

РОЗРОБЛЕННЯ УПАКОВКИ ЯК ЗАВЕРШАЛЬНИЙ ЕТАП СТВОРЕННЯ ТОВАРУ

студентка гр. УДМ-41 **Молибог М.А.**,
доц. **Біловодська О.А.**
Сумський державний університет (Україна)

Розроблення упаковки представляє собою ряд етапів, на меті яких є створення привабливої з точки зору споживача та виробника упаковки.

Проаналізувавши основні етапи роботи над розробленням нової упаковки від різних авторів [1,2,3], можна зазначити, що деякі з них характеризують цей процес більше з технологічної сторони, а деякі зі сторони її зовнішнього оформлення. Та загалом, етапи над розробленням упаковки майже однакові.

Виходячи з тих міркувань, що процес розроблення упаковки є складним, важливим та завершальним етапом над розробкою самого товару, запропонуємо власний підхід до розробки упаковки (табл. 1).

Таблиця 1 – Авторський комплексний підхід до визначення етапів розроблення упаковки та їх характеристика

Назва	Характеристика	Основні завдання
1	2	3
Ознайомлення з ринковою діяльністю підприємства-виробника	Дослідження та аналіз діяльності підприємства-виробника продукції, для якого буде розроблятися упаковка	1. Загальна характеристика підприємства: місія, цілі, основні цінності. 2. Загальна характеристика асортименту. 3. Аналіз цільової аудиторії. 4. Дослідження та аналіз інформації щодо конкурентів підприємства. 5. Характеристика цільового ринку
Ознайомлення з товаром	Деталізація основних характеристик товару та оцінка якості продукту	1. Детальна характеристика основних властивостей товару: склад, умови зберігання, термін придатності та ін. 2. Оцінка якості продукту. 3. Характеристика упаковки, яка вже використовується. 4. Відмінні характеристики товару від конкурентів.
Аналіз ринку	Аналіз тенденцій пакувальної індустрії на ринку товару, для якого розробляється упаковка	1. Визначення який матеріал використовується для пакування. 2. Визначення основних тенденцій щодо зовнішнього оформлення упаковок (колір, форма, дизайн та ін.)

Продовження таблиці 1

1	2	3
Розроблення технічного завдання	1. Мета розробки упаковки; 2. Детальна інформація про товар, що може вплинути на вибір матеріалу для упаковки; 3. Основні вимоги до упаковки; маркування упаковки; 4. Стратегія виходу на ринок; 5. інші вимоги та пропозиції	Розроблення технічного завдання з повним зазначенням основних характеристик товару відповідно до розділів
Проведення дослідження	Дослідження вподобань споживачів щодо зовнішнього оформлення упаковки товару та визначення їх ставлення	Проведення дослідження відповідно до обраної методології: визначення методу, способу збирання інформації, вибір цільової аудиторії, часу проведення та ін.
Розроблення упаковки товару	Результатом виконання даного етапу є креслення упаковки та його деталізація	1. Вибір матеріалу виготовлення упаковки 2. Вибір форми та розміру упаковки 3. Вибір кольорової гамми 4. Вибір графічного оформлення упаковки (що на ній повинно бути зображено, щоб привернути увагу споживачів) 5. Вибір шрифтів 6. Вибір та зображення необхідної інформації на упаковці (маркування).
Виробництво пробної партії упаковок		
Оцінка упаковки товару	Комплексна оцінка упаковки товару з точки зору споживача та виробника	групи показників оцінки упаковки: 3 точки зору споживача: – маркування упаковки; – ергономічність та зручність упаковки; – естетичні показники; – комунікаційні показники. 3 точки зору виробника: – економічні показники; – показники транспортування та скла-дування; – показники екологічності. За даними показниками проводиться

		комплексна оцінка нової упаковки товару в порівнянні з упаковками конкурентів. За кожним показником виставляється відповідний бал, потім рахується середньозважена оцінка упаковки товару та за оціночною шкалою визначається результат
Внесення змін	Визначення можливих шляхів покращення упаковки та внесення змін до її виробництва	

Таким чином, запропонований процес розроблення нової упаковки містить дев'ять основних етапів, що об'єднують роботу не тільки виробників (конструкторів, дизайнерів), а й маркетологів.

1. Ефремов Н. Ф. Конструирование и дизайн тары и упаковки: учебник для ВУЗов / Н. Ф. Ефремов, Т. В. Лемешко, А. В. Чуркин. – Москва: МГУП, 2004. – 424 с.
2. Методичні вказівки «Основні конструювання дизайну упаковок» для студентів напрямку підготовки: 6.050502 Інженерна механіка / Укладач: Т. Б. Шилович. – К.: НТУУ «КПІ», 2013
3. Трыкова Г. А. Товароведение упаковочных материалов и тары: учебное пособие / Г. А. Трыкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 212 с.

Молибог, М. А. Розроблення упаковки як завершальний етап створення товару [Текст] / М. А. Молибог, О. А. Біловодська // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О. Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О. В. Прокопенко, М. М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. - С. 231-233.