

ТЕНДЕНЦІЇ ПАКОВАННЯ ЮВЕЛІРНИХ ПРИКРАС

Стріляна К.Ю., асистент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Бєлоусова А.В., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ

Анотація. Стаття присвячена аналізу сучасних тенденцій у пакуванні ювелірних прикрас на прикладі світових і українських брендів. Розглянуто ключові аспекти розвитку дизайну пакування, зокрема орієнтацію на естетику, екологічність, індивідуалізацію та інноваційність. Визначено основні напрями вдосконалення пакування відповідно до змін споживчих запитів і ринкових умов.

Ключові слова: ПАКУВАННЯ, ПРИКРАСИ, ЕКОЛОГІЧНІСТЬ, МІНІМАЛІЗМ, ІННОВАЦІЇ.

У сучасному світі пакування ювелірних прикрас відіграє важливу роль не лише як засіб захисту виробу, але й як потужний інструмент маркетингу та емоційного зв'язку зі споживачем. Зростаюча конкуренція на ринку, зміна споживчих пріоритетів та розвиток технологій стимулюють бренди до впровадження інноваційних рішень у дизайні пакування. Особливо актуальним це стає в умовах українського ринку, де споживачі все більше цінують екологічність, естетику та індивідуальний підхід.

Метою даного дослідження є аналіз сучасних тенденцій у пакуванні ювелірних прикрас, зокрема вивчення практик провідних брендів. Цей аналіз сприятиме подальшій розробці власного подарункового комплексу пакування, який відповідатиме актуальним вимогам ринку та споживачів.

Серед ключових тенденцій у пакуванні ювелірних виробів варто виділити екологічність та сталий розвиток. Використання біорозкладних матеріалів, таких як крафт-картон, та мінімізація пластику стали стандартом для багатьох брендів. Це не лише зменшує негативний вплив на довкілля, а й підвищує лояльність екосвідомих клієнтів. Мінімалізм у дизайні також набуває популярності: простота, елегантність та відсутність зайвих елементів дозволяють зосередити увагу на самому виробі. Монохромні кольори та лаконічні шрифти створюють вишуканий образ бренду.

Компанія Tiffany & Co. є визнаним еталоном класики та елегантності у світі ювелірних прикрас, і її підхід до пакування повністю відповідає загальному іміджу бренду. Фірмова блакитна коробка, відома як «Tiffany Blue Box», із білою атласною стрічкою, стала символом розкоші й витонченого смаку (рис. 1). Такий стиль пакування вирізняється стриманістю, водночас передаючи унікальність бренду та його історичну спадщину. Незважаючи на мінімалістичний вигляд, кожен елемент пакування ретельно продуманий: якість матеріалів, чіткість кольору та акуратність виконання створюють відчуття особливої цінності продукту. Tiffany & Co. уникає зайвого декору, натомість робить ставку на впізнаваність кольору і форми, що дозволяє бренду залишатися актуальним протягом багатьох десятиліть. Сама коробка, часто без жодного логотипу є настільки іконічною, що її миттєво впізнають у всьому світі, що свідчить про виняткову силу брендингу через пакування [1].

Підхід бренду Pandora до пакування ювелірних прикрас ґрунтується на поєднанні мінімалізму, жіночності та емоційного контакту зі споживачем. Основу складають компактні коробки переважно білого кольору з ніжними акцентами рожевого

або срібного відтінку, що створюють м'який і приємний візуальний образ (рис. 1). Дизайн пакування Pandora зазвичай лаконічний, без надлишкових елементів, з тонким логотипом бренду, що робить акцент саме на прикрасах. Бренд приділяє особливу увагу зручності відкривання упаковки та її функціональності, оскільки часто вироби Pandora купуються як символічні подарунки з особистим змістом. Завдяки використанню ніжних текстур і стриманих кольорів компанія формує атмосферу індивідуального, емоційно зарядженого дарування. У своїх останніх колекціях Pandora також приділяє увагу сталості пакування, впроваджуючи перероблені матеріали та біорозкладні варіанти коробок, що демонструє її відповідальність перед екологічними запитами сучасних споживачів [2].

Бренд Cartier зберігає класичну розкіш та статусність у своєму пакуванні, яке стало не менш впізнаваним, ніж самі прикраси. Основним елементом є насичено-червона коробка з золотим тисненням, що втілює естетику французької елегантності та розкішного спадку (рис. 1). Геометрично чітка форма коробки, поєднана з багатою палітрою кольорів і високоякісними матеріалами, підсилює відчуття урочистості моменту дарування. Особливу увагу бренд приділяє деталям: оксамитова внутрішня обшивка, ідеально підібрані механізми закривання коробки та бездоганна якість оздоблення, підкреслюють рівень преміальності товару. Водночас Cartier залишається вірним традиціям, уникаючи надмірних інновацій у пакуванні, що дозволяє бренду підтримувати класичний імідж і залишатися символом вишуканої розкоші [3].



Рисунок 1 – Приклади пакувань відомих брендів

Окремої уваги заслуговують сучасні бренди, що впроваджують екологічні рішення у свої пакування. Наприклад, український бренд Kochut активно використовує натуральні та перероблені матеріали для створення пакування своїх ювелірних виробів (рис. 2). Використання крафтового паперу, дерев'яних коробочок та текстильних мішечків не лише підкреслює природну естетику бренду, а й демонструє його відповідальне ставлення до довкілля. Такий підхід відповідає загальній тенденції сталого розвитку у дизайні, коли пакування стає частиною філософії свідомого споживання. Аналогічні практики набувають поширення і серед інших локальних українських брендів, що віддають перевагу мінімалістичному стилю та екологічним рішенням для підкреслення індивідуальності кожного виробу [4].



Рисунок 2 – Пакування українського бренду Kochut

Персоналізація набирає обертів завдяки створенню унікальних пакувань із нанесенням імен, ініціалів або спеціальних повідомлень для покупця, що зміцнює емоційний зв'язок із брендом. Новою цікавою тенденцією стає інтеграція цифрових технологій у пакування, зокрема використання QR-кодів або елементів доповненої реальності, що створюють новий досвід взаємодії зі споживачем. Ще одним напрямом розвитку є використання оригінальних матеріалів і текстур, наприклад, скла, епоксидної смоли чи навіть біодинамічних матеріалів, що дозволяє створювати пакування, яке виглядає нестандартно та привертає увагу [5-8].

Таким чином, сучасне пакування ювелірних прикрас поєднує в собі естетичність, екологічність, мінімалізм та іноваційність. Врахування цих тенденцій є важливим для розробки власного подарункового комплекту пакування, який буде відповідати сучасним очікуванням покупців і допоможе виділити продукт на ринку. Зокрема, при створенні власного дизайну доцільно використати тенденції мінімалізму, застосування екологічних матеріалів, можливості персоналізації пакування, технологічні процеси оздоблення, такі як тиснення та інноваційні цифрові рішення для посилення емоційного впливу.

Література.

1. Tiffany & Co. 2025. <https://www.tiffany.com/jewelry-stores/store-list/ukraine/>.
2. Pandora 2025. <https://e-pandora.ua/>.
3. Cartier 2025. <https://www.cartier.com/ua-ua/>.
4. Kochut 2025. <https://kochut.org/uk/>.
5. 9 трендів дизайну пакування 2024. <https://www.komarov.design/9-trendiv-dizainu-pakuvannia-2024/>.
6. Бокарева, Ю.С., & Ніконова, А.Ю. (2020). Тенденції розвитку інтерактивних пакувань. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 107-109).
7. Гонтарук, Я., Трапаїдзе, С., & Левченко, Є. (2023). Аналіз ринку упаковки для ювелірних виробів та перспективи виробництва хенд-мейд пакування. Економіка та суспільство, (54). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-18>.
8. Стріляна, К.Ю., Вовк, О.В., & Чеботарьова, І.Б. (2022). Особливості використання екологічних матеріалів в пакуванні. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 100-103).