

УДК 655.527

РЕАЛИЗАЦИЯ ЗАЩИТНОГО КОМПЛЕКСА В ДИЗАЙНЕ УПАКОВКИ

Медяк Д.М., к.т.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой «Промышленный дизайн и упаковка», Костюк И.В., магистрант

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

В работе [1] было показано, что упаковочная продукция нуждается в защите от подделки наряду с ценной и защищенной продукцией. От подлинности упаковки и находящегося внутри продукта зависит престиж фирмы производителя, здоровье потребителя, а также их финансовое благополучие и государства в целом. В последнее время вопрос защиты от подделки только обостряется.

Защитный комплекс упаковочной продукции представляет собой совокупность защит, которые обеспечат эффективную, надежную и экономичную защиту продукта от подделки во время всего ее периода использования.

Задача данной работы состояла в органичном внедрении защитного комплекса в дизайн упаковки, состоящей из картонной коробки, стеклянной бутылки и этикетки.

За основу был взят защитный комплекс, разработанный в [2], он ориентирован именно на упаковочную продукцию. Комплекс состоит из 18 защитных технологий. На коробке присутствуют следующие защитные технологии: высечка под определенную форму, цветоделение в большую сторону, тиснение фольгой, штрих-код, нумерация, обтяжка целлофановой пленкой. На этикетке: цветоделение в большую сторону, высечка под определенную форму, тиснение фольгой, штрих-код, нумерация, выборочное лакирование. В стеклянной бутылке: нестандартная форма, нумерация, защита от первого вскрытия. Суммарное количество баллов надежности такого защитного комплекса составляет 32 балла, визуальных защит 17 баллов, приборных – 5, сенсорных – 11, лабораторных – 11. Удорожание упаковки за счет внедрения защитных технологий может составить от 420 % до 960 %.

Защитный комплекс внедрялся в подарочную упаковку крепкого спиртного напитка «Золотая степь ржаная». Для разработки дизайн-проекта использовался пакет векторной графики Adobe Illustrator и растровой графики Adobe Photoshop.

Вначале были разработаны защиты и дизайн для бутылки и колпака. Дизайн бутылки должен в первую очередь раскрывать основную концепцию бренда, давать уникальное торговое предложение производителя и его

продукта. Чем меньше форма бутылки похожа на продукцию конкурентов, тем лучше. Еще один немаловажный фактор – укупорочное средство. Его форма, размеры и прочие показатели могут существенно различаться. И хотя сам элемент достаточно небольшой, он должен быть выполнен в едином стиле с общим дизайном упаковки. В данном случае выбран золотой вариант оформления колпака. На колпаке также будет размещена защита от первого вскрытия, также предусматривается декорирование его боковой поверхности.

Картонная упаковка для бутылок в подарочном исполнении – это не только привлекательный внешний вид, но и способ защиты, хранения и транспортировки. Для проекта была выбрана коробка с магнитом на клапане. Такая конструкция удобно закрывается, выглядят эстетично и презентабельно, рассчитана на долгий срок службы. Из-за сложности конструкции, этот вид упаковки сложно подделать. Для изготовления коробки предполагается использование дизайнерского картона печатью в пять цветов с тиснением золотой глянцевой фольгой. Цветовое решение основано на сочетании темно-зеленого фона с желтым и золотым цветом. Также в упаковке будет присутствовать ложемент сформованный из того же дизайнерского картона.

Для этикетки планируется использование дизайнерской фактурной бумаги. Неоднородная поверхность материала смотрится красиво и презентабельно. Дизайнерская бумага отличается богатой цветовой палитрой, разнообразием текстур и специальных эффектов. Применяется для печати продукции премиум сегмента. Привлечь внимание покупателя и ярко выделить продукцию поможет запоминающаяся этикетка. Фигурная дизайнерская вырубка нестандартной формы усложняет процесс подделывания этикетки.

Для разработки дизайна этикетки выбрана фотография ржаного поля, что соответствует названию торговой марки «Золотая степь ржаная».

Специально для проекта было разработано уникальное шрифтовое оформление торговой марки. Качественный товарный знак лаконичен и понятен потребителю, моментально опознается, но не кажется примитивным. Товарные знаки, особенно логотипы, должны выделять продукт среди однородных товаров, а фирму – среди конкурентов. Разработанный логотип и его цветовая гамма ложатся в основу фирменного стиля компании, в соответствии с которым оформляется и ее продукция, и офисы, и рекламные материалы всех видов, и корпоративный сайт. Поэтому над созданием эскизов товарного знака работают как дизайнеры, так и психологи, и маркетологи.

Основной задачей дизайна упаковки является достижение маркетинговых целей путем передачи индивидуальности продукта. Этикетка должна привлечь внимание, заинтересовать, удержать и стимулировать покупку.

Информационная, коммуникативная и мотивационная функция упаковки – это функции, нацеленные на передачу с ее помощью информации, в том числе рекламного и мотивационного характера для реализации продукции. Уникальные технологические преимущества, особенности, отличающие продукт от аналогичных продуктов на полке, должны присутствовать как на этикетке, так и контрэтикетке продукта. Цветовое решение этикеток поддерживает стиль, выбранный для картонной коробки: темно-зеленый с желтым и золотым. Кроме технической информации на этикетке размещается QR-код и штрих-код, которые также являются способом защиты упаковки от подделки. QR-код предоставляется заказчиком в векторном формате. Бар-код создается с помощью программы Corel BAR CODE Wizard.

Допечатная подготовка этикеток заключается в подготовке растровых изображений в программе Adobe Photoshop CC, настраиваемом цветоделении, коррекции содержимого цветовых каналов, окончательной цвето- и тонокоррекции. Кроме того, в макете создаются слои для холодного тиснения золотистой фольгой, для горячего тиснения золотистой фольгой и выборочного лакирования матовым лаком.

Для визуализации готового продукта создаются мокапы. Основное назначение мокапов – продемонстрировать клиенту проект так, как он будет выглядеть перед конечным потребителем. Как правило, дизайн на «реальных» объектах выглядит для заказчика привлекательнее и понятнее.

Для того, чтобы убедиться, что созданный продукт соответствует заданным требованиям, проводится оценка изделия экспертами. Устанавливается уровень качества оцениваемого объекта. При этом удобно использовать комплексный принцип оценки с одним интегральным показателем. В данном случае экспертам предлагалось оценить упаковочное изделие по следующим критериям: удобство хранения продукции, удобство транспортировки, эстетичное оформление, защищенность от подделки, возможность вторичного использования в быту; удобочитаемость информации о продукте; удобство извлечения продукта.

Оценка, полученная в результате опроса, составляет 4,6 баллов из 5, что свидетельствует о достаточно высоком уровне качества упаковочного изделия. Защитные технологии органично вписаны в дизайн упаковки и не нарушают общего цветографического решения, наоборот являются его частью, подчеркивают индивидуальность продукта.

Литература

1. Медяк, Д.М. Актуальность защиты упаковки от подделки / Д.М. Медяк, И.В. Костюк // Инновации и современные технологии в промышленном

дизайне и упаковке: Материалы 75-й научно-технической конференции профессорско-преподавательского состава, научных работников, докторантов и аспирантов БНТУ, Минск, БНТУ, 26 апреля 2022 года. – С. 29-33.

2. Медяк, Д.М. Анализ разработки защитных комплексов для упаковочной продукции / Д.М. Медяк, М.С. Колесова // Принттехнологии и медиакommunikации: материалы 83-й науч.-техн. конференции профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов (с международным участием). – Минск: БГТУ, 2019. – С.31.

УДК 658.5

ФОРМИРОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧНОСТИ УПАКОВКИ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Коротыш Е.А., магистр, старший преподаватель кафедры «Промышленный дизайн и упаковка»

Белорусский национальный технический университет, г. Минск

Для осуществления системного анализа необходимо решить вопросы связанные с проведением сравнительной оценки, анализа, которые необходимы для оптимизации работы техники и технологии производства.

Если рассматривать системный анализ как интерактивный процесс, то он состоит из оценки возможных вариантов решений полученных в процессе исследования системы. В данном случае можно выделить критерии оценки, которые описывают возможные проблемы. Все критерии оценки будут вести к идеальному описанию системы, кроме этого они должны учитывать тот уровень производства, который мы хотим получить.

При описании системы нельзя придерживаться только строгим описанием технических характеристик, кроме этих критериев, также должны быть нефункциональные критерии. Самыми важными критериями являются ограничения по времени и экономии средств. Для более детального описания формируется специальный набор критериев, который отражает все недостатки и достоинства системы, и кроме этого описывает взаимосвязи этих критериев в системе.

Критерии оценки могут быть относительные или абсолютные. Поиск допустимых показателей нужно искать в процессе анализа системы в целом. Далее результаты необходимо сверять со шкалами, которые также разрабатываются для каждого отдельного производства свои.