

УПАКОВКА, МАРКИРОВКА ТОВАРА

Цель урока: Рассказать о роли упаковки товара и его маркировке



Упаковка – это внешняя оболочка товара, выполняющая роль хранения, защиты, а также рекламы и бренда компании, предлагающих свой товар. Неряшливая упаковка, каким бы высококачественным не был товар не вызовет желание его приобрести. Функции упаковки разрабатываются на стадии исследований и разработок.



Упаковка – это разработка и производство местителя или оболочки для товара. Упаковка включает три слоя: внутренняя упаковка, внешняя и транспортная.

Внутренняя упаковка – это непосредственное меститище товара. Так, для лосьона после бритья внутренней упаковкой будет флакон.

Внешняя упаковка – это материал, служащий защитой для внутренней упаковки и удаляемый при подготовке товара к использованию. Например, для лосьона внешней упаковкой служит картонная коробка, которая обеспечивает дополнительную защиту и предоставляет возможность использовать ее в целях стимулирования сбыта.

Транспортная упаковка – это меститище, необходимое для хранения, идентификации или транспортировки товара. Так, для лосьона транспортная упаковка – это ящик из картона, вмещающий 36 флаконов.



Функции упаковки

- Защитная – сохранность товара
- Хранилище товара
- Информационная
- Средство коммуникации
- Средство формирования образа товара



Требования к упаковке

- Транспортировка всеми видами транспорта
- Соответствие уровню цены
- Единообразное восприятие товара
- На упаковке должна быть маркировка
- Адаптация языковым и национальным стандартам
- Должна быть простая, ясная, понятная.

В зависимости от политики компании, целей и специфичности продукции, упаковка может изготавливаться из самых разнообразных материалов. Самыми распространенными из них являются:

- Бумага, картон (пищевые товары, хозтовары, обувь, игрушки и пр.)
- Гофрокартон и микрогофрокартон (пищевые товары, промышленное оборудование, бытовая техника и пр.)
- Полиэтилен
- Деревянная упаковка
- Металлизированная упаковка
- Диджпаки



Упаковка

- Однослойная
- Многослойная
- Внешняя
- Внутренняя

Из перечисленных видов популярной упаковки на сегодняшний день деревянная была вне конкуренции, при ее использовании для перевозки и хранения крупногабаритных товаров. Однако упаковка из гофрокартона стала смело занимать лидирующие позиции по степени ее использования для хранения и перевозки больших товаров со значительным весом. Благодаря новым технологиям упаковка из гофрокартона приобрела статус высококачественной упаковки. Она по многим параметрам спокойно конкурирует с деревянной упаковкой. Обладает такими качествами как прочность, влагостойкость, долговечность, а самое главное имеет небольшой удельный вес. Эти преимущества делают упаковку из гофрокартона очень востребованной на всех рынках производства. Почему именно картонные коробки используются для упаковки, вопрос риторический. Потому что удобно, доступно и недорого. К тому же коробка из гофрокартона всегда после использования может быть использована не один раз. Для разных отраслей промышленности упаковка играет свои индивидуальные роли и в то же время одинаково значимые.

Маркировка

Маркировка и печатная информация с описанием товара, нанесенные на саму упаковку или вложенные в нее, являются неотъемлемой частью упаковки.

Расширение использования упаковки в качестве инструмента маркетинга

Этому способствуют следующие факторы:

1. Самообслуживание в торговле. Упаковка должна привлечь внимание к товару, описать его свойства, внушить потребителю благоприятное впечатление.
2. Рост достатка потребителей. Растущий достаток потребителей означает, что они готовы заплатить больше за удобство, внешний вид, надежность, престижность упаковки.
3. Образ фирмы и образ марки. Фирмы осознают действенность хорошо спроектированной упаковки, которая позволяет потребителю мгновенно узнавать фирму или марку.
4. Возможности новаторства. Новаторство в упаковке может принести большие выгоды. Фирмы, которые первыми предложили безалкогольные напитки с выдергивающимся сегментом крышки, добились успеха на рынке.



Этикетки и ярлыки

Это средства маркировки, которые могут иметь вид бирки, прикрепленной к товару, или тщательно продуманной сложной графической композицией, являющейся неотъемлемой частью упаковки.

Этикетки выполняют несколько функций: идентифицирует товар (например, кто, где и когда его произвел), содержимое упаковки, порядок его использования и технику безопасности при работе с ним. Различают идентифицирующие, сортоуказующие, описательные и пропагандистские этикетки.

