

УДК 658.5

Колосівська О. – ст. гр. БМп-32

*Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **УПАКОВКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЛОГІСТИКИ**

Науковий керівник: ст. викладач Дудкін П.Д.

Більшість товарів, що пропонуються на ринку, повинні бути обов'язково упаковані. Упаковка може відігравати несуттєву роль (наприклад, для недорогих залізних виробів), а може набувати й дуже великого значення (наприклад, для косметики). Багато діячів ринку називають упаковку п'ятою основною змінною маркетингу на додаток до товару, ціни, методам поширення й стимулювання. Однак більшість продавців все-таки розглядають упакування як один з елементів товарної політики. Добре спроектована упаковка може виявитися для споживачів додатковою зручністю, а для виробників - додатковими коштами стимулювання збуту товару.

При здійсненні дизайну упаковки слід враховувати такі її функції:

*Локалізація продукту.* Сучасне суспільство вимагає, щоб як сільськогосподарські, так і промислові товари були упаковані таким чином, щоб їх можна було транспортувати, зберігати, вантажити й реалізовувати у зручному для продажу місці.

*Захисна функція.* Це призначення упаковки має двояку сутність - з одного боку, вона повинна забезпечити охорону продукту від шкідливого впливу навколишнього середовища, а з іншого боку - охорону людей і навколишнього середовища від агресивних і небезпечних продуктів за допомогою їх особливого впакування.

*Можливість утилізації.* Упаковка після використання товару не повинна забруднювати навколишнє середовище і піддаватись повторному використанню або утилізації.

Може також знадобитися, щоб упаковка вимірювала дозовану кількість продукту, або мала насадку, що просіває, або стічний жолобок для полегшення використання продукту, або спеціальну смужку уздовж всього контейнера для того, щоб було простіше розірвати парафінований папір або пластикову плівку. Нарешті, спеціальна упаковка може знадобитися для того, щоб уберегти від цікавих рук деякі стерильні товари.

*Комунікаційна функція.*

- інформувати покупця про те, що є продуктом і як його використовувати. Інформація повинна містити перелік інгредієнтів, інструкції до використання продукту, вказівки про те, як зберігати;

- спонукати покупця до придбання продукту. Виробник продукту може використати багато способів досягнення цієї мети за допомогою упаковки. Так, одна компанія може збільшувати реалізацію своїх висячих замків, використовуючи на упаковці більш стиснені надписи для того, щоб представити ім'я компанії, - у цьому випадку розширення продажу будеється, розраховуючи на ідентифікацію покупцем продукту з ім'ям добре відомого виробника, з його міцністю й надійністю. Інша компанія може наголосити на рекламі конструкції замка і його надійності, показуючи на упаковці, наприклад, що замок не відкриється навіть після прямого влучення в нього кулі.

Таким чином, фірма повинна прийняти оптимальне рішення про упаковку свого товару, що повинна забезпечити захист товару, економію коштів, зручність користування товаром і його пропагандою.