

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СРЕДНЯЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ШКОЛА №2 С.П. «СЕЛО ХУРБА»

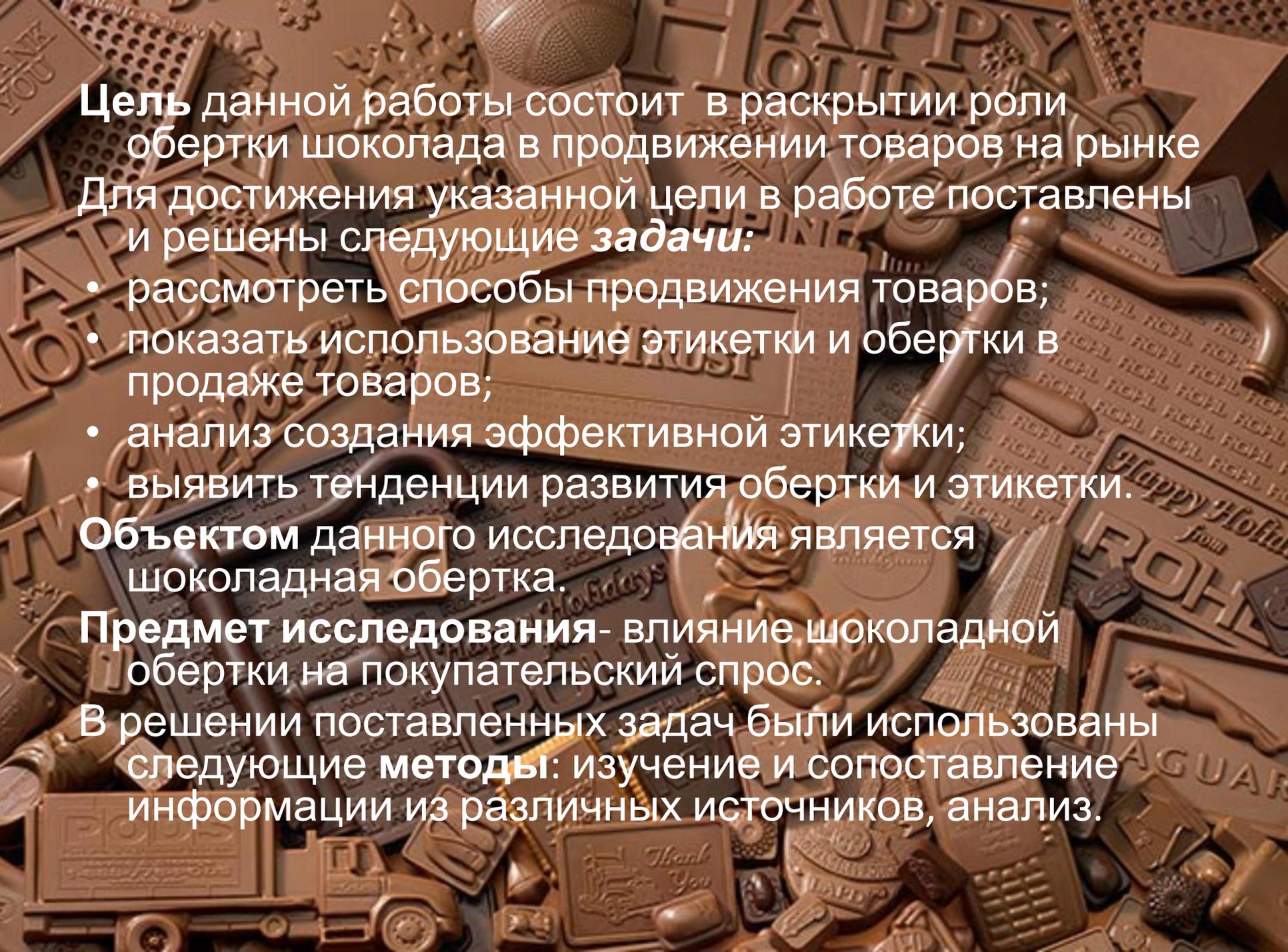
Исследовательская работа

«Изучение влияния дизайна шоколадной обертки на покупательский спрос»

Выполнила: ученица 2 Б класса

Клемашова Софья.

Учитель: Кулык О.А.



Цель данной работы состоит в раскрытии роли обертки шоколада в продвижении товаров на рынке. Для достижения указанной цели в работе поставлены и решены следующие **задачи**:

- рассмотреть способы продвижения товаров;
- показать использование этикетки и обертки в продаже товаров;
- анализ создания эффективной этикетки;
- выявить тенденции развития обертки и этикетки.

Объектом данного исследования является шоколадная обертка.

Предмет исследования- влияние шоколадной обертки на покупательский спрос.

В решении поставленных задач были использованы следующие **методы**: изучение и сопоставление информации из различных источников, анализ.

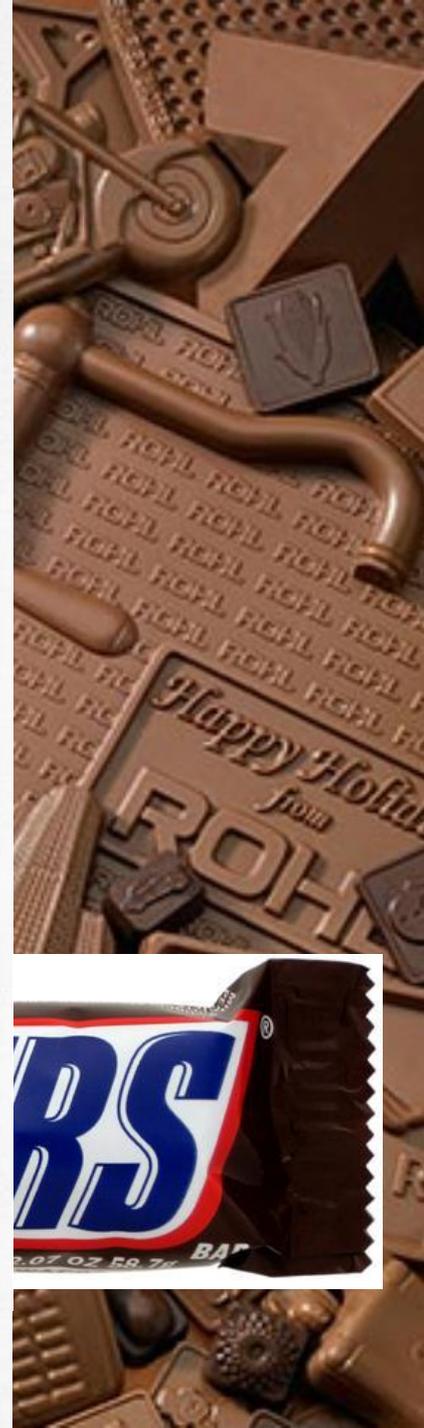
Реклама в современном мире является одним из важнейших рычагов управления экономикой. Очень многие одинаковые товары предлагаются на рынок различными изготовителями. Отличаются они порой только по обертке.



torgovaya-mebel-ip-situ.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭТИКЕТКИ И ОБЕРТКИ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ





Тара или оболочка называются упаковкой. Обертка может включать до трех слоев упаковочных материалов.

- Целлофановой обертка (первичная обертка)
- Картонная коробочка перетянутой атласной лентой (вторичная обертка)
- А коробочка – в ящике из гофрированного картона (транспортная обертка)



Возрастающее внимание использованию обертки в качестве инструмента продаж связано с влиянием разных причин:

- **Самообслуживание.** Количество товаров, продаваемых по принципу самообслуживания в магазинах постоянно увеличивается. Обертка должна привлекать внимание, описывать товар, производить приятное впечатление.
- **Благосостояние потребителей.** Рост благосостояния покупателей означает, что покупатели готовы заплатить немного большую сумму за удобство, приятный внешний вид и надежность хороших упаковок.
- **Имидж компании и торговой марки.** Компании признают, что хорошо продуманная обертка – необходимое условие мгновенного узнавания компании или марки. Компания Nestle утверждает, что средний покупатель видит ее логотип 76 раз в году, что приравнивается к телевизионной рекламе стоимостью \$ 26 млн.

Фирма *Original Beans Chocolate*

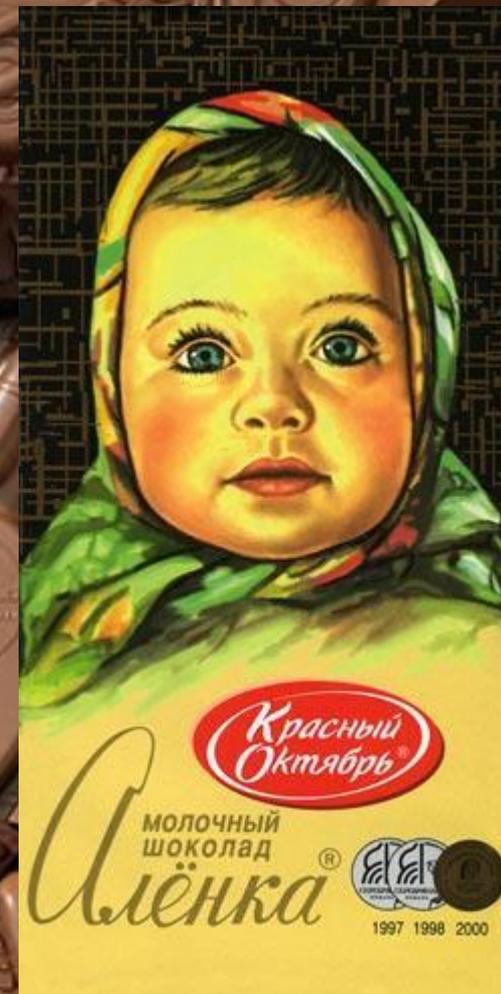
- Изготовлена на экологически безопасном производстве, полностью работающем от силы ветра
- При продаже каждой шоколадки в картонной обертке фирма *Original Beans Chocolate* сажает дерево, пропагандируя более ответственный подход к окружающей среде



Этикетка – составная часть обертки

Этикетки выполняют несколько функций:

- **Идентификация товара или марки** – например, этикетка Красный Октябрь.
- **Указание сорта товара** **Описание товара** – производитель, страна-производитель, срок годности, ингредиенты, инструкция по применению, меры безопасности.
- **Привлекательное художественное оформление** этикетки способствует продвижению товара.



Рекламная обертка как средство общения

Информационную роль обертка приобретает только в XVIII в., когда на аптечной посуде появляются этикетки с названием и составом лекарства.



Фирма *Victorinox Swiss Army Knife* *Chocolate*



Упаковала шоколад по форме классических швейцарских военных ножей. Производители уверены, что все поклонники этих ножей с удовольствием попробуют вкусные «перочинные **НОЖИЧКИ**».

Создание эффективной этикетки Компания *Fat Pig Chocolate*



«Съешь меня быстрее, пока какая-нибудь другая, проходящая мимо толстая свинья не попросила угостить и её тоже!»

Будущее развития в области обертки

Обертке необходимо обладать определенными свойствами:

- защитными,
- потребительскими,
- экологическими,
- рекламным

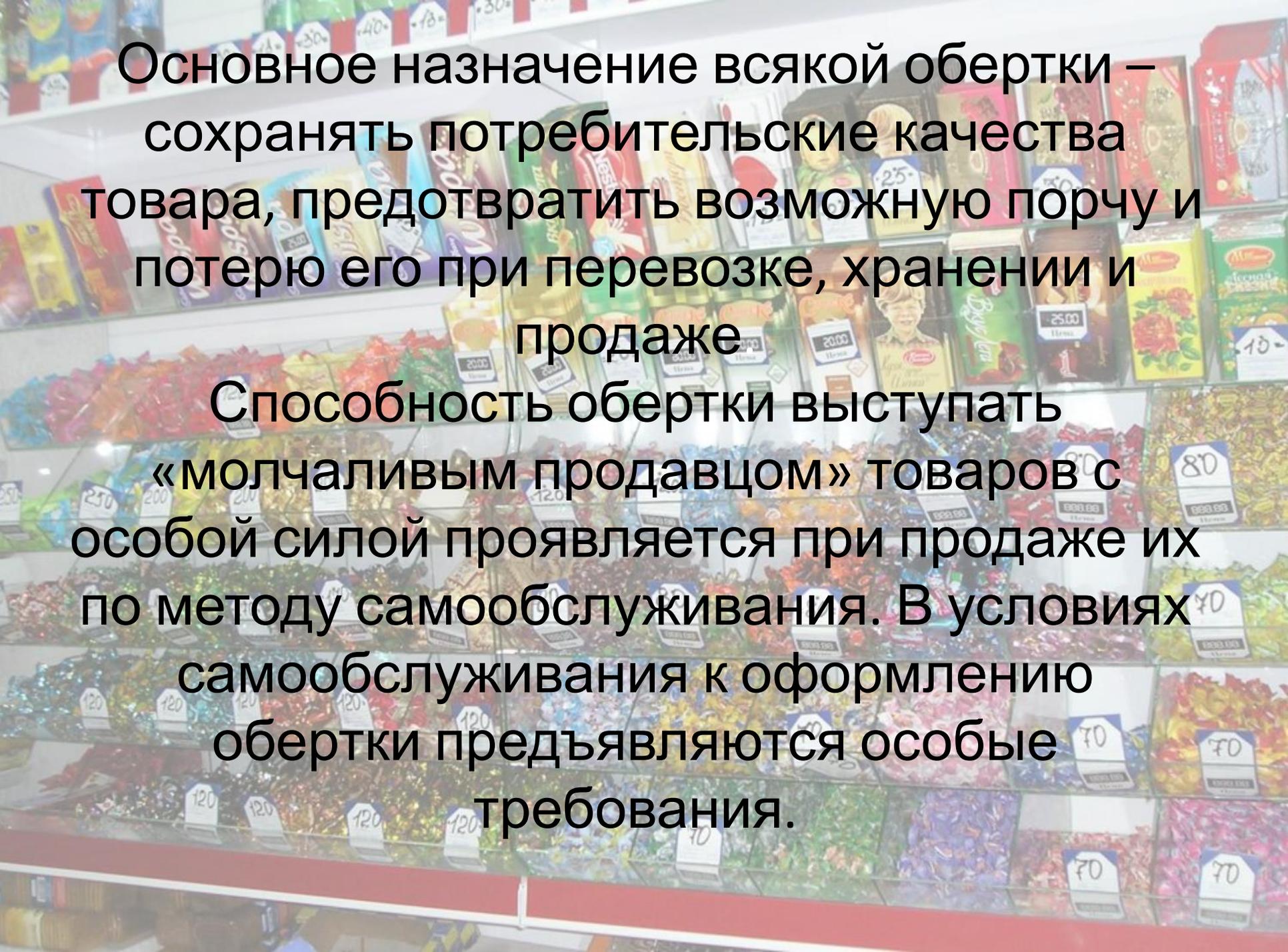
Эти свойства продлевают коммерческую жизнь товара.

Компания- *Nestle* –представляет свой шоколад в оригинальной обертке, волшебные плитки горького шоколада *Nestle Black Magic*.



Введение в конструкцию упрочняющих элементов может упростить сборку, повысить надежность упаковки, а также привести к новому формообразованию.



A photograph of a candy store shelf. The shelf is filled with various candies, including bags of M&M's, Hershey's Kisses, and other brands. Price tags are visible on the shelf, showing prices like 25.00, 20.00, 120, 80, 70, and 40. The background is slightly blurred, focusing on the candies in the foreground.

Основное назначение всякой обертки –
сохранять потребительские качества
товара, предотвратить возможную порчу и
потерю его при перевозке, хранении и
продаже.

Способность обертки выступать
«молчаливым продавцом» товаров с
особой силой проявляется при продаже их
по методу самообслуживания. В условиях
самообслуживания к оформлению
обертки предъявляются особые
требования.