# **Реферат на тему:**

# **УПАКОВКА ТОВАРУ,**

# **ВПЛИВ НА СПОЖИВАЧА**

Класик теорії упаковки Т. Хайн уважає, що головна від­мінність між супермаркетом і традиційним ринком поля­гає в тім, що в першому акт продажу фактично відбуває­ться без участі людини, бо роль продавця значною мірою відіграє упаковка. Упаковка стала невід'ємною частиною нашого життя. Упаковок так багато, що людина вже не зосереджує на них спеціальної уваги, але вони діють через підсвідомість. Люди постійно перебувають у контакті з різними упаковками: яскрави­ми, які привертають увагу, оригінальними, які полегшують корис­тування товарами. Інформативними, які допомагають зрозуміти, що люди матимуть, коли придбають той чи той товар. Упаковка входить у будинки, квартири як рівноправна складова інтер'єру, заповнюючи кухні, ванні кімнати та спальні. Вона відгукується на сучасні смаки та нові уявлення про комфорт.

Упаковка багато важить для виробника товару, бо вона є одним із основних засобів привертання уваги споживача та створення до­віри до товару. Покупця готують до покупки за допомогою різних заходів (рекламування, персональний продаж, стимулювання по­питу тощо), але найчастіше примушує його щось вперше купити саме вдала упаковка. Якщо куплене сподобається, покупець надалі шукатиме тільки таку упаковку, бо вона створює так необхідні виробнику асоціації товаром та із самим виробником.

Отже, мета упаковки — привернути увагу людини і водночас примусити її довіряти тому, що знаходиться всередині. Упаков­кою є все те, що не є товаром. Але більшість упаковок товарів — це передовсім гармонічна єдність матеріалу, інформації і тари. Роль кожної складової є дуже важлива. Дуже часто саме упаковка породжує нові потреби, бо без неї ніхто не звертав би уваги на ні товари і не споживав їх. З погляду філософії, упаковка — це ви­ражальний засіб і засіб передавання знань. Ознайомити з товаром і допомогти швидко прийняти рішення щодо його купівлі — ось завдання, яке виконує упаковка, одночасно приховуючи та де­монструючи товар. Демонстрація — це її очевидна функція. Але фахівці наголошують на Іншому — на задоволенні, яке покупець отримує від товару. Зрозуміло, що це задоволення починається з упаковки. Гарна або якась особливо зручна упаковка надає впев­неності в тім, що й сам товар також добрий. Відтак покупець не витрачає багато часу й розумових зусиль, щоб прийняти рішення про його купівлю. Упаковка діє, як було вже сказано, на підсві­домому рівні і породжує емоційний відгук з боку покупця.

Сучасна комунікація за допомогою упаковки виходить з того, що людина, яка зайшла до магазину, здебільшого не має при собі списку товарів, котрі їй необхідні. Покупці просто ходять між полицями, дозволяючи упаковкам «умовляти» їх. Відтак люди роблять багато покупок, про які вони й не думали. Саме тому, що комунікативна сила упаковки дуже значна, захисники прав спо­живачів вимагають того, щоб упаковка відігравала тільки суто інформативну роль, не справляючи жодного емоційного впливу на покупця, не спокушаючи його.

Елементами упаковки є тара, упаковочні матеріали, матеріали для зав'язування, заклеювання тощо.

Споживацька тара — упаковка для безпосереднього продажу або для доставки покупцям (банки, коробки, футляри, пачки тощо).

Транспортна тара — елемент упаковки товару, уже розфасо­ваного в споживацьку тару.

Транспортну тару призначено для захисту товарів і спожива­цької тари від впливу зовнішніх факторів і для забезпечення зру­чності перевантажувальних робіт, транспортування, складування і т.п. До транспортної тари належать мішки, ящики, бочки, барабани, балони, фляги, цистерни, контейнери тощо.

Як прокладочні та амортизуючі матеріали використовують Деревину, папір, картон, тканину, пінопласт, вату, стружку тощо.} Вони є додатковими елементами упаковки, які призначено для захисту товарів від механічного ушкодження і для збільшення міцності тари.

Приймання товарів у транспортній упаковці відбувається з попереднім розпаковуванням і без нього. Розпаковують товари тоді коли це погоджено між оптовим покупцем і відправником товару. Як правило, для перевезення товарів у оптовому та дрібнооптовому продажу використовують транспортну тару.

Застосування споживацької тари є обов'язковим за роздрібного продажу рідких продовольчих І непродовольчих товарів, не кажучи про оптовий. Відпуск таких товарів може відбуватися в розфасованому вигляді у споживацькій тарі виробника чи продавця, а та, кож за допомогою зважування або відмірювання в тару споживача.

 Класифікують тару також і за такими ознаками: місце паку­вання; матеріали, що застосовуються; форма, вантажопідйом­ність і габарити; кратність використання.

За місцем пакування тару поділяють на виробничу, коли цю технологічну операцію здійснює виробник товару, і торгову, ко­ли це виконує торговець. Ця торгова послуга може бути безплат­ною або платною, хоча будь-яку упаковку оплачує покупець.

Залежно від здатності зберегти свою форму тара поділяється на тверду (жорстку), напівтверду (напівжорстку) і м'яку.

До твердої тари належать такі її види, як металева (банки, ту­би, контейнери, цистерни), скляна (банки, пляшки, балони), де­рев'яна (ящики, контейнери, лотки, корзини, бочки, кадоби) і по­лімерна тара (ящики, бочки).

До напівтвердої тари відносять картонну упаковку (короби) і комбіновану (тетрапаки, перпаки тощо).

М'яка тара — це полімерна (паки, мішки, пакети), паперова (мішки, пакети, обгортковий та інший папір) і тканева (мішки, матеріали для перев'язування — шпагат, різноманітні мотузки, стрічки тощо).

Тверда тара надійно захищає упаковані товари від механічних пошкоджень (від ударів, тиску, проколювання).

Герметизована металева і скляна тара запобігають шкідливо­му впливу на товари атмосферного кисню та проникненню сто­ронньої мікрофлори, що зменшує окисне пошкодження товарів (згіркнення, осалювання жирів, розкладання вітамінів, барвників тощо), а також їхнє мікробіологічне псування (гниття, пліснява, розвиток хворобливих бактерій та ін.). Металева тара і пляшки з темного скла захищають товари від дії сонячних променів, що також сповільнює шкідливі процеси окислення.

Проте тверда тара має значні недоліки. Це передовсім її вели­ка вага та об'єм.; У середньому маса та об'єм такої тари в масі та об'ємі брутто товару становить у середньому до 25-30%, а в де­яких випадках і значно більше. До недоліків належить також ви­сока вартість тари, що складається із закупівельної ціни, ціни ек­сплуатації та ціни транспортування. Це призводить до збільшен­ня витрат на тару і її оборот, які закладаються у витрати вироб­ництва або обороту, що підвищує ціну товарів.

 Напівтверда тара має меншу масу та об'єм. Будучи порож­ньою, вона легко складається або вкладається одна в одну, полегшує і здешевлює її перевезення і збереження.

 Вартість такої упаковки значно нижча, ніж твердої, тому що застосовуються дешеві матеріали, отримані здебільшого за допомогою вторинної обробки. Хоч вона й деформується за великих навантажень або сильних ударів (під час транспортування, навантажування й ви­вантажування), але за нормальних умов є достатньо міцною. Як правило, у картонну (плетену) тару пакують товари, відносно стійкі до механічних ушкоджень.

За дотримання належних умов (максимально допустима висо­та завантаження, використання прокладок тощо) напівтверда тара забезпечує достатнє збереження товарів за мінімальних витрат.

М'яка тара не захищає вміщений у ній товар від механічних ушкоджень. Відтак нею користуються або для упаковки товарів з високою механічною стійкістю, або додатково застосовують тверду тару.

До переваг м'якої тари належить те, що вона в порожньому стані займає мало місця і є відносно дуже дешевою. Основне призначення м'якої тари — забезпечення транспортування й збе­рігання сипких та інших подібних матеріалів, стійких до механі­чних поштовхів та ударів. Окремі види м'якої тари можна вико­ристовувати для герметичної упаковки, завдяки чому створю­ються і підтримуються стабільні умови зберігання продукту (во­логість повітря, газовий склад тощо). М'яка тара (поліетиленові мішки) застосовується також для зберігання деяких біологічних продуктів. Річ у тім, що поліетиленовий мішок пропускає назовні кисень значно інтенсивніше, ніж вуглець. Це дуже важливо для збереження свіжих плодів і овочів — так зване збереження в мо­дифікованому газовому середовищі. Вуглець, який виділяється в процесі дихання цих біооб'єктів, накопичується в поліетиленовій упаковці, зменшуючи швидкість мікробіологічних процесів і га­льмуючи дихання. Такий спосіб упаковки ніби консервує плоди та овочі, значно збільшуючи строки їхнього зберігання.

За вантажопідйомністю виділяють великовантажну тару; за габаритами — велико-, середньо- і малогабаритну; за кратністю використання — одноразову та багаторазову.

За матеріалами, з яких виготовляється тара, її поділяють на дерев'яну, картонну, паперову, полімерну, металеву, текстильну. скляну, керамічну, комбіновану тощо.

Дерев'яна тара є-дуже поширеною. Для пакування використовується дощата й фанерна тара, а також тара з деревностружкових і деревноволокнистих плит. Для виготовлення ящикової тари використовують шпилькові та листяні породи, а для фанерних ящиків — фанеру з берези, бука, вільхи, осини, сосни. Значною перевагою фанери є те, що вона легша й міцніша, ніж інші деревії ні матеріали.

Дерев'яна тара у вигляді ящиків застосовується для пакування такої продукції, як взуття, спецодяг, скляні, фарфорові вироби, ме­таловироби, запасні частини, обладнання тощо. Для великих виро­бів користуються окремими дерев'яними щитами, які з'єднують між собою безпосередньо на місці панування. Деталі тари з'єднують цвяхами, для додаткового кріплення використовують стале­ву стрічку, дріт, шурупи, болти, металеві кутники, скоби тощо. Ящики для експортних товарів виготовляються зі струганих дощок. Дерев'яні решітки використовуються, головне, для пакування меблів, великих вузлів і деталей різноманітних машин. Для паку­вання, перевезення та збереження електродів, кріпильних деталей, метало та інших виробів вагою до 40 кг рекомендують використо­вувати цільнокорпусні ящики з деревноволокнистої маси, які мають зручну конструкцію і герметичність. Дерев'яні та фанерні барабани використовують для пакування хімічних продуктів: барвники, густотерті фарби, пігменти тощо, а також харчових продуктів типу яє­чного порошку, сухого молока тощо. Котушки різноманітних кон­струкцій застосовуються для перевезення кабелів і дротів.

Картонна й паперова тара виготовляється з листового, пресо­ваного, клеєного й гофрованого картону та паперу. Картонна тара-використовується у вигляді різних ящиків, барабанів і лотків, а паперова — у вигляді мішків. Картонні ящики виготовляються здебільшого з тришарового гофрованого картону місткістю до 40 кг і більше. Барабани картонні використовуються для паку­вання тих самих видів продукції, що й дерев'яні. Вони можуть бути також вологозахисною тарою для гігроскопічних матеріалів. Значного поширення набула паперова тара у вигляді мішків] (крафтмішки), які застосовуються для тарування сипких будіве­льних (в'яжучих) матеріалів і хімікатів. Паперові мішки бувають І двох видів: звичайні й вологонепроникні. Перші використовують для негігроскопічних сипких будівельних матеріалів і хімікатів, а другі — для гігроскопічних матеріалів. Вага наповненого чотири-шести шарового паперового мішка не повинна перевищувати 50 кг.

Полімерну й комбіновану тару виготовляють з поліетилену, полівінілхлориду, полістиролу, поліпропілену та інших подібних і матеріалів. полімерна й комбінована тара використовується у вигляді ящиків, бочок, каністр, сулій, мішків» лоіків, тощо. Пласт-1 масові ящики виготовляють з поліетилену високої щільності місткістю до 20 кг і більше. Поліетиленові бочки призначаються для] транспортування та зберігання різних рідин і сипких матеріалів

Місткість їх досягає 50 л і більше. Для транспортування та зберігання різних рідин широко використовують також поліетиленові каністри і сулії місткістю до 20 л. Для транспортування та зберігання сажі, мінеральних добрив та інших сипких матеріалів використовують поліетиленові мішки місткістю 50 кг. Нині небувалого поширення набули різні види споживчої полімерної тари —поліетиленові пакети найрізноманітнішої конструкції та з оригі­нальним оформленням.

Металеву тару використовують для пакування матеріалів, які мають здатність самозайматися, а також летких і хімічно агреси­вних матеріалів, рослинної олії, лаків, фарб тощо. До основних видів металевої тари відносять бочки, балони, ящики, барабани, бідони, фляги, банки, коробки тощо. За розміром її поділяють на велико- (бочки, балони, ящики), середньо- (барабани, бідони, фля­ги) і дрібно-габаритну (банки, коробки, лотки).

Металева тара ви­готовляється з тонкої листової сталі, кровельної та оцинкованої сталі й білої жерсті. Газові балони виготовляють із цільнотягнутих труб. Для транспортування й зберігання різних агресивних матеріалів, які хімічно взаємодіють із металом, використовують бочки з внутрішнім хімічностійким покриттям місткістю до 200 кг. Антиокисне покриття використовують також для кришок, банок та іншої тари, призначеної для харчових продуктів.

Комбінована тара — це поєднання різних матеріалів, особливо пластмас, із деревом, металом тощо, що збільшує довговічність, міцність та зручність транспортування тарних виробів. До основ­них видів комбінованої тари належать дрібногабаритні та спеці­альні контейнери, каністри, цистерни, дерев'яна ящикова й боч­кова тара з елементами з пластмас, крафтпаперу тощо.

Зарубіжний досвід свідчить, що нині важкі металеві та де­рев'яні види тари повсюдно заміняють на жерстяну, пластмасову, паперову тару, упаковку типу «тетрапак» тощо. Для пива викорис­товують сулії з капрону і жерстяні банки. Розробляючи нові види тари, намагаються знизити відносну масу тари і коефіцієнт власної маси, що забезпечує вивільнення транспортних засобів, зменшен­ня ціни як товару, що пакується, так і його транспортування.

Таропакувальні матеріали сприяють збереженню тари і захи­тають товари від .поштовхів, вібрації та псування. Залежно від призначення таропакувальні матеріали поділяють на дві групи. Першої належать: прокладні матеріали, які відділяють товари Дин від одного (гофрований картон тощо); підстилкові матеріали (пінопласт, стружка, мінеральна вата тощо); загортальні й об-матеріали, які зберігають товари від корозії, температурних коливань (антикорозійний папір тощо). До другої групи таропакувальних матеріалів відносять кріпильні засоби (цвяхи, талева стрічка, скріпи, дріт, шпагат тощо), які призначено з'єднування конструктивних елементів тари.

Упаковка має задовольняти такі основні вимоги: безпека, екологічна безпека, надійність, сумісність, взаємозамінність, економічна ефективність.

Безпека упакування означає, що речовини, які є шкідливими для організму і які містяться в тарі, не можуть перейти в товар, який безпосередньо з нею стикається. Такі речовини мають у своєму складі майже всі види упаковки (металева тара містить за­лізо, олово або алюміній, папір — свинець, полімерні матеріали т— шкідливі мономери). У таких випадках безпека упаковки забезпе­чується з допомогою захисних покрить (спеціальний лак, полуда для металевої тари) або обмеження строків зберігання товарів або продуктів (поліетиленова або поліхлорвінілова тара). Для кольо­рового оформлення упаковки треба користуватися тільки нешкід­ливими барвниками. Найбільш безпечною є скляна тара, а також різноманітні тканинні мішки, найменш — металева і полімерна.

Екологічні якості упаковки — це здатність її за використання та утилізації не завдавати суттєвої шкоди довкіллю. Абсолютно без­печних для навколишнього середовища видів упаковки немає: за її утилізації в навколишнє середовище потрапляють найрізноманіт­ніші речовини, у тім числі шкідливі для здоров'я та просто отруйні.

Надійність упаковки — це її здатність зберігати механічні якості чи герметичність протягом тривалого часу. Завдяки цьому упаковка забезпечує необхідні умови для зберігання товарів. Упаковка багаторазового призначення має зберігати форму як з товаром, так і без нього. Строк зберігання одноразової упаковки здебільшого не перевищує строків придатності самого товару.

Сумісність упаковки — це її здатність не змінювати спожив­чих якостей тих товарів, котрі в неї пакують. Для цього упаковка (сама тара) має бути чистою, сухою, без ознак плісняви і сторон­ніх запахів. Вона не повинна взаємодіяти з окремими компонен­тами товару (вода, жири тощо). Забороняється застосовувати упаковку, несумісну з товаром. Так, не можна використовувати обгортковий папір і поліетиленову плівку для жирних продуктів, бо вони всмоктують у себе жир. Дерев'яні ящики для харчових продуктів не можна виготовляти з древесини шпилькових порід бо продукти матимуть запах живиці.

Взаємозамінність — здатність упаковки одного виду заміняти іншу. Так, герметичні металеві банки можна замінити скляними з металевими кришками, ящики — контейнерами або картонними

Естетичні якості стають усе більш важливими в економіці розвинутих країн. Це стосується будь-якої упаковки, але є особливо важливим для споживацької тари. Естетичність упаковки Осягається за допомогою застосування спеціальних матеріалів ( целофан, поліетилен тощо), а також яскравого оформ­лення (кольорова гама й малюнки).

Економічна ефективність упаковки залежить від її власної вартості, ціни експлуатації та вартості утилізації. Власна вартість упаковки залежить від застосованих матеріалів, а також техноло­гічності виробництва самої тари. Так, папір дешевший за скло, метал чи пластмасу, але останні значно технологічніші за нього (ліпше плавляться, штампуються та формуються).

З урахуванням усіх цих факторів маркетолог повинен прави­льно вибрати відповідну упаковку. Сучасна упаковка має бути оптимальною за вартістю, привабливою за зовнішнім виглядом, надійно захищати те, що в ній міститься, забезпечувати зручне транспортування. Обов'язковою умовою оптимізації упаковки є стандартний розмір, що значно полегшує транспортування, пере­везення та складування товарів.

Розрахунки потреби в тарі й таропакувальних матеріалах про­водяться в службах маркетингу, до яких належить також тарне господарство. Ці розрахунки виходять із попиту на продукцію, з її кількості та номенклатури, а також із норм витрат тарних і па­кувальних матеріалів на одиницю тари.

Норма витрат матеріалів на виготовлення одиниці тарного ви­робу залежить від технології її виробництва, виду сировини, роз­мірів і конструкції тари. Розрахунки можна вести також і за вар­тісними показниками продукції, що пакується в даний вид тари (наприклад, на 1 тис. гривень вартості продукції, що пакується). Ці розрахунки необхідні, коли в одиницю тари пакується кілька найменувань продукції підприємства.