**Ahojte ☺ - posledné učivo**

**Úloha:**

**1. napísať do zošita, čo je vyznačené červenou farbou**

**2. zapamätať si čo najviac - je to maturitná otázka**

**3. odfotiť poznámky**

**4. poslať do 10. 6. 2020 na mail: strbava.gabriela@gmail.com**

**OBALY**

Úlohou balenia – je po ukončení výrobného procesu vytvoriť pre výrobky podmienky na hospodárne skladovanie, prepravu, manipuláciu a ochranu výrobku pred vplyvmi vonkajšieho prostredia. Balenie však zabezpečuje aj splnenie hygienických, estetických a ekologických požiadaviek spotrebiteľa a spoločnosti

Funkcie obalov môžeme rozdeliť do 6 skupín:

* ochranná funkcia
* manipulačná funkcia
* informačná funkcia
* propagačná funkcia
* ekologická funkcia
* ekonomická funkcia

OCHRANNÁ FUNKCIA

Je základnou funkciou obalu. Balenie má zaistiť predaj tovaru so zachovanými úžitkovými vlastnosťami, má zabrániť ničeniu tovaru pri manipulácii, preprave a skladovaní, má chrániť tovar pred kvalitatívnymi a kvantitatívnymi zmenami, má zabezpečiť jeho hygienickú nezávadnosť.

Ochranná funkcia obalu zabezpečuje:
a) ochranu tovaru pri manipulácii, skladovaní a preprave, kde prichádza k otrasom, nárazom, tlakovému namáhaniu a iným vplyvom, ktoré spôsobujú deformáciu tovaru. Pred týmito vplyvmi chráni najmä prepravný obal.
b) ochranu tovaru pred stratami a rozkrádaním
c) ochranu tovaru pred znehodnotením kvality tovaru a znížením zdravotníckej a hygienickej nezávadnosti, pred zvlhnutím a vysýchaním
d) ochranu tovaru pred chemickým znehodnotením
e) ochranu tovaru pred chuťovými a pachovými zmenami, ktoré môžu vzniknúť pri spoločnej preprave a skladovaní tovarov, ktoré podľa predpisov nesmú prísť do vzájomného styku

**MANIPULAČNÁ FUNKCIA**

Obal vznikol aj z potreby preklenúť vzdialenosť medzi miestom výroby a spotreby. Je to prostriedok, ktorý umožňuje uchovať určité množstvo tovaru, umožniť jeho manipuláciu. Pri uložení sa počíta s určitou dobou, tovar musí vydržať určitú vzdialenosť.
Keďže v súčasnej dobe je v obchode (čo sa týka zamestnanosti) prevažná väčšina žien, bola hmotnosť prepravného balenia zredukovaná z 25 kg na 15 kg (ale často krát sa tento limit prekračuje).

**INFORMAČNÁ FUNKCIA**

Aj keď pri kúpe tovaru rozhoduje jeho akosť, často obal dáva spotrebiteľovi impulz ku konečnému rozhodnutiu, a k tomu je potrebné, aby obal spotrebiteľa čo najúplnejšie informoval. Ak má informačná funkcia pri spotrebiteľských obaloch spĺňať požiadavky spotrebiteľa, musí mu povedať o tovare všetko, čo ho zaujíma. Najdôležitejšou informáciou na obale je názov výrobku, dátum výroby a spotreby, zloženie, hmotnosť, ochranná známka, návod na použitie a prípravu.

**PROPAGAČNÁ FUNKCIA**

Obal tu vystupuje ako reklamný prostriedok, ktorý upútava pozornosť spotrebiteľa, pôsobí na jeho cit a uľahčuje mu voľbu z veľkého množstva tovarov. U obalov je preto nutná „vkusná úprava pre oko“, príjemná farebná kombinácia. Obal je často dôvodom pre opakovanú kúpu.

Postavenie propagačnej funkcie závisí od druhu tovaru. Pri tovaroch bežnej spotreby (múka, maslo, cukor,…) je skôr opodstatnená informačná funkcia ako propagačná funkcia, pretože spotrebiteľ sa o kúpe rozhoduje už pred vstupom do predajne.

 Pri tovaroch, ktoré spotrebiteľ kupuje len občas, môže propagácia mnoho ovplyvniť, preto tu má propagačná funkcia významnejšie postavenie. Vhodne a správne zvolený obal nabáda ku kúpe neplánovaného tovaru. Obal je preto najrozšírenejším a najlacnejším reklamným prostriedkom.
Do propagačnej funkcie patrí aj design - musí pôsobiť na cit spotrebiteľa a jeho podvedomie.

**EKOLOGICKÁ FUNKCIA**

Navrhovanie obalov tovarov musí byť zosúladené s požiadavkami ich vplyvu na životné prostredie. Je to dôležité preto, pretože v konečnej fáze dochádza ku likvidácii odpadov.

Ekológia obalov začína už pri výrobe obalov. Dôležité je zloženie obalov. V súčasnosti sa ako najlepšie riešenie javí separovaný zber odpadov, ktorý sa však u nás ťažko uplatňuje..

**EKONOMICKÁ FUNKCIA**

Cena obalu sa hodnotí k cene baleného výrobku. Cieľom je, aby bol tento pomer čo najmenší.

V celosvetovom meradle sa počíta, že hodnota obalov tvorí asi 5 % hodnoty tovarov, u potravinárskych výrobkov je to 7 – 10 % z ceny výrobkov. Najvyššie náklady sa dosahujú pri malých dávkach tovarov. Podiel ceny obalov na náklady klesá len u vratných obalov, na druhej strane sa tu však výrazne zvyšujú náklady na manipuláciu.

Obalové materiály:

* papier, kartón, lepenka
* sklo
* drevo
* kovy
* textilné tkaniny
* plasty
* keramika
* materiály biologického pôvodu
* kombinácie týchto materiálov