

Упаковка товаров – это активно развивающаяся область, оперативно реагирующая на различные мировые процессы и события: использование цифровых технологий и Интернет-ресурсов, решение экологических вопросов, учет социальных процессов, формирование моды и многое другое.

Специалисты видят развитие упаковочной отрасли в следующих направлениях: интерактивная упаковка; виртуальная упаковка или с дополненной реальностью; упаковка, изготовленная из отходов; упаковка с дополнительной функцией; упаковка как отражение социальных тенденций; «умная» упаковка; упаковка, воздействующая на все органы чувств человека.

Можно сказать, что полиграфия, появившись как средство распространения информации, на сегодняшний день свое развитие и перспективы имеет именно в упаковочной отрасли.

УДК 664.001.12/.18

## **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УПАКОВКИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ**

Кудина А.В.<sup>1</sup>, Савкова Е.Н.<sup>2</sup>, Павлов К.А.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Белорусский аграрный технический университет,

<sup>2</sup> Белорусский национальный технический университет,

<sup>3</sup> ООО «НормТест»,

Минск, Республика Беларусь

На рынке пищевой продукции для многих производителей является основной тенденция «better-for-you», которая проявляется в упаковке пищевых продуктов и помогает привлекать внимание потребителя. После развития многих проектов в 2021 году, на рынок выйдет съедобная пищевая

упаковка, не производящая отходов: съедобные обертки для печенья, батончиков и других продуктов из натуральных материалов, таких как картофель, рисовая бумага, морские водоросли, сахар и т.д.. Другие экологичные достижения включают соевые чернила, биоразлагаемые пластики и компостируемые материалы. В тексте на упаковке возрастет объем использования прозрачных и полупрозрачных материалов. Как показывают исследования, потребители при прочих равных условиях предпочитают прозрачную упаковку непрозрачной. В современном мире высоких технологий потребители не имеют времени перерабатывать большие объемы информации или не хотят этого делать. В результате используются на упаковках товаров простые, смелые цвета, крупные шрифты и названия из одного слова, которые бросаются в глаза. Активно распространяться тенденция к информированию об истории бренда. Таким образом, ключевыми тенденциями в сфере упаковки пищевых продуктов на 2021 год станут повышение экологичности, прозрачности (в прямом и переносном смысле) и информативности.

### **Литература**

1 FOOD TECHNOLOGIST.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://foodtechnologist.ru/2018/04/05/sedobnaya-upakovka-uzhe-realnost/>. – Дата доступа: 30.03.2021.