

ТРАНСПОРТНАЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ТАРА И УПАКОВКА

Транспортная тара —

внешняя тара,
образующая
самостоятельную
транспортную единицу.

Функции транспортной тары

Техническая:

- сохранность продукции, совместимость, стабильность формы, долговечность, ударная прочность, амортизация ударов, прочность при сжатии и разрывах, обеспечение защиты от несанкционированного вскрытия;
- пригодность к автоматизированной обработке, пригодность к грубой обработке, экономия пространства, удобство обращения и утилизации;
- оптимальные затраты на создание упаковки, экономически оправдываемая стоимость упаковки.

Функции транспортной тары

Маркетинговая:

- позиционирование – отражение образа продукции, которое предприятие хочет донести до потребителя, информирование об индивидуальных особенностях;
- мотивация к покупке – комплекс воздействий на потребителя (форма, графика, структура, цвет и т. п.);
- информирование – марка, описание состояния продукции, способ применения, практические советы, специальные отметки в случае необходимости;
- продвижение – демонстрация товаров, представление рекламной информации о специализированных акциях, побуждение к покупке;
- сервис – рассматривается как удобство открывания и повторного закрывания, удобство пользования товарами, создание дополнительной ценности для потребителя.

Функции транспортной тары

Идентифицирующая:

внешний вид, сочетание цветов, форма, дизайн запоминаются потребителям и впоследствии ассоциируются с определенным товаром, формируя при этом потребительские предпочтения.

Виды транспортной тары

- **Барабан** – тара с гладким или гофрированным корпусом цилиндрической формы, без обручей или зигзагов катания, с плоским дном.



- **Ящики** представляют собой транспортную тару, корпус которой образован прямоугольным дном, двумя торцовыми и боковыми стенками, с крышкой или без нее. Разновидностью деревянных ящиков являются **лотки**, представляющие собой ящик, высота которого не превышает 110 мм



Виды транспортной тары

- **Бочка** – транспортная тара с корпусом цилиндрической или параболической формы с обручами или зигзагами катания, и доньями, причем последние являются отличительной чертой бочки.



- **Мешок** – мягкая тара с корпусом в форме рукава, с дном и горловиной. Горловина мешка открытая или закрытая клапаном, а дно мешка может быть склееным, сварным или сшитым.



Виды транспортной тары

- **Мягкий контейнер**– (нестандартизованный термин «big bag») «транспортная мягкая тара» большой вместимости, по форме аналогичная мешку, имеет стропы для удобства переноса при помощи подъемных приспособлений.



- **Фляга (бидон)**– многооборотная тара с корпусом цилиндрической формы и цилиндрической горловиной меньшего диаметра, с приспособлением для переноса, горловиной и крышкой с затвором.



Виды транспортной тары

- **Канистра** – может быть транспортной или потребительской тарой с корпусом, имеющим в сечении, параллельно дну, форму, близкую к прямоугольной, с ручкой для переноса, сливной горловиной и крышкой с затвором.



- **Баллон** – тара, имеющая закругленное дно, удобное для равномерного распределения давления. Стеклоанный баллон называют бутылью и транспортируют вместе с корзиной.



Транспортная упаковка и ее влияние на продвижение товара

- ❖ Товары, представленные в транспортной упаковке в торговом зале, должны, как и потребительская тара, представлять производителя, работать на его имидж, давать возможность отличить одного производителя от другого, обеспечивать запоминание торговой марки.
- ❖ Транспортная упаковка отчасти свидетельствует о высокой культуре предприятия-изготовителя. Потребитель в современных условиях готов платить за упаковку, так как она обеспечивает максимальное удобство при транспортировании и хранении товара, а также несет необходимую информацию о товаре.

Потребительская тара —

это тара, поступающая к
потребителю с
продукцией.

Функции потребительской тары

1. Особенностью потребительской тары является то, что она не выполняет функцию транспортной тары по вместимости продукции, так как потребительская упаковка предназначена как раз для расфасовки и сохранения товара небольшого количества у потребителя.
2. Этот вид упаковки предполагает предварительную расфасовку товара производителем или продавцом и отпуск потребителю в расфасованном виде, с заранее обусловленными количественными характеристиками (масса, объем или длина). Для жидких продовольственных товаров применение потребительской упаковки является обязательным условием при розничной продаже.
3. Потребительская тара (упаковка) является частью товара и входит в его стоимость, а после реализации переходит в полную собственность потребителя.
4. Она, как правило, не предназначается для самостоятельного транспортирования и перевозится в транспортной упаковке.
5. Потребительская тара имеет ограниченную массу, вместимость и размеры.
6. Остальные функции аналогичны функциям транспортной тары.

Виды потребительской тары

- **Буылка (сосуд)** – емкость с плоским или вогнутым дном, преимущественно цилиндрическим корпусом, плавно переходящим в горловину. Диаметр горловины меньше диаметра дна. При ее использовании предусматривается укупоривание колпачком или пробкой.



- **Флакон** – емкость с плоским или вогнутым дном, корпусом разнообразной формы, резко переходящим в горловину. Диаметр горловины намного меньше диаметра дна. Укупоривается колпачком или пробкой. Используется обычно для парфюмерно-косметической продукции.



Виды потребительской тары

- **Банка (склянка)** – емкость с плоским или вогнутым дном, горловиной, размеры которой близки к размеру поперечного сечения корпуса, приспособленная для укупоривания крышкой. Вместимость от 0,025 до 10,0 дм³.



- **Стаканчик** – разовая тара с плоским дном и корпусом в форме цилиндра или усеченного конуса. Часто стаканчики большой вместимости (250–500 мл), имеющие в основании четырехугольник, называют контейнерами.



Виды потребительской тары

- Туба (тубик) – разовая потребительская тара с корпусом, обеспечивающим выдавливание содержимого, с узкой горловиной, укупориваемой бушоном (колпачком). Туба имеет дно, закрываемое герметично после наполнения продукцией.



- Пробирка (трубка) – мелкая тара, закрываемая пробкой, имеющая форму цилиндрической трубки, с горловиной, диаметр которой равен диаметру корпуса. Вместимость – до 0,05 дм³. Используются пробирки в качестве тары для эфирных масел, пробных духов и т. п.

Виды потребительской тары

- ❑ **Ампула** – разовая тара с цилиндрическим корпусом и вытянутой горловиной, герметично запаиваемой после наполнения содержимым. Применяют для лекарственных, стерильных косметических препаратов, средств защиты растений и пр.
- ❑ **Лоток** – разовая тара преимущественно прямоугольной формы, имеющая невысокие закругленные бортики по всему периметру. Лоток упаковывают с помощью упаковочных материалов (пленок). Используют главным образом для фасованной пищевой продукции.



Виды потребительской тары

- **Пакет** – тара для разового использования с корпусом в форме рукава. Имеет дно и открытую горловину. Вместимость – до 20 дм³. Для малой порции товара используют термин «пакетик».



- **Коробка** – разовая тара с корпусом разнообразной формы с плоским дном, закрываемая клапанами, съемной крышкой или на шарнире. Для коробки, закрываемой крышкой в форме обечайки, допустимо название «пенал».



Виды потребительской тары

- **Пачка** – разовая тара с корпусом в форме параллелепипеда, закрываемая клапанами.



- **Корзинка** – плетеная тара разных форм, в основном используется для сочного растительного сырья.



Потребительская упаковка и ее влияние на продвижение товара

- ❑ Важной ролью в сбыте товара выступает реклама. Она пробуждает у потенциальных покупателей интерес и дает представление о товаре, тем самым склоняя покупателя к покупке, задолго до появления товара на прилавке. Решающую роль здесь играет упаковка, так как потребитель именно по ней визуальнo идентифицирует товар, и на основании ее дается первое впечатление о товаре.
- ❑ В процессе покупки упаковка берет на себя роль «немого продавца». При этом на нее накладываются определенные функции, она должна привлекать внимание, нести правдивую информацию, играть роль средства рекламы.
- ❑ После покупки упаковка должна подтвердить потребителю правильность сделанного выбора, свидетельствовать и сочетаться с качественными характеристиками товара, оправдывать эргономическую приспособленность к остальным требованиям упаковки.

Потребительская упаковка и ее влияние на продвижение товара

- ❑ Упаковка на каждой фазе должна активизировать реализацию, обеспечивать рекламную функцию и идентификацию товара.
- ❑ И реклама, и упаковка должны передавать одну и ту же информацию. Хотя цель содержания рекламы – обращение к эмоциям потребителя, а содержание на упаковке – в большей степени информированность, необходимо находить оптимальные варианты и давать потребителю правдивую информацию, обеспечивающую и рекламой, и упаковкой, чтобы после приобретения товара не произошло разочарование в нем. Упаковку считают дешевым носителем рекламы, хотя диапазон ее воздействия значительно шире, чем достигаемый любой рекламной компанией и наиболее результативный, потому что потребитель по ней принимает решение о покупке.
- ❑ Товар, представленный в потребительской упаковке, должен представлять производителя, работать на его имидж, давать возможность отличить одного производителя от другого, обеспечивать запоминание торговой марки.

Требования к современной потребительской упаковке

- должна быть яркой, привлекающей внимание;
- должна быть разнообразной по вместимости (фасовке);
- должна быть прочной, герметичной и гарантировать сохранность содержимого;
- должна быть удобной в использовании (эргономическая приспособленность);
- иметь максимальное соотношение веса продукта и веса упаковки;
- обладать функциональностью (наличие мерного колпачка, градуировка флакона);
- обладать доступной, достаточной и достоверной информацией на маркировочных данных;
- иметь штрих-код для электронного считывания и идентификации продукции;
- иметь инструкции по хранению и применению упакованного товара;
- иметь возможность повторного использования и утилизации.