

ОБЗОР УПАКОВОК ДЛЯ ПОДСОЛНЕЧНЫХ МАСЕЛ В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ БЕЛАРУСИ

Гапеева У.О., Долгая В.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Садовская А.В.
Белорусский национальный технический университет

Потребителями растительных масел являются представители всех возрастных групп. Рынок растительного масла в Беларуси формирует отечественное и импортируемое сырье, а также продукты его переработки [1]. Масло растительное производится в жидком и твердом виде, к жидким растительным маслам относятся подсолнечное, оливковое, рапсовое, персиковое, арахисовое, миндальное, соевое, кунжутное, кукурузное и др.

Объектом исследования в данной работе является рынок подсолнечных масел. Исследование проводилось в ноябре-декабре 2022 года. Товарные марки подсолнечных масел, представленные в торговой сети: Затея, Золотая семечка, Лея, Осенний букет, Лучезарное, Слобода, Altero (Россия), Камако, Лето, Rafini, Бобруйское масло (Беларусь).

Растительные масла в большом ассортименте представлены в торговых сетях, разрешёнными упаковочными материалами являются полимерные материалы (РЕТ) окрашенные или неокрашенные, стекло и многослойные пакеты из комбинированных материалов. Укупорочными средствами для бутылок из полимерных материалов являются колпачки из полиэтилена высокого давления, стеклянные бутылки укупориваются алюминиевыми колпачками с картонной уплотнительной прокладкой с целлофановым покрытием. В основном полимерная бутылка для подсолнечных масел изготавливается прозрачной, так как цвет продукта приятный для покупателей от светло-желтого до коричневого, и продукт себя продает и демонстрирует.



Рисунок 1 – Типы упаковок для растительных масел

Следующим критериям по различию упаковок является форма. Основными видами упаковок для масла являются бутылка, банка. Для того, чтобы выделить свою продукцию на полках производители меняют форму, как например, упаковка масла торговой марки «Заря», разделена на две цилиндрические гладкие части, на которых размещена этикетка из полипропилена, в центральной части упаковка имеет спиральное закручивание, которое выделяет упаковку, выполняет роль ребер жесткости и является удобным для того, чтобы держать в руке и пользоваться упаковкой.



Рисунок 2 – Примеры форм упаковок подсолнечных масел

Благодаря такой форме стало возможным использование двух этикеток на одной бутылке с размещением логотипа на верхней и нижней части бутылки, что придает заметности.

Подсолнечное масло торговой марки "Золотая семечка" упаковано в бутылку из ПЕТ, объемом до 1 л, этикетка располагается в центральной части бутылки, на верхней и нижней частях бутылок находятся ребра жёсткости. В линейке продукции "Золотая семечка" также есть упаковки объемом 1,8 л, упаковка представляет собой кувшин, более широкий в нижней части упаковки, сбоку крепится ручка для удобного удерживания в руке, переноса продукции.

Заметной на торговой полке является продукция Altero за счет того, что бутылка имеет необычную трехгранную форму, рёбрами жесткости в бутылке являются вертикальные грани бутылки по бокам, интересным решением является использование разного цвета укупорочных средств (крышек), которые окрашены в основной цвет этикетки. В линейке продукции Altero этикетка представляет собой прямоугольник, разделенный по диагонали на две части, потребитель видит красивый желтый цвет продукта (масла), такая упаковка безусловно становится заметной на торговой полке (рисунок 3).



Рисунок 3 – Упаковки подсолнечного масла Altero

В оформлении грамотно используется леттеринг, за счет чего текст выглядит эстетичным и сохраняется его читабельность, не смотря на то, что название размещается вертикально.

Упаковка подсолнечного масла "Золотая капля" представляет собой бутылку цилиндрической формы с ребрами жесткости куполообразными в верхней части и вертикальными в нижней и средней части бутылки. Производитель выпускает три вида подсолнечного масла (рафинированное Люкс, рафинированное дезодорированное, нерафинированное) и этикетка у каждого вида оформлена в различных стилях, повторяется на каждой этикетке изображение подсолнуха, указывается название продукта. Целесообразно привести оформление этикетки к единому стилю, выделить цветом этикетки вид масла, указать преимущества (ценность) для потребителя в зависимости от вида масла (наличие витаминов, без ГМО и добавок, первого отжима и др.).



Рисунок 4 – Упаковки подсолнечного масла Золотая капля

Выделить подсолнечное масло можно с помощью оформления этикетки, обычно на лицевой стороне располагается название торговой марки и крупное изображение подсолнуха или его части, используемые цвета – желтые, зеленые, иногда на этикетке изображается льющещее жидкое масло, указываются дополнительные преимущества продукта (отсутствие ГМО, запаха, наличие витаминов, вид, сорт масла, указание на ГОСТ, по которому изготовлена продукция).

Заметной является продукция «Золотая семечка», так как используются в классической линейке синие, голубые цвета, продукция размещается преимущественно блоками на торговых полках, что образует заметное «цветовое пятно».

Выделяются также упаковки красных, оранжевых цветов, темно-зеленых, этому способствовало расположение продукции на стеллаже, а использование ярких цветов в дизайне упаковки. Однако стоит отметить, что самой заметной является продукция, которая расположена на небольших стеллажах преимущественно на уровне глаз. Упаковки с бледными цветами в дизайне этикетки терялись на фоне ярких упаковок. Также встречаются упаковки для масла с изображением овощей, приготовленных.

Не менее важную роль в дизайне упаковки для масла играют шрифты: шрифт должен лаконично вписываться в дизайн упаковки и быть читабельным, а для большего успеха еще и современным. Выбор подходящего под дизайн шрифта может добавить в оформление динамику, оригинальность и баланс. Еще одной особенностью дизайна упаковки растительных масел является расположение текста, он может располагаться и горизонтально, и вертикально (например «Altero», «Слобода»).

На оборотной стороне располагается обязательная информация, но площадь этикетки для нанесения маркировки ограничена. Маркировка подсолнечного масла включает в себя следующую информацию: наименование продукции, наименование предприятия-изготовителя, его адрес, вид, сорт, марку масла, массу нетто (грамм), дату розлива, содержание жира в 100 г масла, калорийность 100 г продукта, гарантийный срок хранения, обозначение стандарта, в соответствии с которым масло изготовлено (ГОСТ 1129-93), указывается штрих-код, изображение петли Мебиуса (указание материала, из которого изготовлена упаковка, укупорочное средство, этикетка), знак соответствия продукции требованиям безопасности ЕАС. Информацию на оборотной стороне этикетке целесообразно группировать таким образом, чтобы покупатель мог без труда изучить маркировку [2].

Литература

1. Гусаков В.Г. Научные основы сбалансированной агропромышленной стратегии Беларуси в Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс] / В.Г. Гусаков [и др.] - Минск : Белорус. наука, 2015.

2. Ильютчик, И. В. Система графической идентификации упаковок из полимерных материалов / И. В. Ильютчик, А. В. Садовская // Информационные технологии в политических, социально-экономических и технических системах [Электронный ресурс] : материалы научно-практической конференции, 22 апреля 2022 года / Белорусский национальный технический университет, Факультет технологий управления и гуманитаризации ; редкол.: Г. М. Бровка (пред. редкол.) [и др.] ; сост. А. В. Садовская. – Минск : БНТУ, 2022. – С. 299-302.

УДК 672.46

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ МЕТАЛЛИЧЕСКОЙ УПАКОВКИ

Горошкевич П.В., Новета А.П.

Научный руководитель: к.т.н, доцент Садовская А.В.
Белорусский национальный технический университет

Ретроспективный анализ представляет собой изучение объекта исследования от прошлого к настоящему, путем изучения исторических элементов, процессов для определения текущего состояния и будущего совершенствования объекта исследования (металлической упаковки). Он позволяет определить изменения, которым подвергалась упаковка и оценить данные изменения, конструкцию, дизайн, а также какие аспекты следует улучшить в дальнейшем.

Металлическая упаковка используется во многих отраслях, включая пищевую, фармацевтическую, химическую, косметическую и т. д. Для ее изготовления используются различные металлические и лакокрасочные материалы: белая, черная листовая, хромированная жесть, алюминий и его сплавы, консервные лаки и эмали, уплотнительные пасты [1].

Впервые идея использовать жестяные банки для хранения продуктов появилась в 1810 году у английского торговца Питера Дюранда. Согласно его патенту, продукты, которые необходимо было сохранить на продолжительное время, требовалось поместить в сосуд, плотно закрывающийся крышкой, затем этот сосуд нагреть. Время, необходимое для нагревания, зависело от размеров сосуда и продуктов внутри. В итоге продукт был герметично