



АНАЛИЗ ДИЗАЙНА УПАКОВОК ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ НАПИТКОВ

СОДЕРЖАНИЕ

- Введение и обоснование актуальности исследования
- Роль стандартизации в повышении качества продукции
- Теоретические аспекты разработки упаковки
- Требования законодательства к этикетке
- Экспертиза качества энергетического напитка
- Анализ нормативной базы
- Органолептический метод оценки качества.
- Потребительское исследование шоколада
- Анализ эстетического оформления упаковки энергетического напитка (дизайна)
- Заключение
- Список литературы

ВВЕДЕНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для достижения поставленных целей, необходимо решить все поставленные задачи и выявить роль стандартизации в дизайне упаковки. Основными задачами являются:

- ❑ Изучить стандартизацию, то как она влияет на организацию производств, упаковку товара и потребителя;
- ❑ Изучить отечественные и международные нормативные документы, устанавливающие требования к упаковке;
- ❑ Проанализировать 5 упаковок различных производителей энергетических напитков;
- ❑ Исследовать соответствие бренду, психологическое воздействие упаковки на потребителя;
- ❑ Проанализировать цвето-графическую концепцию упаковки. Цвет и шрифт, визуальное впечатление.

РОЛЬ СТАНДАРТИЗАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

- ❑ Целью раздела является исследование сущности стандартизации и её роли в повышении качества продукции.
- ❑ **Стандартизация**- - деятельность, направленная на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области посредством установления требований в отношении реально существующих или потенциальных задач.

РОЛЬ УПАКОВКИ В МАРКЕТИНГЕ.

ТРЕБОВАНИЯ К УПАКОВКЕ ТОВАРОВ

Цель раздела – анализ требований, предъявляемых к упаковке товаров. Существует ряд требований:

- Технические требований;
- Требования к надёжности;
- Экономическая эффективность;
- Требования взаимозаменяемости;
- Эстетические требования;
- Требования безопасности;
- Экологические требования;
- Эргономические требования.

АНАЛИЗ НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ

Целью этого раздела является изучение нормативных документов, устанавливающих требования стандартов к установке.

Основные нормативные документы на упаковку:

- ❑ ГОСТ 16299-78 Упаковывание. Термины и определения;
- ❑ ГОСТ 17527-2003 Упаковка. Термины, определения и пр.
- ❑ ФЗ «О безопасности продукции и упаковки ТР ТС 005/2011

НОРМАТИВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЭНЕРГЕТИЧЕСКИМ НАПИТКАМ

| Наименование показателя | Характеристика напитков | |
|-------------------------|---|---|
| | прозрачных | замутненных |
| Внешний вид | Прозрачная жидкость без осадка и посторонних включений. Допускается опалесценция, обусловленная особенностями используемого сырья | Непрозрачная жидкость. Допускается наличие осадка и взвесей, обусловленных особенностями используемого сырья, без посторонних включений, не свойственных продукту |
| Состав | Кофеин 25-35мг на 100см ³ , таурин 300-400мг на 100см ³ , L-карнитин 80-120мг на 100см ³ , глюкуронолактон 150-240мг на 100 см ³ , витамин В3 6-8 мг на 100см ³ , витамин В5 1-2 мг на 100см ³ , витамин В6 1-2 мг на 100см ³ , витамин В12 0,001-0,002 мг на 100см ³ , инозит 10-25 мг на 100см ³ | |
| Маркеровка | <p>-фразы "Не рекомендуется лицам до 18 лет, старшего и пожилого возраста, больным гипертонической болезнью, с нарушением сердечной деятельности, повышенной нервной возбудимостью, выраженным атеросклерозом, лицам, страдающим бессонницей, беременным и кормящим женщинам";</p> <p>-количественного содержания тонизирующих компонентов (в мг на 100 см напитка);</p> <p>-рекомендаций по ограничению суточного потребления (в упаковочных единицах) в соответствии с содержанием биологически активных веществ в потребительской упаковке и значениями верхних допустимых уровней суточного потребления</p> | |

Примечание: В составе безалкогольных тонизирующих напитков должно быть не более двух тонизирующих компонентов.

ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА

- ❑ Первые энергетические напитки поступили в продажу в Японии в начале 1960 годов; они продавались в бутылках из темного стекла, похожих на те, в которых продают лекарства, или в алюминиевых банках, стилизованных под такие бутылки
- ❑ В 1982 году австриец Дитрих Матешиц, будучи в Гонконге, попробовал местный тонизирующий напиток и привез эту идею в западные страны. В 1984 году он основал первое предприятие по промышленному производству энергетического напитка – популярного и поныне "Red Bull".
- ❑ В настоящее время продажа энергетиков осуществляется более чем в 160 странах мира.

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

Для анализа упаковки был выбран энергетический напиток 5-ти торговых марок:

- BURN
- S.O.V.A.
- TUSA
- Flash up
- Adrenaline Rush

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ



BURN



S.O.V.A.



TUSA



Flash up



Adrenaline Rush

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

| Торговая марка | 1 | 2. | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|--|--|--|
| Мода, соответствие бренду | Современная упаковка, соответствующая стилю | Современная упаковка, соответствующая стилю | Современная упаковка, соответствующая стилю | Современная упаковка, соответствующая стилю | Современная упаковка, соответствующая стилю |
| Психологическое воздействие цвета. | Кислотные цвета на черном фоне дают ощущение яркости, сочности, взрывного эффекта | Яркий красный цвет притягивает внимание издалека и акцентирует внимание на напитке. | Жёлто-зеленые цвета на почти незаметном чёрном фоне дают ощущение ярких впечатлений | Зелено-синие цвета на черном фоне создают ощущение движения, взрыва эмоций. | Бело-золотистые цвета на черном фоне создают ощущение строгости и роскоши. |
| Цветовая графическая концепция упаковки | Составлена правильно, вызывает впечатление целостности | Хорошо составлена, упаковка вызывает положительное впечатление | Слишком рябит большое количество мелких изображений. Визуально тяжело смотреть. | Составлена качественно, вызывает впечатление энергетического подъема., | Составлена правильно, вызывает впечатление целостности. |
| Цвет и шрифт | Цвет и шрифт грамотно подобраны, шрифт сочетается с основной стилистикой бренда. | Цвет и шрифт грамотно подобраны, шрифт сочетается с основной стилистикой бренда. | Цвет и шрифт подобраны правильно, шрифт не сливается с фоном, поэтому сразу заметны. | Цвет и шрифт подобраны правильно, шрифт не сливается с фоном, поэтому сразу заметны. | Цвет и шрифт грамотно подобраны, шрифт сочетается с основной стилистикой бренда. |

АНАЛИЗ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

ВИЗУАЛЬНОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

- ❑ Рекламное оформление связано с учётом потребностей, предпочтений, интересов, вкусов людей.
 - ❑ Реклама должна легко, удобно, чётко и точно восприниматься потребителем.
 - ❑ В соответствии с типом композиции на упаковке формируется восприятие потребителем товара.
- 

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- ❑ Упаковка товара должна быть не только эстетически приятна и привлекательна покупателю, но и должна нести на себе всю необходимую информацию о продукте, а так же быть функциональной, компактной и практичной в использовании.
- ❑ Упаковка- неотъемлемая часть продукции, к ней следует предъявлять жесткие требования, чтобы потребитель, выбирая товар, не мог стать жертвой недобросовестных производителей.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

