

Кузнецова В.А.,

здобувач вищої освіти IV курсу кафедри дизайну Відокремлений підрозділ «Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу Київського університету культури»
Науковий керівник:

Тригуб О. Л., викладач кафедри дизайну
ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФІРМОВОГО ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ ТА ЕТИКЕТКИ ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН

Сьогодні на ринку продукції для домашніх тварин запропоновано великий спектр товарів на будь-який смак. Щоб задовольнити бажання кожного вимогливого покупця виробники розробляють нові дизайни фірмової продукції, більш спрощені логотипи для кращої впізнаваності та сприйняття.

Розробка дизайну упаковки [1] починається з моніторингу товарної категорії і конкурентів: як виглядає упаковка конкурентів, які основні кольори, графічні елементи, ілюстрації та повідомлення використовують конкуренти. Моніторинг не обмежується кордонами однієї країни, моніторинг здійснюється в світовому масштабі, адже локальний бренд через півроку може стати глобальним і скласти конкуренцію на ринку вашого регіону. Аналіз тенденцій і стилів упаковки дозволяє виявити всі характеристики 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 створюються варіанти розвитку товарної лінії або рефреш упаковки. Розробка дизайну упаковки може включати 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 відповідних 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.

Розглянемо аналоги упаковки та етикетки чотирьох виробників продукції для домашніх тварин. WAUDOG [2] поміж інших брендів відрізняється лаконічністю і простотою пакування. Головними кольорами є білий та червоний. Логотип складається з червоного квадрату та білого тексту, шрифт використовується без засічок. Компанія підтримує екологічний напрям у виготовленні етикеток, тому

матеріалом слугує біорозкладний картон з вторинної сировини. Етикетка виглядає лаконічно за рахунок білого тла, на якому посередині розташований яскравий червоний квадрат з назвою WAUDOG, яка розподіляється на два рядка. В залежності від типу продукції на лицьовій стороні вказується додаткова інформація. Якщо це одяг або амуніція, тоді використовують розмірну сітку (XS-XL), коли продукція іншого призначення, вказується її назва і лінійний малюнок, як товар буде виглядати у використанні. На тильній стороні зазначається інформація про продукцію: матеріал, характеристика, рекомендації до експлуатації. Упаковку компанія використовує тільки для ласощів, які потребують вакуумації. Це білий зіп-лок пакет, зверху з лівого боку прописується вага (за стандартом 100 грамів), нижче, під замком зіп-лок, посередині – червоний логотип компанії, ще нижче більшими літерами без гротесків прописується для кого вони виготовлені та інформація для якого використання. Посередині упаковки знаходиться прозоре «вікно», через яке покупець може побачити якого розміру і як саме виглядає продукція. Для собак «вікно» роблять у формі кістки, для котів – сосиски. У правому нижньому кутку прописують головні критерії, на які звертають увагу відповідальні господарі тварин, а саме: натуральність, відсутність глютену, цукру та солі. Тильна сторона складається з білого тла, на якому на кількох мовах прописують смак, інгредієнти, добову норму і контактні дані для зв'язку у разі потреби.

Проаналізуємо дизайн торгової компанії Trixie [3]. Головними кольорами бренду є червоний, білий та синій у різних відтінках. Основною відмінністю від інших виробників є використання зображення тварин на упаковках та етикетках. Логотип складається з червоного еліпса, на якому розташована назва білим кольором з додаванням чорного абрису. Шрифт використовується пластичний, з невеликою кривизною. Компанія підтримує вторинне використання переробленого паперу для упаковки та етикетки своєї продукції. Етикетка виглядає як бірка, посередині якої на синьому тлі зображений червоний логотип з написом. На тильній стороні наноситься інформація стосовно продукції: матеріал та зворотні контакти гарячої лінії. Упаковка виготовляється з переробленого пластику, без зіп-локу, з вирізаними кутами для легшого відкриття, якщо це гігієнічна продукція, вона розфасована у тубі. 50 % упаковки являє собою синій колір, логотип зазначають з лівого боку у верхньому кутку. Центральне зображення завжди змінюється в залежності від типу продукції. На гігієнічній продукції зазначають назву товару, додають зображення, що ілюструє, для якого виду тварин вона виготовлена. На зворотній стороні на білому тлі прописують склад та спосіб застосування. Якщо це харчова позиція, тоді використовується фото тварини, невеликий опис вмісту, по центру знаходиться прозоре «вікно», завдяки якому можна побачити якого розміру і вигляду є товар. Зі зворотного боку на білому тлі прописується спосіб застосування, дозування і попередження, склад, контактна інформація виробника та штрих-код.

Наступний приклад – торгова марка AnimAll [4]. Головними кольорами фірми є чорний, білий, червоний, жовтий. Логотип складається з тексту зі шрифтом без засічок, із заокругленнями, білого кольору. В назві зображений прапор Німеччини, що вказує на країну виробника. В компанії є дві лінійки продукції, що поділяє

пакування на чорне та біле. Біла упаковка відповідає за вет-продукцію, посередині упаковки – логотип чорного і червоного кольорів, зверху вказується призначення, додатково знизу додається фото тварини, з боків зазначена інформація про склад, виробника та спосіб застосування. Чорний колір відповідає за речі щоденного вжитку, логотип білого кольору знаходиться посередині, з лівого боку зазначається тип продукції, сфера використання, знизу білим кольором прописується повна назва продукції і її особливості. З тильної сторони зазначається матеріал виробу, додаткова інформація по експлуатації та інформація від виробника.

Останньою для розгляду представляємо компанію BRONZEDOG [5]. Головними кольорами є коричневий, жовтий, чорний та білий. Логотип складається зі спрощеного зображення собаки, виконаного у рудих та коричневих кольорах, потім напис чорного кольору, шрифт якого має округлені кути, утворюючи півколо на закінченні літери. Етикетка привертає до себе увагу за допомогою незвичної форми кістки жовтого кольору, посередині розміщений білий квадрат, у рамках якого заходиться зображення собаки з логотипу, одразу знизу – шрифтова композиція з назви. З іншого боку етикетки можна дізнатись всю інформацію про товар, що розміщена на білому тлі. Компанія підтримує екологічний рух у світі, тому застосовує лише етикетки з вторинної сировини, запобігаючи використанню пластику у пакуванні продукції.

У висновку зазначимо, що всі розглянуті компанії підтримують рух суспільства про розумне використання вторинної сировини, а саме картону і паперу. Щоб заволодіти увагою клієнта, на етикетках та упаковках наявні яскраві кольори, зображення тварин. При виборі шрифтів не використовується готичний стиль, шрифт із засічками, перевага надається округленим літерам, які створюють більше візуального комфорту покупцю. Дизайн не навантажений з лицьової сторони етикетки, на відміну від тильної, на якій вказується інформація стосовно продукції. У всіх екземплярах пакування спостерігається тенденція до зменшення інформаційного шуму.

Список використаних джерел:

1. Розробка дизайну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://leosvit.com/srv/design/dyzayn-upakovky> – Назва з екрану. – Дата звернення: 29.10.2023.
2. WAUDOG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://waudog.ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=KS-SER-Brand-10.08&utm_content=1&utm_term=%D0%B2%D0%B0%D1%83%20%D0%B4%D0%BE%D0%B3&gclid=CjwKCAiA3aeqBhBzEiwAxFiOBn80JxunNWjTKwkifci2ipB8losIufyd7H6pdpwwtEs8LXF2yL-A4xoCIKkQAvD_BwE – Назва з екрану. – Дата звернення: 04.11.2023.
3. Trixie [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.trixie.kiev.ua/> Назва з екрану. – Дата звернення: 04.11.2023.

4. AnimAll [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.animall.ua/>
Назва з екрану. – Дата звернення: 04.11.2023.
5. BRONZEDOG [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bronzedog.ua/ua> – Назва з екрану. – Дата звернення: 04.11.2023.

Кулініч Д.П.,

здобувач вищої освіти 4 курсу кафедри дизайну ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Корнюков Ю.К.,
викладач кафедри дизайну
ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АРТБУКУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Артбук являє собою мистецьку форму, яка об'єднує в собі візуальне мистецтво та літературу для створення комплексних мистецьких творів. Цей жанр надає авторам велику свободу виразу, дозволяючи поєднувати різні види мистецтва та використовувати текст для поглибленого розкриття ідей і концепцій. Особливість та актуальність створення артбуку в сучасному світі полягає в його здатності сприймати та передавати інформацію в унікальній та глибокій спосіб, а також відкривати нові можливості для мистецтва та літератури.[1]

Однією з ключових особливостей артбуку є його здатність поєднувати різні форми мистецтва в єдиний твір. Артбук може включати в себе фотографії, ілюстрації, малюнки, скульптуру та інші візуальні елементи, а також текстові розділи, що охоплюють поезію, прозу, наукові статті та роздуми. Ця інтеграція дає можливість створювати твори, які вражають глядачів і читачів як візуально, так і інтелектуально.

Артбук часто відзначається глибоким аналізом тем та концепцій. Він надає авторам можливість розглядати складні теми з різних кутів, використовуючи як візуальні, так і текстові засоби для поглибленого розкриття ідей. Автори можуть виразити свої думки та переживання через символи, метафори та інші літературні та мистецькі прийоми, які допомагають глядачам та читачам зрозуміти та співпереживати тему [2].

Артбук дає авторам велику свободу творчості. Він не обмежений жорсткими рамками жанру або стилю і дозволяє творити в рамках власної виразності. Ця свобода дозволяє створити твори, які виражають індивідуальність автора та його унікальні ідеї.