

## РАЗРАБОТКА ПРОТИВОУДАРНОЙ УПАКОВКИ ДЛЯ НОВОГОДНИХ УКРАШЕНИЙ И РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА

М. С. Борзунова, Е.М. Давыдова, А. И. Фех  
Томский Политехнический Университет  
[borzunova.mary@yandex.ru](mailto:borzunova.mary@yandex.ru)

### Введение

Упаковка – это средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту какой-либо продукции от повреждений и потерь.

Разработка упаковки товара должна быть направлена на оптимизацию ее цены, удобства упаковывания и транспортировки, защиту товара в процессе хранения, обеспечение безопасности содержимого. Помимо прочего, следует отметить, что упаковка - это основной рекламный носитель бренда. Следовательно, коммерческий успех фирмы во многом зависит от правильности подхода к разработке упаковки.

### Классификация и требования к упаковке

В зависимости от используемых материалов, их прочности и механической устойчивости, которые в свою очередь обуславливают степень сохранности товара, упаковку можно разделить на следующие группы:

1. По материалу (жесткая, деревянная, полимерная, полужесткая, комбинированная, мягкая);
2. По назначению (потребительская, транспортная);
3. По видам (бутылки, корзины, бочки, мешки);
4. По габаритам (крупногабаритная, среднегабаритная, мелкогабаритная);
5. По кратности использования (одноразовая, многоразовая) [1].

Требования, предъявляемые к упаковке:

- Безопасность. Содержащиеся в упаковке вредные для организма вещества не должны переходить в товар, соприкасающийся с ней. Достигается путем нанесения защитного покрытия или ограничением сроков хранения изделий.
- Экологические свойства – способность не наносить существенного вреда окружающей среде при использовании или утилизации.
- Надежность - способность в течение длительного времени сохранять механические свойства и герметичность.
- Совместимость - способность не влиять на потребительские свойства содержимого. Для ее обеспечения упаковка не должна иметь признаков плесени и посторонних запахов. Должна быть чистой и сухой.
- Взаимозаменяемость - способность упаковок одного вида заменять упаковки другого вида, при использовании по одному функциональному назначению.

- Экономическая эффективность определяется стоимостью упаковки и ценой ее утилизации. Стоимость упаковки зависит от использованных материалов, а так же от производственных технологий.
- Эстетические свойства [1].

### Подарочная упаковка

Эта группа упаковок очень разнообразна. Отдельные группы товаров имеют наибольшее количество таких упаковок, например, парфюмерно-косметическая. Здесь все упаковки выглядят и позиционируются как подарочные. Для их изготовления используется большое количество различных материалов: стекло, картон, пластмасса, текстиль, металл и т. д. Каждая упаковка неповторима, универсальна, отличается своим особенным эстетическим выражением.

Также большое разнообразие упаковок присутствует в группе товаров по уходу за ребенком и товарах по уходу за телом.

Еще одна обширная группа товаров с подарочной упаковкой — это ювелирные изделия. Здесь сама упаковка позиционируется как нечто дорогое и роскошное, она должна быть способна подчеркнуть ценность ее внутреннего содержимого.

Не стоит забывать об еще одной непроизводительной группе, изобилующей подарочной упаковкой, это сувенирная продукция. При ее упаковке встречаются крайне разнообразные формы и материалы. Здесь присутствует масса видов потребительской тары в оригинальном дизайне и исполнении. Случается и так, что упаковка выглядит внешне дороже и привлекательнее самого сувенира.

Разнообразие и отсутствие единого подхода в создании упаковки для непроизводительной группы товаров является преимуществом данного вида упаковки, но в связи с этим, здесь сложно подвести итог и создать какую-либо классификацию[1].

### Разработка упаковки и логотипа

Приступая к разработке упаковки, необходимо определить, для каких товаров она предназначена, чтобы продумать конструктивные характеристики и соблюсти все требования. А так же выбрать метод проектирования. В данной разработке был использован ассоциативно-образный метод. Так как работа проводилась в преддверье нового года, художественным образом, послужила новогодняя елка.

Было принято решение создать двойную упаковку в виде елочки, в которой малая и большая

коробки вставляются друг в друга (Рис. 1.). Благодаря этой системе их удобно хранить, а в праздничный сезон упаковку можно использовать как самостоятельный элемент декора.

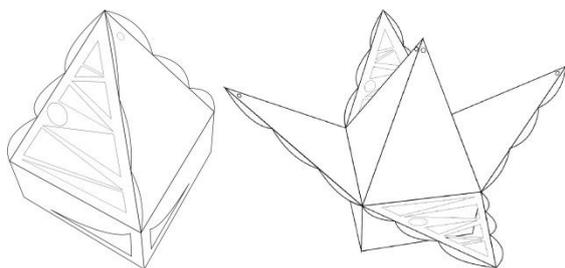


Рис. 1. Трансформируемые элементы разработанной упаковки

Предполагается, что нижняя часть большой коробки будет использована под елочные шары. В этой части упаковки имеются ребра жесткости, обеспечивающие дополнительную защиту товара, а так же декоративные вырезки, позволяющие частично увидеть внутреннее содержимое, не раскрывая упаковки. Верхняя же ее часть имеет 4 «лопасти», которые, собираясь при помощи ленты, образуют четырехгранную пирамиду. На двух сторонах большой пирамиды в дальнейшем были размещены вырезки в виде логотипа компании, сквозь которые можно увидеть малую коробку - пирамиду.

В свою очередь маленькая пирамида может быть использована для других, более легких и мелких елочных украшений, таких как мишура, серпантин, «дождик» и т.п., или же для сладостей. Помимо вышеперечисленного выполнены развертка упаковки и план-вырубка (Рис.2.).

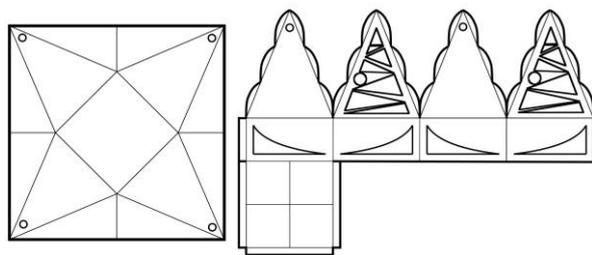


Рис. 2. Развертка и план-вырубка разработанной упаковки

После определения назначения упаковки и создания ее образа, была начата работа над созданием логотипа.

Логотип – это лицо компании, призванное сделать имидж компании более запоминающимся. Он должен отображать основное направление деятельности фирмы.

Использование или разработка логотипа ведется с целью привлечения внимания к фирме или ее товарам. Создание логотипа является началом такой важной характеристики фирмы, как фирменный стиль. Следовательно, все стилистические элементы (шрифты, цветовая палитра, графиче-

ские материалы) будут основаны на разработанном логотипе.

Для того чтобы создать грамотный и эффектный логотип, следует придерживаться нескольких критериев. Логотип должен:

- Быть простым для восприятия
- Иметь оригинальный дизайн
- Соответствовать общим задачам фирмы в ее маркетинговой стратегии
- Хорошо смотреться в разном масштабе
- Быть ярким и четким

Кроме того, все детали логотипа должны сочетаться между собой по форме, цвету, размеру.

Грамотный логотип способен значительно повлиять на восприятие фирмы на рынке, ведь только после его разработки возможно проведение запоминающейся и эффективной рекламы, что способствует продвижению товаров или услуг [2].

При работе над созданием логотипа, изначально рассматривалась идея изображения елочных шаров, что отражало бы содержимое упаковки, однако в дальнейшем был выбран образ елочки, который подчеркивает форму упаковки и дает возможность создания интересной вырезки. Созданы два варианта (Рис.3.).

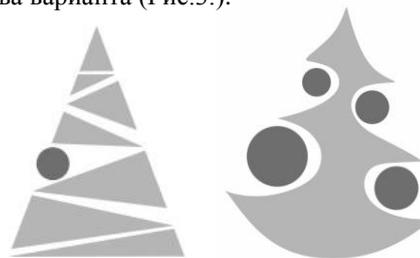


Рис. 3. Разработанные варианты логотипа

Выбран вариант, представляющий собой набор простых геометрических тел, создающих образ елочки с, висящим на ней, шаром. Используются два типичных для новогодней атрибутики цвета: красный и зеленый.

#### Заключение

В ходе работы были созданы: упаковка для новогодних украшений и фирменный логотип. Оба представлены лаконичными и простыми. В то же время упаковка является многофункциональной и удобной как в использовании, так и в хранении. Логотип, благодаря его форме, удобно использовать на фирменных товарах, в том числе и на самой упаковке, кроме того, он одинаково выразительно выглядит в разном масштабе, четко и ясно читается как в цветном варианте, так и в черно-белом.

#### Литература:

1. Товароведение и экспертиза товаров [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/new829.html>, 10.10.2014.
2. Дизайн – студия Maxcreative [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://logo.maxcreative.ru/>, 10.10.2014.