

Анализ дизайна упаковки

Экспертиза качества черного чая



Выполнила: Алексеева Е.И.
Группа: Дн 15-29



Содержание

- Введение и обоснование актуальности исследования
- Роль стандартизации в повышении качества продукции
- Теоретические аспекты разработки упаковки
- Требования законодательства к этикетке
- Экспертиза качества черного чая
- Анализ нормативной базы
- Органолептический метод оценки качества
- Потребительское исследование черного чая
- Анализ эстетического оформления упаковки черного чая
- Заключение
- Список литературы



Введение и обоснование актуальности исследования

- В условиях насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции качество продукции является важнейшим критерием функционирования предприятий.
- Конкурентная борьба начинается на стадии разработки продукта/товара. И упаковка играет не мало важную роль в этом.
- Экологичная и удобная упаковка становится лицом товара, первым информационным источником о его свойствах и качестве.
- В этой связи целью работы является проведение потребительской экспертизы дизайна упаковок черного чая.

Роль стандартизации в повышении качества продукции

- Обеспечение соответствия товаров и услуг нормам и правилам безопасности для жизни и здоровья потребителя, собственности физических, юридических лиц, государственной собственности, экологии, окружающей среды, в частности, безопасности животных и растений;



Требования законодательства к этикетке

- В соответствии с постановлением Госстандарта России от 29.12.2003г. Утвержден национальный стандарт на пищевые продукты, с целью защиты от проникновения некачественных товаров на рынок.
- Информация на этикетке должна производиться на русском языке;
- Страна происхождения, товарный знак;
- Масса нетто, объем или количество продукта;
- Состав, пищевая ценность, условия хранения;
- Срок годности, использование пищевых или биологически активных добавок



Основные задачи ДИЗАЙНА УПАКОВКИ:

- Главная задача дизайна упаковки – сформировать у потребителя предпочтительное отношение именно к вашему товару. Несмотря на то, что дизайн и первую очередь должен радовать глаз, при разработке дизайна упаковки также упор делается на его маркетинговые характеристики, другими словами дизайн должен вызывать у потребителя желание купить.
- Также дизайн упаковки является:
- Эффективным инструментом увеличения продаж;
- Средством повышения конкурентоспособности на рынке потребительских товаров;
- Важным элементом стратегии маркетингового продвижения.



Роль упаковки в маркетинге.

Функции упаковки

Упаковка является одним из важнейших элементов маркетинговой коммуникации – процесса передачи информации о товаре целевой аудитории.

- Функция защитная.
- Функция эргономическая.
- Функция информационно-коммуникационная.
- Функция эстетическая.
- Функция рекламная.
- Функция экологическая.

Безопасность упаковки: для потребителя; для окружающей среды

- Безопасность упаковки означает, что содержащиеся в ней вредные для организма вещества не могут перейти в товар, непосредственно соприкасающийся с упаковкой. Безопасность упаковки обеспечивается путем нанесения на нее защитных покрытий.
- Для красочного оформления, которое наносит на упаковку, должны применяться красители, разрешенные для этих целей органами Минздрава России.
- Наиболее безопасна стеклянная и тканевая тара, наименее – металлическая и полимерная.



Факторы, формирующие качество упаковки

Формирующие факторы - комплекс объектов и операций, свойственных определенным этапам технологического цикла и предназначенных для формирования заданных требований к товароведным характеристикам продукции.

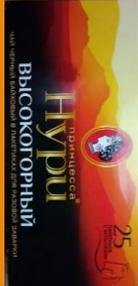
- К сохраняющим факторам относятся:
- Упаковка
- Транспортировка
- Условия хранения.



Историческая справка (история появления товара или продукта в жизнедеятельности человека)

- О целебных свойствах чайных напитков целители знали в двухтысячном году до нашей эры. Торговля чаем проходила на территории азиатских и европейских стран. Хранение проводилось в мешках, сделанных из кожи, бумаги, прочных тканей. Подавался чай вразвес в брикетах, удобных для транспортировки, и в виде высушенных листов.
- Исторический прорыв произошел в 1826 году в Соединенном Королевстве (Англии). Джон Хорниман изобрел упаковку-коробку из прочной бумаги. Появились подделки, автор стал использовать название компании на упаковках. Это быстро вошло в моду. Современные компании используют способ Джона Хормимана повсеместно.
- В 1920 году началось распространение маленьких чайных пакетиков, готовых для заварки. Индивидуальную упаковку отдельных частей засушенных трав придумал Томас Салливан, проживающий в Америке. Для создания пакетов использовал шелковые ткани.

Анализ состояния упаковки черного чая по каждому виду в соответствии с ГОСТом или другой НД

Торговая марка продукта	Чай индийский	Майский	Чай черный	Lipton	Принцесса Нури
1	2	3	4	5	6
Фирма-производитель	г. Рязань	Московская обл., г. Фрязино	г. Москва	г. Москва	Ленинградская обл., пос. Свердлова
Внешний вид, упаковка (фото)					
Ингредиенты	Чай индийский черный байховый листовой мелкий	Цейлонский черный байховый чай	100% чай черный байховый	Чай черный	Чай черный байховый высокогорный

Срок годности	36 месяцев	36 месяцев	24 месяцев	24 месяцев	36 месяцев
Наличие ГМО	нет	нет	нет	нет	нет
Наличие E разрешенных	нет	нет	нет	нет	нет
Наличие E запрещенных	нет	нет	нет	нет	нет
Вкусовые ощущения	Терпкий вкус, слабый аромат	Тонкий аромат, терпкий вкус	Слабый аромат и вкус	Достаточно нежный аромат и приятный терпкий вкус	Терпкий вкус, слабо выраженный аромат
Органолептический вид	Мутно-коричневый	Темно-коричневый	Светло-коричневый	Темно-коричневый	Темно-коричневый
Соответствие ГОСТ, НД	ГОСТ 32573-2013	ТУ 9191-001-56843012-03	ТУ 9191-00570473881-14	ТУ 9191-001-18359701-2001	ТУ 9191-001-39420178-97

Условия хранения	Хранить в сухом помещении при относительной влажности не выше 70%	В сухом месте в плотно закрытой упаковке	В сухом помещении при относительной влажности воздуха не более 70%	В сухом помещении отдельно от сильно пахнущих веществ при относительной влажности воздуха не более 70%	В чистом, хорошо вентилируемом помещении без посторонних запахов с относительной влажностью воздуха не выше 70%
Цена	24р	46р	11р	95р	55р
Заключение Продукт соответствует /не соответствует свойствам, заявленным на упаковке	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует	Соответствует
Товарная информация подлинность Штрих кода	4607094141853	4607051150720	4606067026714	4605922006695	4605246001970

Анализ дизайна упаковки

Товарная марка	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5
1	2	3	4	5	6
Содержание маркировки (характер наносимых знаков и символов, текстовая и цифровая информация, штрих-коды, пиктограммы (символы, информационные знаки), объемно-пространственные изображения).	Маркировка нанесена теснением, Символы четкие, шрифт четкий и легко читаемый	Шрифт очень мелкий, размытый и трудно читаемый	Крупный шрифт, Хорошо читаемый	Мелкий шрифт, но читаемый	Шрифт очень мелкий, трудно читаемый
Анализ пиктограмм (знаков) маркировки: товарные знаки, знаки соответствия и качества, манипуляционные знаки, предупредительные или знаки безопасности, экологические, социальные					

Анализ дизайна исследуемых упаковок

Торговая марка	Росчайпром	Майский	365 дней	Lipton	Принцесса Нури
Мода, соответствие бренду	Соответствует	Соответствует	Не соответствует	Не соответствует	Не соответствует
Психологическое воздействие цвета.	Песочный с красным вызывает эффект старины	Красный с зеленым отделан золотым контуром вызывает дороговизну	Белый с красным вызывает скуку и дешевизну	Желтый цвет вызывает легкость и свежесть	Оттенки красного с черным вызывает теплоту
Цвето-графическая концепция упаковки	Составлена правильно, вызывает впечатление целостности	Слишком рябит большим количеством блестящих элементов	Составлена правильно	Составлена качественно, вызывает впечатление энергетического подъема	Составлена правильно, вызывает впечатление целостности
Цвет и шрифт	Цвет и шрифт грамотно подобрано, Шрифт не сливается с фоном, поэтому сразу заметны	Цвет и шрифт грамотно подобрано, шрифт сочетается с основной стилистикой бренда	Цвет и шрифт грамотно подобрано, Шрифт не сливается с фоном, поэтому сразу заметны	Цвет и шрифт грамотно подобрано, Шрифт не сливается с фоном, поэтому сразу заметны	Цвет и шрифт грамотно подобрано, шрифт сочетается с основной стилистикой бренда

Характер линий	Присутствуют спокойные и плавные линии	Присутствуют орнамент и плавные линии	Присутствуют прямые и четкие линии	Присутствуют плавные и прямые линии	Присутствуют плавные линии
Сюжетная характеристика, сюжет упаковки	Индийская чайная плантация	Чайная плантация	Кружка чая	Солнце	Индийский рассвет
Визуальное впечатление/эмоции: радость или уныние, аппетит, атмосфера богатства и роскоши и т. д.	Атмосфера путешествий	Атмосфера роскоши, свежесть	Уныние, скука	Радость, раздражение	Атмосфера загадочности
Стилистическое решение упаковки: форма, конфигурация, текстура материала и полиграфическое оформление	Упаковка в виде сундучка, Изготовлена из плотного картона, верхний слой которого лощеный	Упаковка в виде сундучка, Изготовлена из плотного картона, верхний слой которого лощеный	Упаковка в виде сундучка, Изготовлена из плотного картона, верхний слой которого лощеный	Упаковка в виде сундучка, Изготовлена из плотного картона, верхний слой которого лощеный	Упаковка в виде сундучка, Изготовлена из плотного картона, верхний слой которого лощеный
Анализ конструкции упаковки	Простая конструкция				



Анализ пиктограмм маркировки: товарные знаки, знаки соответствия и качества

- Полезная информация;
- Товарные знаки;
- Знаки соответствия обязательным требованиям;
- Стандарты качества и безопасности;
- Состав продукта;
- Срок годности;
- Правила пользования товаром;
- Знаки на этикетках;
- Манипуляционные знаки;
- Предупредительные знаки;
- Экологические знаки;
- Производственная маркировка;
- Штриховые коды товаров;
- Торговая маркировка;
- Символы, рассказывающие об услугах.



Соответствие бренду

Психологическое воздействие

- Использование определенных цветов на упаковке связано с общим образом марки и несет в себе те же стимулы и образы, что и реклама данного продукта.
- Например, желтый цвет упаковки чая Lipton привлекает людей, рассматривающих процесс чаепития как приятный отдых, в то время как красный у Принцессы Нури призывает взбодриться, преодолеть трудности, вызывает радостное волнение от предвкушения наслаждения.
- Некоторые виды продуктов традиционно требуют использования определенных цветов: молочные изделия — белого, зеленого и синего, цвета сочной травы и неба, хлебобулочные — желтого, песочного и коричневого.

Сюжетная характеристика, стилистическое решение упаковки

Цветно-графическая концепция упаковки (схема расположения основных графических элементов)			дизайн-стратегия продукта, сюжет	стиль (исторические, этнические, культурные и прочие особенности)
логотип; наименование продукта	тематическая иллюстрация; фон	графические знаки отличия данной группы продукции		стилистические приемы, цвета, полутона, шрифты
Чай индийский	Пейзаж плантация чая, рассвет, слон	Логотип, дизайн, ГОСТ СССР	Индийский сюжет	Читабельный шрифт, композиция по центру
Майский	Чайная плантация	Логотип в виде орнамента, дизайн	Фотография чайной плантации	Читабельный шрифт, композиция по центру,
Чай черный байховый	Кружка чая	Дизайн	Фотография кружки чая	Читабельный шрифт, композиция
Lipton	Солнце	Логотип, дизайн	Фотография кружки чая с листом	Читабельный шрифт, композиция по центру, простой дизайн
Принцесса Нури	Горный пейзаж, рассвет Индии	Логотип и узнаваемый дизайн	Фотография индийский гор	Читабельный шрифт, композиция по центру, интересный внешний вид за счет фотографии

Заключение

- Целью исследовательской работы было проведение потребительской экспертизы дизайна упаковок черного чая.
- Для достижения поставленной цели был решен комплекс взаимосвязанных между собой задач:
- Изучена история появления упаковки чая. Среди множества видов упаковок картонные и в отдельных пакетиках считаются самыми удобными, экономичными и простыми в использовании и в утилизации.
- Определена сущность стандартизации, установлена ее роль в повышении качества продукции. Сущность стандартизации состоит в составлении и утверждении как рекомендуемых, так и обязательных норм, и характеристик для многократного использования, направленного на обеспечение надлежащего качества товаров и услуг, повышение их конкурентоспособности в сферах обращения продукции, а также обеспечение безопасности труда.
- Определены критерии и методы оценки качества продукции.
- Изучены нормативные документы на чай. Нормативный документ – это документ, в котором утверждаются общие нормы, правила и характеристики для продукции, работ или услуг.

Список литературы

- Сущность стандартизации, ее роль в повышении качества продукции, [Электронный ресурс]. URL: https://studwood.ru/905376/marketing/suschnost_standartizatsii_rol_povyshenii_kachestva_produkcii (дата обращения: 12.10.2018)
- Роль упаковки в маркетинге. Функции упаковки, [Электронный ресурс]. URL: https://studwood.ru/905377/marketing/rol_upakovki_marketinge_funktsii_upakovki (дата обращения: 12.10.2018)
- Безопасность упаковки: для потребителя и окружающей среды, [Электронный ресурс]. URL: https://studbooks.net/889747/marketing/trebovanie_upakovke (дата обращения: 12.10.2018)
- Факторы, формирующие качество упаковки. Характеристика основных методов, используемых при контроле качества упаковки, [Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/3795625/page:6/> (дата обращения: 12.10.2018)
- История появления упаковки чая, [Электронный ресурс]. URL: <https://chayku.net/vidy-chaja/podarochnaya-upakovka-dlya-chaya> (дата обращения: 12.10.2018)