

УДК 7.012.185

## РАЗРАБОТКА ДИЗАЙНА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ УПАКОВКИ

**Тертычная А.С.**, студентка, кафедра МСТ ХНУРЭ  
**Колесникова Т.А.**, к.т.н., доцент, кафедра МСТ ХНУРЭ

***Аннотация.** В данной работе рассматриваются особенности разработки дизайна потребительской упаковки с учетом различных характеристик. Основными составляющими при проектировании потребительской упаковки являются графическое оформление и конструкция. Разработаны рекомендации к упаковке чайной продукции, а также разработана конструкция и графический дизайн потребительской упаковки для чая.*

***Ключевые слова:** ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УПАКОВКА, ФУНКЦИИ УПАКОВКИ, ДИЗАЙН, ФОРМА УПАКОВКИ, КОНСТРУКЦИЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬ.*

Дизайн упаковки и этикетки – один из самых эффективных инструментов продвижения продукта.

Упаковка способствует опознанию товара и его производителя потребителями, подчеркивает отличительные особенности товара, помогает составить впечатление о нем. С точки зрения продвижения продукции упаковка - наиболее действенное средство продвижения товара, которое способствует его продаже значительно дороже, но без каких-либо изменений его свойств. В 78% случаев покупатели совершают покупку продукции в яркой и удобной упаковке.

Важно чтобы каждый элемент дизайна был продуман, производил приятное впечатление и эффективно работал в пользу бренда.

Сегодня лидерами продаж становятся те торговые марки, для которых каждый шаг в процессе продаж и продвижения – это целая стратегия.

Дизайн продукта и его упаковки – идеальная возможность выделиться среди конкурентных брендов, привлечь внимание аудитории, убедить и радовать потребителя.

Многочисленные исследования подтверждают, что большинство покупателей предпочитают товары с качественным и эстетичным дизайном упаковки и этикетки.

Качество продукта уходит на второй план, когда визуальная часть оказывает правильное воздействие. Кроме того, оформление упаковки в фирменном стиле компании повышает узнаваемость бренда, повышает уровень продаж, без дополнительных затрат на рекламу [1].

Целью данной работы является разработка рекомендаций к упаковке чайной продукции, а также разработка конструкции и графического дизайна упаковочной продукции для чая.

Каждый день различные сорта чая поступают на рынки всего мира в огромном количестве. Для его хранения, упаковки и транспортировки необходимо изготовление коробок, при этом самыми востребованными и удобными являются картонные, жестяные и деревянные. Помимо функции сохранности товара, упаковка

должна выполнять еще и рекламную функцию: привлечь интерес покупателя, сделать продукцию узнаваемой и ненавязчиво продемонстрировать основные преимущества чая, содержащегося внутри.

К основным задачам упаковки для чая относятся:

- при транспортировке упаковка не должна допустить механических повреждений и порчи от атмосферных осадков;
- не дать сырью вступить в контакт с ультрафиолетом, воздухом, водой и не допустить впитывания в себя посторонних запахов;
- должна быть одновременно легкой и прочной;
- должно соблюдаться оптимальное соотношение цена-качество;
- иметь возможность нанести рекламу непосредственно на упаковку при минимальных затратах.

Анализ существующих упаковок чайной продукции позволил определить основные их виды [2]:

– картонные упаковки. Самый популярный и распространенный вид за счет своей дешевизны. Легкий вес, возможность использовать как вторсырье, лучшая поверхность для печати рекламы и основной информации о производителе и поставщике. Из недостатков нужно отметить, что чайные листья в картоне не должны храниться больше года, так как за это время аромат полностью выветривается. Лучший вариант – картонная коробка, стенки которой отделаны фольгой;

– упаковки из жести. Одним из важных недостатков этого материала является окисление, поэтому без специальной обработки составом никеля к хранению пищевых продуктов, а, тем более, чайного листа, жестяные упаковки не допустимы. Если все требования соблюдены, коробки обработаны должным образом – тогда храниться чай в них может долгое время без потери вкуса и аромата. Недостатки: высокая стоимость качественной упаковки, более дорогая процедура нанесения рекламы и увеличивающийся вес при транспортировке;

– упаковки из дерева. Это традиционный материал, используемый с давних времен при изготовлении коробок для хранения чайного листа. Сорта дерева могут быть любыми, основное требование к материалу – тщательная просушка и отсутствие какого-либо запаха. Недостатком данного вида упаковки является стоимость.

В данной работе был сделан выбор в пользу картонной упаковки за счет ее возможностей: оригинальная форма, любой дизайн, красочное и яркое оформление, любой размер и доступная цена.

Процесс разработки дизайна упаковки состоит из нескольких этапов:

- определение целевых групп потребителей с учетом их сознательных и подсознательных желаний;
- создание прототипа упаковки для исследования эмоционального восприятия продукта потенциальными потребителями и анализа образа производителя в глазах потребителя;

- выбор концепции дизайна, учет традиций и связи с дизайном упаковок ранее выпущенных продуктов;

- формулирование технического задания;

- оценка макета упаковки и выбор оптимального варианта силами отдела маркетинга производителя: индивидуальная оценка упаковки, оценка дизайна упаковки в корпоративном блоке, оценка дизайна упаковки относительно продукции конкурентов. На данном этапе используются методы оценки в реальных условиях торгового зала: учет возможного освещения, особенностей расположения и выкладки.

- оценка упаковки относительно конкурентов предполагаемыми потребителями и продавцами и внесение изменений в макет упаковки.

В работе рассматривался процесс проектирования упаковки для чайной продукции с учетом требований следующих требований:

- привлекательность. Красивая и качественная упаковка для товара привлекает внимание потребителя и подталкивает его к совершению покупки;

- тактильный отклик. Материал для тары, ее габариты, качество печати;

- эмоциональный отклик. Упаковка для товара должна дарить потребителю положительные эмоции и вызывать только позитивные ассоциации, такая «тара» создает крепкую эмоциональную связь потребителя с брендом;

- функциональность. Не стоит забывать и про то, что упаковка должна выполнять свои основные функции – хранить товар и препятствовать механическому воздействию.

- фирменный стиль. Дизайн должен быть согласован с общей идеей бренда и фирменным стилем компании, что в свою очередь повышает узнаваемость бренда.

В Украине наибольшей популярностью пользуется черный чай, его пьют 63% украинцев. В зависимости от фасовки продукта, украинский потребитель склонен выбирать более удобные способы потребления, одним из которых является листовый чай в картонной упаковке.

В разработке дизайна упаковки используются традиционные способы и приемы: грамотное сочетание цветов, точный подбор стилистики изображения, композиционного решения и шрифтов. Большое значение имеют правильный выбор материала и использование спецэффектов при изготовлении (лакирование, тиснение, фольгирование и др.).

Рассматриваемая упаковка чайной продукции содержит графическую и текстовую информации и содержит следующие элементы:

- изображения: графический знак, дополняющий название марки изображение самого продукта, иллюстрации обязательные символы;

- текст: название марки, видовое наименование, название производителя и информация о нем информация, об особенностях продукта.

Черный чай является одним из самых популярных напитков в мире, обладает тонизирующим и оздоровительным действием. Чай ассоциируется с природными и натуральными цветами. Поэтому для упаковки чая выбрана цветовая схема в

зеленных тонах. Зеленый цвет способен оказывать целительное и расслабляющее воздействие в силу своей нейтральности. Именно поэтому его так часто используют в рекламе эко-продуктов, медицинских препаратов, натуральной косметики и т. д. Семантика цвета: жизнь, природа, гармония, естественность, доброта [3].

При выборе шрифтового оформления учитывались следующие условия: читаемость, уместность, гармоничность и внешний вид, акцент. Для основного текста выбран шрифт без засечек Covers. Шрифт лёгкий, читабельный, стильный. Для логотипа используется шрифт Rupster Script. Шрифт гармонирует с другими элементами упаковки, включая иллюстрации и композицию, является близкородственным растительной тематике. Акцент достигается за счет контраста между фоновым цветом (белый) и цветом самого текста (черный). Белый фон упаковки и сдержанная шрифтовая работа подчеркивают привлекательность самого продукта.

Проектирование конструкции упаковки – это сложный и ответственный этап создания потребительской упаковки. Необходимо учитывать форму упаковки, ее устойчивость, способы открытия и закрытия, дозирования, хранения, транспортировки. Так как новые разработки несут за собой экономические затраты на сегодняшний день на рынке потребительской упаковки, в основном, используют уже проверенные конструкции и формы.

В результате, выбрана конструкция упаковки с трехклапанным складным дном. Достоинствами такой конструкции являются простота конструкции, технологичность в изготовлении, удобство при упаковке продукции [4].

Результатом данной работы является макет упаковочной продукции, который удовлетворяет следующим параметрам:

- соответствует задуманному образу бренда, отражает позиционирование, выбранное для данной марки;
- соответствует товарной категории: цветовое решение, иллюстрации и другие элементы не противоречат представлениям потребителя о продукте, для которого создана упаковка;
- возможность обновления.

### **Литература.**

1. Намюрт Т. Производство упаковки. Новые центры прибыли [Текст] – М.: ПРИНТ-МЕДИА центр, 2006. – 332 с.
2. Шредер В. Л. Картон. Тара и упаковка [Текст] – К.: Упаковка, 1999. – 346 с.
3. Купер М. Язык цвета [Текст]/ М.Купер, А.Мэтьюз. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. – 144с.
4. Ефремов Н. Ф. Конструирование и дизайн тары и упаковки [Текст] – М.:МГУП, 2004. – 424 с.