

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В РАЗРАБОТКЕ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

Иванна ПАВЕЛЬЧУК¹, Елена ДЕМЧЕНКО^{2*}

¹Киевский национальный университет технологий и дизайна, факультет дизайна, Доктор искусствоведения, доцент кафедры рисунка и живописи, г. Киев, Украина

²Киевский национальный университет технологий и дизайна, факультет дизайна, кафедра рисунка и живописи, Студент группы БДр4-17, г. Киев, Украина

*Автор корреспонденции: Демченко, Елена, lhelen689@gmail.com

Аннотация. Проанализированная функция упаковки и роль дизайна. разработка дизайн-макета упаковки для цветов. Можно дать упаковке следующее определение: это емкость, в которой содержат продукт, плюс все атрибуты, необходимые для защиты ее содержимого во время перевозки, правильного использования и для того, чтобы уговорить потребителя купить. То есть это все, что не является самым изделием.

Ключевые слова: дизайн, упаковка, тара, визуальный стиль, брендинг.

Вступление

Разработка дизайн-макета упаковки для цветов. Можно дать упаковке следующее определение: это емкость, в которой содержат продукт, плюс все атрибуты, необходимые для защиты ее содержимого во время перевозки, правильного использования и для того, чтобы уговорить потребителя купить. То есть это все, что не является самым изделием.

Постановка задачи

Детальное изучение и раскрытие роли дизайна упаковки в продвижении продукта на рынке. Также задачей этой работы является анализ оригинальных конструкций. Раскрытие важности роли маркетинга в современном дизайне.

Результаты исследования

Дизайн упаковки – это совокупность формы, материалов, цветовой гаммы, изображений и других вспомогательных элементов [3]. Правильный дизайн этикетки может повлиять на решение потенциального покупателя при выборе товара. С помощью этого инструмента компания может получить следующие возможности: эффектно выделиться на фоне продукции компаний конкурентов; заинтересовать потенциальных потребителей; увеличить популярность бренда; получить одобрение от постоянных покупателей; увеличить объем продаж; сократить расходы на дополнительную рекламу. Многие специалисты в области рекламы и маркетинга уверены, что покупатель оценивает продукцию сначала визуально, а уже потом определяет её качество[1]. На композицию данного изделия существенно влияет соотношение функциональных, эстетических и технико-экономических требований. Удобство и красота формы - важные критерии композиции которых были выполнены в работе, предназначенных для обеспечения материальных и бытовых благ и потребностей человека. Важным научным фактором развития основ композиции является процесс формообразования в природе, искусстве и технике. Изучение принципов формообразования в природе позволяет человеку перейти на более высокую степень творчества, особенно в развитии техники. Так, длительное время исследования динамики полета и структуры крыла птицы помогли открыть закон, подъемную силу крыла самолета и лопастей винта. Внешняя форма - это фактура, цвет, внешний элемент. Таким образом, форма ее структуры, внешняя оболочка - все в чем отражается содержание предмета и проявляется архитектоника.

В работе использованы форму квадрата, как наиболее совершенную из всех идей. В работе выявлено где и как размещены основные массы и нагрузки, как напряженные отдельные части, элементы несущие, а какие – нет. шляпная коробка - просто сумасшедший тренд. Если вы не получали букет в такой упаковке, считайте - цветы вам не дарили! Почему средство для хранения головных уборов так полюбили флористы? Причин много. Например, букетных дел мастера, называют, как минимум четыре. Во-первых, в шляпной коробке букет очень удобно транспортировать. С ним можно хоть сутки бродить по городу, и цветы сохранят свой свежий вид. Ведь внутри коробки оазис -флористична губка, пропитанная водою. Тому, кому букет предназначен, совсем не обязательно иметь вазу. И даже если ваза есть, еще не факт, что цветы удачно будут смотреться в ней, а не в коробке. Ведь, как известно, чем проще сосуд, тем лучше выглядит букет. Опять же за цветами в шляпной коробке проще ухаживать. подлил в серединку между цветами полстакана воды, и букет продолжает жить и радуется. А, если со временем, то цветок и увядает - вытащить ее проще простого. При этом первоначальный вид композиции практически не пострадает. С букетом в вазе подобные манипуляции выполнить сложнее. Нужно или иметь хорошую память, чтобы собрать цветы в том же порядке, что и флористы в магазине, или - художественным вкусом. Ну и, наконец, когда букет все-таки отживет свое, коробка, если она не сильно пострадала от воды, может пригодиться в хозяйстве. Например, для хранения какую-то мелочь, новогодних игрушек, бижутерии или, в конце концов - шляпки!

Выводы

Дизайн упаковки – один из основных компонентов успешного бренда. Сегодня упаковка товара является важнейшим маркетинговым инструментом и каналом коммуникации бренда с потребителями (как лояльными, так и потенциальными). Дизайн упаковки и этикетки – эффективный инструмент продвижения продукта. Привлекательное оформление товара стимулирует рост как спонтанных, так и обдуманных покупок. Важно, чтобы каждый элемент дизайна был продуман, производил приятное впечатление и эффективно работал в пользу бренда [2]. Упаковка для цветов может быть самой разнообразной, как и способы оформления композиции. Неважно, по какому поводу в подарок преподносят цветы, куда важнее обеспечить букета презентабельный вид и произвести впечатление на получателя, ведь о красоте цветочной композиции или букета нередко судят по упаковке. На качество изображения в значительной степени влияет также характер освещения последнего и возникающие при этом тени. Индивидуализация изделия во многом происходит за счет композиции, а именно правильного размещения элементов декора на изделии. Дизайн упаковки должен соответствовать ожиданиям потребителей и стоимости товара. Особенно важно выделить в дизайне этикетки отличительные качества продукта и преимущества компании. Профессиональная разработка дизайна упаковки может принести компании результат, который качественно выделит её товар среди продукции компаний конкурентов. В данный процесс входит правильное расположение компонентов выбор цветового оформления, материала упаковки, формы, читабельных и оригинальных шрифтов [1].

Литература

1. Как влияет дизайн упаковки на продвижение товара [online] [дата обращения 10.03.2021]. Сайт: https://gagarinstudio.com.ua/razrabotka_dizaina_upakovki
2. Дизайн упаковки и этикетки [online] [дата обращения 10.03.2021]. Сайт: https://gagarinstudio.com.ua/razrabotka_dizaina_upakovki
3. Дизайн упаковки продукта как маркетинговая среда [online] [дата обращения 10.03.2021]. Сайт: <https://www.utupack.ru>