

## **ВИБІР УПАКУВАННЯ ДЛЯ НОВИХ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ РЕДЬКИ**

**Чаговець А.Є., гр. ТКМ-19**

Науковий керівник – канд. техн. наук, проф. **Селютіна Г.А.**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Тара – основний елемент упакування товару, який представляє виріб для розміщення товарів. Роль тари та упакування в торгово-технологічному процесі зумовлена виконуваними ними функціями, наприклад: оберігання продукції від несприятливого впливу зовнішнього середовища, забезпечення необхідних умов для збереження і незмінності кількості та якості продукції на всьому шляху її руху з місць виготовлення в місця споживання.

Метою роботи є вибір споживчої тари та розробка дизайну етикетки для нових продуктів «Редька маринована» та «Редька ферментована», що дасть змогу ефективно просувати продукцію до споживачів, повністю зберігаючи кількість та якість овочевих консервів.

Для маринованої продукції з редьки обрано скляну банку типу Твіст-Офф JAR I-82-550 «Amfoga» (ємність 550 мл, діаметр горловини 80,75 мм, вага 290 г, розміри: висота 108,8 мм, діаметр 101 мм, прозора). Для «Редьки ферментованої» обрано пластикове відро з кришкою (ємністю 500 мл) з високоякісного поліпропілену, який відрізняється високою міцністю й абсолютною герметичністю, що дозволить зберігати продукт протягом визначеного терміну без втрати якості.

Маркування розробленої продукції «Редька маринована» та «Редька ферментована» було здійснено, дотримуючись вимог Технічного регламенту щодо правил маркування харчової продукції (Наказ № 487 Держспоживстандарту України від 28.10.2010 р.).

Зважаючи на те, що продукт є абсолютно новим для споживачів, було наведено інформацію про його переваги та корисність, що підтверджується відповідними написами на етикетці.

Обране пакування дасть змогу забезпечити збереження кількості, якості та товарного вигляду продуктів переробки редьки в процесі товарообігу, а розроблене кольоро-графічне та текстове оформлення етикеток, що виконане згідно з державними вимогами до маркування харчових продуктів, приверне увагу покупців, пробудить інтерес та бажання здійснити покупку нової продукції.