



## ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ ЕТИКЕТКИ БАКАЛІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

*Махонін В.Г., асистент, кафедра ПЕЕА, ХНУРЕ*

**Abstract.** *The work is devoted to the technology of developing the design of grocery labels taking into account modern aesthetics, requirements for sanitary standards, resistance to external influences, as well as economic justifications for the manufacture of finished products.*

Бакалійні продукти – це продукти харчування, напої та побутові товари, які відносяться до цієї групи, які заздалегідь упаковані чи відміряні у необхідних кількостях для домашнього використання. Зазвичай це продукти тривалого зберігання, які придатні негайного споживання покупцем. Ці продукти можуть називатися основними продуктами споживання.

Етикетка – це візуальне графічне та текстове відображення суті товару, яке найчастіше наноситься на окрему поверхню, що задруковується і розміщується на ньому. Зазвичай етикетка бакалійного товару вказує тип та вид товару, марку, виробника, фірмову назву, склад, термін придатності та дату виробництва, логотип, сертифікацію. Іноді на додаток до основної етикетки може зустрічатися додаткова – контретикетка. Вона є доповненням до основної етикетки та включає інформацію, яка не помістилася на основній етикетці.

Враховуючи вищесказане, до етикетки бакалійних товарів на ринку сформувалися особливі вимоги та стандарти.

Перед виконанням роботи дизайнеру етикетки формулюється технічне завдання, детально описане для конкретного продукту, або уточнюється і затверджується із замовником на етапі додрукарської підготовки.

Технологію розробки дизайну етикетки для бакалійної продукції можна розділити на послідовні завдання: форма та тип, матеріал, тип нанесення інформації та вид друку, стійкість до зовнішніх впливів та санітарні вимоги, сучасна естетика та брендування.

Загальна форма і тип – можуть бути фігурні, і простий форми (прямокутні); у вигляді ярлика чи бирки. Самі форми мають свої підкласи, які у певних групах бакалійних товарів вже сформувалися: прямокутна (вина, крупи), овальна (чай, солодоці), подовжена з різними заокругленнями (ковбаси, сири). Розміри мають свої стандарти, які в кожному окремому випадку підганяються під параметри друкарського обладнання.

Необхідно врахувати тип висікання для задрукованого матеріалу: лазерне висікання або висікання спеціальним вирубним ножом (барабанного типу або плоским). Форма цього ножа, отже, і конфігурація штампу також визначаються етапі розробки дизайну етикетки.

Матеріал: папір (матовий, напівглянсовий, термопапір, металізований, стійкий винний папір), плівка з візуальними (білий, прозорий, металізований, матовий або глясовий) та фізико-хімічними характеристиками (поліетиленова, термозбіжна, полістирольна, полівінхлоридна, голографічна, вакуумна, стрейч).



Тип нанесення зображення та вид друку – етикетка наноситься самоклеючим або машинним способом на автоматизованій лінії. При цьому відбувається підбір виду друку: флексодрок, офсетний (ротаційний або аркушевий), цифровий (малотиражний), глибокий ротаційний (для великих обсягів друкування, де вважається вага готової друкованої продукції, а не тираж) або взагалі відбувається комбінація видів друку.

Стійкість до зовнішніх впливів і санітарні вимоги. Якщо це самоклеюча етикетка, то слід врахувати токсичність клею, площу його нанесення. Якщо наноситься машинним способом, то необхідно врахувати розмокання задрукованого матеріалу від дії клею та фарби, адгезію матеріалу етикетки.

Види етикеток по клейовому шару можна розділити на постійні (міцні), знімні (легко відклеювані), посилені (з адгезивними властивостями) акрилові та каучукові (екологічно чисті для харчових продуктів). Крім цього враховується стирання фарби та її токсичність, а також додаткові міри захисту у вигляді лакування та ламінації плівкою.

Сучасна естетика та вимоги до певних груп бакалійної продукції, брендування – останній етап, який найменш важливий через певні вимоги до харчових продуктів. Для кожного виду продуктів є своя естетика як у плані композиційної виразності, так і в плані палітри кольорів. Наприклад, якщо взяти м'ясоковбасні вироби, то тут переважатимуть червоно-білі кольори, тобто кольори природні для самого продукту. Категорично неприйнятно тут використовувати жовті або зелені відтінки. У сирах навпаки такі кольори вітаються, ну а в молочній продукції – це переважання білого. Візуальні образи підбираються аналогічними асоціаціями. Наприклад, на вегетаріанській продукції повинні бути відсутні «м'ясні» образи.

Брендування етикетки – необхідно враховувати, що етикетка насамперед це джерело інформації про товар. Тут важлива насамперед не естетика, а загальне сприйняття, співмасштабність на спільній упаковці. Якщо проігнорувати ці фундаментальні правила, бажаного ефекту від такої етикетки не буде. При проектуванні також враховується структурність та впорядкованість інформації.

Таким чином враховується наступні основні ознаки групи сучасних етикеток бакалійної продукції: мінімалізм, помітні шрифти та яскраві кольори, екологічність, інтерактивність, персоналізація, використання унікальних текстур та матеріалів, прозорість.

#### Список літератури

1. Махонін, В.Г., Григор'єв, О.В., & Графський, О.І. (2024). Характер зміни складності друкарської підготовки файлів шпалери для глибокого друку. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 210-211).
2. Григор'єв, О.В., Вовк, О.В., & Горудко, М.Д. (2023). Вивчення допоміжного обладнання необхідного для забезпечення друкарського процесу. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Т. 2. (с. 118-122).
3. Григор'єв, О.В., Колесникова, Т.А., & Яценко, Л.О. (2021). Корекція колірного балансу цифрового зображення на основі статистичних характеристик. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: монографія. (с. 68-80). Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид».