

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ**

Вінницький національний технічний університет

### ***Анотація***

*Запропоновано розглянути особливості розробки дизайну упаковки. З'ясовано, що упаковка повинна транслювати споживачеві інформацію про товарної категорії, ціновому позиціонуванні, якості торгової марки, і, найголовніше, обіцянку бренду і його імідж.*

**Ключові слова:** розробка, споживач, дизайн упаковки.

### ***Abstract***

It is suggested to consider the design features of packaging design. The packaging should convey to the consumer information about the product category, price positioning, brand quality, and most importantly, the promise of the brand and its image.

**Keywords:** development, consumer, packaging design.

### **Вступ**

Бути помітним на полиці - ключова задача будь-якого бренду, але упаковка повинна вирішувати не тільки цю задачу. Однією з ключових деталей товару є упаковка. Саме на неї в першу чергу звертає увагу клієнт, потрапляючи до магазину чи гортаючи сторінку онлайн-ресурсу. Тому саме на дизайн упаковки варто звернути особливу увагу, розробляючи загальний дизайн зовнішнього вигляду товару.

### **Результати дослідження**

У сучасному світі для того, щоб досягти успіху, компанія має докласти значних зусиль. Незалежно від того, чим саме займається фірма, між її роботою і клієнтом лежить глибока прірва, яку необхідно подолати.

І для того, щоб товар або послуга, яку продає підприємство, могли зацікавити клієнта, пропозиція має виділятися з кола подібних. І крім якісної реклами, варто подбати про зовнішній вигляд товарів.[1]

Крім того, не варто забувати і про якість матеріалу, адже клієнт має бути впевненим у тому, що товар потрапить до нього у охайному вигляді. До того ж, основне завдання упаковки – захищати товар від зовнішніх пошкоджень. Тобто, пакування має одним своїм видом показувати покупцям, що загорнутий у нього предмет «знаходиться у надійних руках» і ніяк не взаємодіє з навколишнім середовищем.[2]

Упаковка повинна транслювати споживачеві інформацію про товарної категорії, ціновому позиціонуванні, якості торгової марки, і, найголовніше, обіцянку бренду і його імідж. Тому дизайн упаковки формує ставлення покупця до бренду і полегшує вибір бренду споживачам.

При професійній розробці дизайну упаковки або дизайну етикетки креативні рішення завжди обмежені платформою бренду і його іміджем. Імідж бренду, його позиціонування, тональність його повідомлення і його характеристики визначають колір, шрифт, стилістику та інші графічні рішення упаковки. Творчість «пальцем в небо» в розробці дизайну упаковки або етикетки неприйнятно. Основне завдання упаковки - стимулювати покупку, вибір бренду споживачами за рахунок комунікації платформи бренду і залучення уваги. Вдала упаковка - це майбутнє бренду, і, в кінцевому рахунку, майбутнє компанії.

Розробка дизайну упаковки починається з моніторингу товарної категорії і конкурентів: як виглядає упаковка конкурентів, які основні кольори, графічні елементи, ілюстрації та повідомлення використовують конкуренти. Моніторинг не обмежується рамками однієї країни, моніторинг здійснюється в світовому масштабі. Адже локальний бренд, наприклад, Бразилії через півроку може стати глобальним і стати основним конкурентом на ринку вашого регіону. Глибокий

аналіз тенденцій і стилів упаковки дозволяє виявити всі нюанси даної конкретної категорії і створити дійсно унікальну упаковку, не схожу на інших конкурентів і привабливу для споживача.

На наступному етапі розробляються стилістичні ідеї дизайну упаковки, включаючи логотип і фірмовий стиль бренду (якщо це нова марка). Якщо фірмовий стиль торгової марки вже існує (тобто бренд вже існує на ринку), то проводиться аналіз комунікаційного потенціалу існуючої упаковки і виробляються варіанти розвитку товарної лінії або рефреш упаковки. Розробка дизайну упаковки може включати розробку формоутворення, при наявності можливостей зміни форми тари, наприклад, форми стандартної пляшки, банки і т.д. При неможливості зміни стандартної упаковки, здійснюється дизайн етикетки і підбір найбільш відповідної етикетці доступних стандартних форм упаковки. При цьому дизайн етикетки - такий же складний і важливий процес, як і комплексний дизайн упаковки, оскільки виконує ті ж функції і вирішує ті ж комунікаційні завдання. Принципові концепції упаковки представляються клієнтові у вигляді презентації, в якій крім самої упаковки представлені варіанти використання стилю марки на рекламних та POS матеріалах.

Після вибору принципової концепції проводиться доробка концепції до робочого макету з урахуванням побажань клієнта, вигострюються слогани і текстові формулювання, обробляються фотоматеріали та графічні образи до промислового зразка. Варто відзначити, що крім передачі іміджу бренду існують законодавчі вимоги до дизайну упаковки або етикетки, які потрібно дотримуватися. Неправильно оформлена технічна інформація на упаковці / етикетці може привести до значних витрат, тому вкрай важливо, щоб компанія, що робила дизайн упаковки володіла всіма необхідними знаннями в цій області. Фінальні проводиться підготовка дизайну упаковки або дизайну етикетки до друку (пре-принт) під вимоги друкарні і проводиться контроль друку на етапі запуску. [1]

#### **Висновок**

Отже, тільки професіонал зможе розробити упаковку належним чином, урахувавши особливості товару і смаки потенційних покупців. Вартість створення дизайну упаковки залежить від рівня кваліфікацій фірми-виконавця, особливостей вимог замовника та деяких дрібних нюансів.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. Дизайн етикетки та упаковки – Режим доступу: <https://leosvit.com>
2. Розробка дизайну упаковки – Режим доступу: <https://webkitchen.kiev.ua>

**Ольга Петрівна Черевата** - студентка групи П-19мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: **Оксана Владиславівна Безсмертна** – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, [bezmertnaoksana@gmail.com](mailto:bezmertnaoksana@gmail.com)

**Olga Cherevata** - student of the P-19ms group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Scientific adviser: **Oksana Vladislavivna Bezsmertna** - PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnitsa National Technical University.