

«УПАКОВКА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ»

Выполнила :

Язлубаева Насипли

ВВЕДЕНИЕ

Упаковка любого товара, а духи особенно – высочайшее искусство. Оболочка, как сами духи, создается на долгие годы. Перевести язык запахов в зрительный ряд, передать первое представление об идее запаха стараются художники и дизайнеры. Еще в гробницах фараонов древнего мира были найдены сосуды со следами благовоний. Греки и римляне оставили замечательные образцы флаконов в виде миниатюрных амфор. Древнерусские красавицы пользовались специальными восточными украшениями-подвесками, в которые вкладывали ароматические вещества. При ходьбе подвески раскачивались, и вокруг распространялся аромат. В настоящее время широко распространен прием оформления флакона – в виде женской фигуры. Упаковка духов – это часть аромата.



ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УПАКОВКИ ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ

- Горлышки флаконов с притертыми пробками должны быть отделаны пленкой, или прозрачной пленкой обвязаны канителью, шелковой или вязкой ниткой или ленточкой. Выпускаются парфюмерные товары одеколоны и душистые воды и в аэрозольной упаковке.
- Флаконы с духами и одеколонами могут быть уложены в художественно оформленные футляры или коробки или могут быть без футляров и коробок.
- При выпуске парфюмерных изделий в футлярах с флаконами без этикеток всю маркировку размещают на футляре. На бумажных клеевых лентах, которыми оклеивают коробки, типографским способом или штемпельной краской должны быть указаны наименование изделия и номер артикула наименование предприятия и его местонахождение количество единиц изделия, упакованного в коробки дата выработки, номер бригады наименование группы изделия обозначение стандарта.

Схема картонной упаковки для парфюмерного флакона.

Конструкция состоит из трех деталей:

- нижнего бокса;
- платформы с отверстием для фиксации флакона;
- верхней части – крышки.

Духи расфасовывают в стеклянные, фарфоровые или керамические флаконы емкостью не более 65 мл с плотно притертыми пробками из стекла или стекла с полиэтиленовым покрытием или с винтонарезными колпачками (с прокладкой) из пластмассы или металла.

Одеколорны и душистые воды расфасовывают в стеклянные флаконы емкостью не более 250 мл. Флаконы с плечиками заполняются парфюмерной жидкостью до уровня плечиков; флаконы без плечиков должны иметь воздушное пространство не более 4% емкости флаконов.



ВИД УКУПОРКИ

Вид укупорки для флаконов оказывает существенное влияние на сохранность парфюмерной жидкости и удобство пользованием изделием. Преобладает укупорка парфюмерных флаконов с помощью винтовых колпачков. Для этого используются пластмассовые колпачки, металлические и комбинированные (пластмасса с металлом). Широкое использование колпачков из термопластов- полиэтилена, полипропилена- позволило заменить притертые пробки винтовыми колпачками, улучшить герметичность, уменьшить трудоемкость производства флаконов и фасовки.

В последнее время в России и за рубежом стали применяться защитные колпачки, которые помимо основного назначения имеют еще и контрольные функции, те предотвращают незаметное открывание флакона. Это исключает возможность фальсификации продукта. Эффективным защитными свойствами обладает мембранная укупорка флаконов. Не прорвав ее, невозможно достать содержимое. После налива жидкости флакон запечатывается мембранной, затем навинчивается или напрессовывается колпачок. Используются колпачки с отрывным пояском, который при открывании флакона остается на горле. Более удобной и экономичной с точки зрения расхода парфюмерии является аэрозольная (Spray) и пульверизационная укупорка (Natural Spray).

ВЫВОД

Даже сегодня в современном бизнесе недооценена роль упаковки в объемах продаж товара. Существует архаичное мнение, что достаточно хорошего качества и низкой цены, чтобы стимулировать продажи. Итак, упаковка это не только то, что позволяет транспортировать изделие от производителя к покупателю.

Упаковка - это:

1. то, что в первую очередь привлекает внимание именно вашего покупателя,
2. рекламирует товар и Вас, как производителя (или продавца) товара,
3. именно такое сочетание цветов, как на вашей упаковке, будет искать покупатель в следующий раз на прилавке,
4. именно по номерам телефонов, которые указаны на упаковке, будут заказывать товар магазины и региональные оптовики,
5. возможно, более низкая по стоимости упаковка станет Вашим козырем в ценовой войне с конкурентами,
6. только удобная в хранении и транспортировке упаковка может снизить себестоимость товара и открыть новые рынки.

И наоборот:

1. ничто так не отталкивает покупателя, как деформированная, не качественная упаковка,
2. ничто так не тормозит продажи, как серая, безликая упаковка,
3. именно непривлекательная упаковка позволяет покупателю усомниться в правильности выбора еще до того, как он возьмет товар в руки.



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!