапах життєвого циклу, а саме від видобутку сировини та виробництва до використання, збору та переробки відходів. Це пакування може бути виконане з вторинної сировини, біорозкладного матеріалу, яке придатне до повторного використання або зручне для переробки. А також воно має враховувати легкість, міцність, захист продукту та економію ресурсів у ланцюжку постачання.

Тож ключовим напрямом модернізації тари є перехід від складних багатшарових матеріалів до перероблених мономатеріалів та використання пластику з високим вмістом вторинної сировини. Оскільки пакування побутової хімії має бути хімічно стійким та безпечним, як вже було сказано, виробники фокусуються на технології «lightweighting» - зменшенні ваги тари за рахунок інноваційних методів формування без втрати міцності. Це рішення має прямий економічний ефект: зниження матеріаломісткості автоматично зменшує витрати на логістику та скорочує вуглецевий слід компанії. Практичним прикладом реалізації екологічної товарної політики слугує бренд Cif від Unilever. Компанія системно впроваджує технологію «lightweighting», оптимізуючи форму та товщину стінок пластикових пляшок без втрати їхньої міцності, і використовує тару, на 100% виготовлену з переробленого пластику. Одним із найуспішніших рішень бренду став запуск концентрованих рефілів (змінних блоків) Cif ecorefill. Споживач купує компактну капсулу з концентратом, накручує її на вже наявну порожню пляшку від попереднього засобу та розбавляє водою вдома. Такий підхід дозволив скоротити використання пластику на 75% на кожну одиницю товару. Завдяки меншій вазі та компактності рефілів компанія кардинально оптимізувала логістику, тобто транспортні засоби перевозять значно більше одиниць продукції за один рейс, що суттєво економить витрати на транспортування та зменшує викиди CO₂ [4]. Даний товар від компанії Unilever представлений на рис. 1.



Рис. 1. Змінні блоки Cif ecorefill і інструкція з QR-кодом [4]

Основним аспектом сучасної клієнтоорієнтованої товарної політики є перехід від традиційного одноразового пакування до систем багаторазового використання та замкненого циклу. Такий підхід не лише знижує екологічне навантаження, але й формує нові моделі взаємодії зі споживачем, підвищуючи його лояльність через відчуття спільної участі у сталому розвитку. Екологічне пакування в цьому контексті стає потужним інструментом диференціації бренду та зміцнення емоційного зв'язку з аудиторією, яка все більше орієнтується на

цінності екологічної відповідальності.

Важливою складовою екологічної товарної політики в ніші побутової хімії є також діджиталізація пакування. Оскільки такі товари потребують розміщення великого обсягу технічної інформації, інструкцій та правил хімічної безпеки, бренди активно інтегрують на етикетки QR-коди. Це дозволяє не перевантажувати дизайн упаковки дрібним текстом. На рис.1 проілюстровано, що споживач може просканувати код і перейти у цифрову екосистему бренду, щоб отримати інструкцію з дозування засобу або дізнатися деталі щодо правильного сортування та утилізації порожньої тари. Такий підхід залишає пакування мінімалістичним і водночас допомагає компаніям будувати тривалу та прозору комунікацію з клієнтом.

Отже, інноваційні екологічні рішення перетворюють упаковку на важливий інструмент маркетингової товарної політики брендів побутової хімії. Відмова від первинного пластику, впровадження перероблюваних мономатеріалів, використання систем багаторазових рефілів та технології «lightweighting» дозволяють компаніям не лише зменшувати негативний вплив на довкілля, а й оптимізувати власні операційні витрати. Це свідчить про те, що екологічна відповідальність бізнесу стала фундаментом для формування конкурентних переваг брендів на сучасному ринку.

Список використаних джерел:

1. *Розширена відповідальність виробників відходів упаковки: як система працюватиме в Україні та які проблеми вирішить* //Укрінформ. URL: <https://surl.li/apfmvm>
2. *Закон про розширену відповідальність виробника (PBB): що зміниться для пакування в Україні* // Manu Packaging Ukraine. URL: <https://surl.li/plczgv>
3. *Directive (EU) 2019/904 of the European Parliament and of the Council of 5 June 2019 on the reduction of the impact of certain plastic products on the environment* // Ресурсно-аналітичний центр “Суспільство і довкілля”. URL: <https://surl.li/nqfiih>.
4. *Твоя супер чистота. Новий Cif ecorefill* // Instagram. URL: https://www.instagram.com/p/DVwOgnuAixa/?img_index=2