

УДК 339.1  
РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНОЙ УПАКОВКИ НА ПРИМЕРЕ ЗАВОДА  
«ВЕЙНЯНСКИЙ РОДНИК»

М. П. СЕЛЮКОВА, Д. А. ДЕРЖИНСКАЯ  
Научный руководитель Е. Н. ШЕРОБУРКО  
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Упаковка – определенноеместилище или оболочка, в которую помещается товар и которая в большинстве случаев надлежащим образом оформлена.

Функции упаковки:

- защитная;
- дозирующая;
- транспортная;
- хранения;
- маркетинговая;
- нормативно-законодательная;
- экологическая;
- информационная;
- эксплуатационная.

В ходе работы было проведено исследование потенциальных потребителей продукции ООО «Вейнянский Родник», в результате которого были получены следующие данные:

- всего 15 % респондентов приобретали продукцию «Вейнянский Родник» за последнее время;
- 25 % опрошенных считают данный напиток «немодным» среди молодежи;
- 25 % респондентов стали бы покупать данную продукцию в случае изменения её имиджа (формы бутылки, этикетки, рекламы).

Недостатки упаковки продукции «Вейнянский Родник»:

- бутылки разных серий и разного объема имеют одинаковую форму;
- этикетка слишком пёстрая;
- продукция не выделяется на фоне аналогичного товара.

В итоге была получена новая упаковка. Дизайн новой этикетки лаконичен и по возможности минималистичен, фон этикетки – белый, что символизирует чистоту и экологичность. Форма бутылки миниатюрная и удобна в применении. Вкус напитка будет определяться наличием изображения соответствующего фрукта или ягоды. Шрифт простой, хорошо читаемый, черный. Наличие текста на этикетке минимальное, т.е. содержащее основные характеристики продукта.

Модернизированная упаковка стала современной, более креативной, заметной.