

УДК 7.012

## АНАЛІЗ ДОДРУКАРСЬКИХ ЕТАПІВ ПРОЄКТУВАННЯ СЕРІЇ М'ЯКИХ ВИДІВ ПАКОВАНЬ

Гаманець А.О., студент, каф. МСТ, ХНУРЕ

Бокарєва Ю.С., ст. викл., каф. МСТ, ХНУРЕ

**Анотація.** Споживче пакування є невід'ємною частиною кожного продукту і ми зіштовхуємося з ним кожного дня. Для більшості споживче пакування – це лише приваблива картинка, але за цим скривається велика праця, яка має безпосередній вплив на просування товару.

**Ключові слова:** СПОЖИВЧЕ ПАКОВАННЯ, СПОЖИВАЧ, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, М'ЯКІ ВИДИ ПАКОВАНЬ, ДОДРУКАРСЬКІ ЕТАПИ, КАРТКИ, ДИЗАЙН ПАКОВАНЬ.

М'які види пакувань оточують нас у повсякденні та мають широку варіацію від етикеток до пакетів. Попит до пакувань зростає з кожним днем, бо розширюється і кількість товарів, а також конкуренція вимагає постійного оновлення і свіжих рішень.

Мета роботи полягає у аналізі додрукарських етапів проєктування м'яких видів пакувань на прикладі серії пакувань для гральних карток.

Перше, на що слід звернути увагу при створенні пакувань – це психологічний портрет споживача, адже подальша розробка тісно пов'язана зі смаками і вподобаннями вибраної вікової групи. Таблиці 1-2 відображають орієнтовну аудиторію, для якої були розроблені пакування, а також очікування від покупки.

Таблиця 1 – Психологічний портрет споживача

Стать	чоловіча та жіноча
Вік	10-14 років
Сім'я	з гарним матеріальним положенням
Рівень доходів	вище середнього
Привід для здійснення покупки	У якості подарунка, колекційне доповнення, задля розваг та приємного проведення часу.

Таблиця 2 – Очікування від покупки

Раціональні очікування від покупки товару	За допомогою колекційних карток можна розширити можливості настільної гри "Gem Gunters"
Емоційні очікування	Захоплення, ажіотаж, азарт.
Психологічні очікування	Передчуття пригод та удачі, взаємодія із друзями.

При розробці пакувань, розрахованих на дитячого споживача важливо передати усю різноманітність образів фантастичних героїв і у той же час зберегти серійність, привабливість та легкість сприйняття. Треба також враховувати інтереси батьків, що зазвичай мають вирішальний голос з приводу придбання товару.

Екологічні мотиви є дуже актуальними на сьогоднішній день, тому при створенні споживчих пакувань було прийнято рішення відмовитися від використання

поліетилену на користь паперу. Також пакування для карток виконані по типу конверту, що забезпечує можливість багаторазового використання.

Під час розробки серії пакувань було обрано нестандартний формат, що добре підходить під розмір карток і виступає як засіб підкреслення унікальності товару (табл. 3).

Таблиця 3 – Вимоги до дизайну

Види продукції, на які буде наноситися концепт дизайну	пакування-конверт для гральних карток, паперовий пакет.
Основні завдання	привабити аудиторію, захопити споживача та створити настрій неймовірних пригод.
Основні теми	магія, фантастичні пригоди, коштовності.

Треба пам'ятати, що пакування – це не тільки «приваблива картинка», а повноцінний елемент товару, який повинен відображати його характеристики у відповідності до нормативних документів, тому слід чітко визначити вимоги до графічної і текстової частини (табл. 4).

Таблиця 4 – Вимоги до текстової та графічної частини

Що повинен комунікувати дизайн	композиційно чіткий, ненав'язливий образ персонажа, що поєднує високу деталізацію і легкість сприйняття.
Психологічно значимі властивості товару	створення сприятливої атмосфери для психологічного розвантаження і усунення стресових ситуацій.
Обов'язкові написи/тексти	– найменування продукту; – торгова марка, що випускає виріб; – ім'я виробника товару; – якісні характеристики товару; – переваги, акції та пропозиції тощо. – штрих-код та QR-код.
Спосіб друку	цифровий
Максимальна кількість кольорів та можливість використання Pantone	4+0, Pantone не використовується.



Рисунок 1.1 – Кінцевий результат розробки пакувань

Таким чином, можна зробити висновок, що на додрукарській стадії розробки пакувань важливо враховувати низку факторів, таких як: задоволення інтересів вибраної вікової групи, сучасність та привабливість дизайну для потенційних покупців, екологічність та розміщення усієї необхідної інформації для виготовлення повноцінного конкурентоспроможного продукту.

#### Література.

1. Бокарева Ю.С. Основи технологій та дизайну пакувань: методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни. Харків: ХНУРЕ, 2009. 104 с.
2. Кривошей В.М. Упаковка в нашому житті. К.: ІАЦ «Упаковка», 2001. 160 с.
3. Лесняк В. Графический дизайн. Часть 2. Київ, 2011. 416 с.
4. Сторіжко Й.І., Гавва О.М., Беспалько А.П., Волчко А.І. Термінологічний довідник пакувальника. К.: ІАЦ «Упаковка». 1999. 80 с.