

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ
Факультет мистецтва та дизайну

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Протокол засідання кафедри дизайну
від «__» _____ 2020 року № __
Завідувач кафедри к.п.н., доцент
_____ Н.В. Дерев'янку

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до бакалаврської роботи
«Серія пакування корму для собак «HEALTHY DOG»

Виконала: студентка 4 курсу,
освітньо-професійної програми
Графічний дизайн
зі спеціальності 022 Дизайн
Мироненко Маргарита Володимирівна

Наук. керівник:
канд.мист. Залевська Олена Юріївна

Запоріжжя
2020

КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ХОРТИЦЬКА НАЦІОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-РЕАБІЛІТАЦІЙНА
АКАДЕМІЯ»
ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

Факультет мистецтва та дизайну
Освітньо-професійна програма Графічний дизайн
Спеціальність 022 Дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри дизайну
Дерев'яно Н.В. _____
« ___ » _____ 2020 року

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ
Мироненко Маргарита Володимирівна

1. Тема бакалаврської роботи: «Серія пакування корму для собак «HEALTHY DOG»
Затверджена наказом по академії від 10.10.2019 № 257.
2. Термін здачі студентом бакалаврської роботи 8 червня 2020
3. Вихідні дані бакалаврської роботи:
 - робота в матеріалі (перелік);
 - пояснювальна записка;
 - презентація до публічного захисту;
 - цифровий варіант бакалаврської роботи (фото роботи, записка, презентація).
4. Зміст пояснювальної записки: Завдання на проєкт. Реферат. Зміст. Вступ. Розділ 1. Теоретико-методологічні засади візуалізації упаковки; загальні відомості з проєктування упаковки; сучасні тенденції упаковки; аналізи аналогів упаковки. Розділ 2. Комплексне художньо-проєктне рішення (проєктна пропозиція) упаковки; зміст та аргументація концепції упаковки; проєктування та практичне виконання упаковки; економічна частина розробки дизайну упаковки; заходи з безпеки життєдіяльності та протипожежної техніки в процесі проєктування. Висновки. Список використаних джерел. Додатки.
5. Перелік електронного матеріалу: презентація (*презентація_Мироненко.pptx*), цифровий варіант записки до бакалаврської роботи (*бакалавр_записка_Мироненко.docx*).
6. Консультанти по бакалаврській роботі із зазначенням розділів роботи, що стосується їх:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 2	Клімова Л. М.		

6. Дата видачі завдання 12 квітня 2020 року.

Студентка _____ М.В.Мироненко

Керівник _____ О.Ю.Залевська

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

П/п	Назва етапів бакалаврської роботи (проекту)	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Концептуальне осмислення теми та постановка проектного завдання	13.04.2020	
2	Предпроектний аналіз Розробка проектної пропозиції	04.05.2020	
3	Візуалізація та графічне відтворення проекту в матеріалі	27.05.2020	
4	Підготовка проекту до друку Друк оригінал-макетів Створення комп'ютерної презентації Рецензування бакалаврської роботи Брошурування пояснювальної записки	01.06.2020	
5	Попередній захист бакалаврської роботи Допуск до захисту бакалаврської роботи	08.06.2020	

Розглянуто і схвалено кафедрою дизайну

Протокол №__ від «__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри дизайну _____ Н.В. Дерев'янка

Студент _____ М.В.Мироненко

Керівник бакалаврської роботи _____ О.Ю.Залевська

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 29 с., 1 табл., 6 рис., 3 літературних та 6 інтернет джерел, 10 додатків

Об'єкт дослідження: Упаковка.

Мета роботи: Створення серії упаковок для фірми, що виготовляє корм для собак «HEALTHY DOG» та економічної упаковки, яка буде приваблювати споживача та викликати довіру.

Методи дослідження: Вивчення ринку даного товару, позиціонування товару та дослідження витрат.

У першому розділі розкрита тема виникнення упаковки її тенденції. Проаналізовані аналоги упаковок, виділивши позитивні та негативні сторони для створення власної упаковки.

У другому розділі була розкрита тема майбутньої упаковки. Послідовно описані етапи створення ілюстрацій, вибір головних кольорів, вибір форми упаковки, вибір техніки та матеріалів.

Опис змісту та форми упаковки, яка включає в себе графічні декоративні елементи та унікальні деталі в конструкції. В результаті чого створено серію пакування корму для собак «HEALTHY DOG».

Проведено розрахунок собівартості паперу і друку. З'ясовано кількість матеріалу для 1000 штук середньої упаковки і 1000 штук маленької та прораховано вартість.

Робота складається з дев'яти розроблених упаковок в трьох варіантах (маленька, середня та велика упаковка) з власним дизайном та формою, курсової записки, що складається із вступу, двох основних розділів, висновків та додатків.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ПАКУВАННЯ, СЕРІЯ, УНІКАЛЬНІСТЬ, ДИЗАЙН, ПРОЄКТУВАННЯ, РОЗГОРТКИ, КОНСТРУКЦІЯ ПАКУВАННЯ, ГРАФІЧНА РОЗРОБКА, ЕКОЛОГІЧНІСТЬ, ІГРОВИЙ ЕЛЕМЕНТ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО -МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ УПАКОВКИ	10
1.1 Загальні відомості з проєктування упаковки	10
1.2. Сучасні тенденції упаковки	Ошибка! Закладка не определена.
1.3. Аналізи аналогів упаковки.....	Ошибка! Закладка не определена.
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНЕ ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНЕ РІШЕННЯ (ПРОЄКТНА ПРОПОЗИЦІЯ) УПАКОВКИ.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.1. Зміст та аргументація концепції упаковки.....	Ошибка! Закладка не определена.
2.2. Проєктування та практичне виконання упаковки ...	Ошибка! Закладка не определена.
2.3. Економічна частина розробки дизайну упаковки....	Ошибка! Закладка не определена.
ВИСНОВОК	Ошибка! Закладка не определена.
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	13
ДОДАТКИ	14

ВСТУП

Актуальність роботи. В наш час у всіх галузях харчової промисловості вже є власні марки, логотипи, упаковки, з'явився більш вдумливий підхід до того, як зацікавити покупця придбати той чи інший товар. Виробники і продавці переконалися в тому, що упаковка-це найважливіший елемент комунікації зі споживачем, тому в процесі її розробки стали брати участі не тільки дизайнери і поліграфісти, а й експерти в області маркетингових комунікацій. По суті, упаковка все більше перетворюється на сполучну ланку, без якої стає неможливим переміщення товару від виробника до споживача. При цьому її функція постійно розширюється – від збереження і захисту продукту до задоволення всіх потреб замовника, доставки йому продукції бездоганної якості. Всі ці пункти ведуть до істотного перегляду значення упаковки в брендингу в сучасному світі.

Виробники, які не звертають уваги на те, що роль упаковки на сучасному ринку значно змінилася, ризикують залишитися на узбіччі конкурентної боротьби.

Об'єкт дослідження. На сьогоднішній день упаковка є масовим об'єктом дизайну. Тому предметом дослідження даної роботи є упаковка як важливий елемент бренду, сприяє його просуванню в сучасному суспільстві споживача. Багатоплановість цього поняття, дозволила досліджувати поетапність процесу розробки упаковки. Вона може бути унікальною, або копією іншої, зробленою за останніми тенденціями, а може бути надрукована на газетному папері за допомогою ксерокса «- і якоїсь матерії». Але головне те, яку суб'єктивну цінність вона несе. Упаковка, по – суті, є поштовхом для того, щоб споживач захотів придбати саме цей товар, а не інший, упаковка в наш час дуже важлива, вона несе не тільки інформацію, а і одночасно виконує кілька життєво важливих для даного продукту функцій. Серед них і

захист від зовнішніх механічних впливів – захисна функція, комунікативна, репрезентативна функція. Проаналізувавши ринок, дослідивши процес впливу упаковки на створення і просування на ринку певного бренду та звернувши увагу на те, що зараз ще не достатньо цікавих пакувань обраної нами галузі, здатних привернути увагу покупця, була обрана саме ця тема, щоб створити пакування більш зручної, економічної форми і створити «брендовий» товар завдяки упаковці.

В ході роботи на бакалаврським проектом було проаналізовано:

- Закон про товарні знаки;
- Закон про захист прав споживача;
- Закон про рекламу;
- Закон про авторське право;
- Літературу по створенню і просуванню бренду, упаковки,

як важливому аспекту бренду, маркетинговим питанням, питанням реклами.

Мета роботи – розробити серію пакування корму для собак з шести коробок, різних за формою, об’ємом, дизайном, які, в свою чергу, будуть поділятися на три категорії:

- Для дорослої собаки (велика упаковка та маленька);
- Для підлітка (велика упаковка та маленька);
- Для цуценя (велика упаковка та маленька).

Створення упаковки повинно відповідати таким критеріям:

- Зручність пакування;
- Його економічність;
- Використання екологічних матеріалів для виготовлення

пакування.

У процесі роботи були поставлені і виконані **наступні завдання**:

1. Виявлення основних тенденцій розвитку брендингу в сучасному суспільстві.

2. Вивчення особливостей використання упаковки на споживчому ринку.
3. Вивчення процесів створення упаковок для брендів.
4. Розробка власної упаковки.

Структура. Бакалаврська робота складається з теоретичної частини – пояснювальної записки, яка має наступні складові: вступ, два розділа, висновки, додатка, список літератури (29 с., 1 табл., 6 рис., 3 літературних та 6 інтернет джерел, 10 додатків) та практичної частини, яка складається з дев'яти упаковок (3 варіанта маленької багаторазової упаковки, 3 варіанта середньої упаковки та 3 варіанта великої економної упаковки).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО -МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ УПАКОВКИ

1.1. Загальні відомості з проєктування упаковки

Основна функція упаковки: зберігати і оберігати той чи інший товар від зовнішнього середовища. В усі часи товар треба було тримати в певному посуді, в якому можна його переносити та зберігати. Подивимся, як змінилася упаковка та які нові функції вона придбала за цей час.

Перша упаковка робилася з підручних матеріалів – шкіри, деревини, рослин, глини тощо. З архаїчних часів до наших днів дійшли деякі форми зберігання продуктів, які активно використовуються і зараз. По-перше, хутро тварин. Його використовували для рідких мас, переважно алкогольних напоїв. Особливо поширений в країнах Сходу для утримання кумису, вина, води. В інших країнах його використовували набагато рідше. Ще одна «упаковка» дійшла до нашого часу: мастодонт – дерев'яна бочка, яка слугувала ще багато тисяч років тому та справно служить і досі.

Після деревини, кераміки і скла наступним кроком стало застосування в якості упаковки папіру. Папір для писання винайшли ще до нашої епохи в Китаї, але загорнути в нього продукти додумалися тільки в XVII столітті. І це не дивно, в ті часи папір був дуже дорогим, і використовувати його в якості упаковки нікому не приходило в голову. Перший папір для пакування товарів було зроблено спеціально для більш якісного зберігання товару. Німецькі умільці придумали щільний папір з бірюзовим відтінком, в який загортали рафінад. У XIX столітті, коли стали з'являтися зачатки маркетингу, на пакувальному папері почали друкувати різні зображення, щоб залучити покупця. Паралельний розвиток поліграфії посприяв становленню пакування на новий рівень.

Трохи пізніше, у Франції, виготовили дешевий папір, який згодом стали називати вошанка. Він був трохи щільніше звичайного і покритий тонким шаром оліфи. У той же час, англійці відкрили непромокальний в непогоду папір, використовуючи для його виробництва пергамін. Однією з країн, де вперше виготовлення паперового пакування відбулося механізованим шляхом, була Америка, де в середині ХІХ століття створили машини, які вміли робити паперові пакети і мішки.

Ще один важливий матеріал для упаковки на основі паперу був розроблений в ХVІІІ столітті, а потім вдосконалений в ХІХ. Йдеться про картон. Ще в ХVІІ столітті його використовували в медицині для упаковки прикрас. До ХІХ століття все робилося вручну, поки американець Роберт Гейр не додумався до технології конвеєрного виробництва картонних коробок. Використавши старий прес, він примудрявся випускати до 1000 одиниць товару в день.

ХІХ століття стало століттям науково-технічного прогресу і масових відкриттів. Ринок споживання стрімко розширювався, з'являлися нові товари, а значить виникає потреба в більш сучасній упаковці. Революцію, яка визначила шляхи розвитку індустрії, зробили Ніколя Аіперт, Томас Саддінгтон і Луї Пастер. Француз Ніколя Аіперт став одним з першовідкривачів принципів консервації продуктів. Він зрозумів, що потрібно зробити для того, щоб їжу можна було зберігати довше звичайного в скляних банках. У той час це був величезний прорив, так як для потреб армії продукт, що не псується, був на вагу золота.

Правда, права на консервацію запатентував англієць Томас Саддінгтон. Він удосконалив банку і зробив її металевою. Завдяки відкриттю Луї Пастера, в світі з'явилася перша асептична упаковка. Тару і продукт стерилізували окремо, а потім поміщали товар в упаковку і герметично запаювали. Останнім революційним кроком в області упаковки ХІХ століття став винахід тюбика. Він поєднував дві функції, чого ніколи не було раніше – захищав товар і виступав в якості дозатора.

У ХХ столітті розвиток пішов ще стрімкіше. Як відомо, однією з головних проблем минулого століття стало забруднення навколишнього середовища, що, в свою чергу, безпосередньо пов'язано з відкриттям полімерів і застосуванням їх для упаковки. Саме полімери стали головним трендом в упаковці минулого століття. Вперше така тара була використана в армії США для зберігання аерозолів проти комах. Згодом вона вийшла за межі армії і набула широкого застосування в усьому світі. Її стали використовувати в косметології, медицині, харчовій галузі.

Приблизно в той же час з'явилася пивна банка, яку ми знаємо зараз. Спочатку консерви з металу покривалися оловом – вони були громіздкі і незручні. В середині минулого століття в США з'явилася пивна банка з полегшеного металу зі зручною відкривачкою, якій все користуються досі. ХХ століття стало не тільки століттям відкриття нових матеріалів для зберігання товарів. Воно поступово поміняло саму суть упаковки. Вона стала набувати додаткові функції і переходити з утилітарної категорії в естетичну. Виникнення таких явищ, як дизайн, маркетинг, поява телебачення, реклами відводили їй абсолютно нові функції.

Упаковка стала тепер не тільки зберігати продукт, а й продавати його. Розвиток поліграфії і індустрії розваг вимагало хитрих підходів до споживача. Для того, щоб залишитися на ринку і залучити більшу кількість покупців, виробники примудрялися як могли, тим самим активно просуваючи ідеї споживання, що, в свою чергу, стало частиною культурної епохи ХХ століття. В цей час століття упаковка буквально стає частиною мистецтва. На початку мистецтва поп-арту та кітчу знамениті банки супу Енді Ворхола стали символом середини ХХ століття і зародженням епохи споживання. А потім і сама упаковка набула більшого значення чим просто пакування товару, саме в цей час почали з'являтися конкурси дизайнерів, які зараз вважаються культовими – Cannes Lions International, Designand Art Direction, Clio Awards.

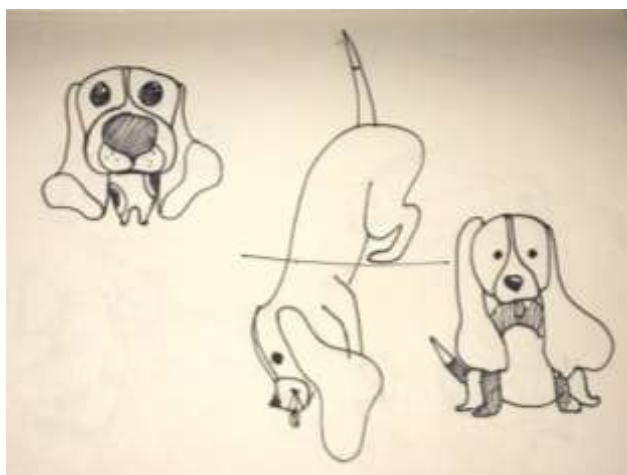
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варепо Л.Г. Виробництво упаковки з паперу, картону та гофрокартону : Уч. Посібник. Омськ : ОГТУ, 2002. 198 с.
2. Власюк Н. Тенденції упаковки. URL: <https://marketer.ua/ua/2020-packaging-design-trends/>
3. Д'Алессандро Д. Війни брендів. 10 правил створення непереможної торгової марки. Пітер, 2008. 224 с.
4. Єфремов Н.Ф. Тара і її виробництво : Навчальний посібник. Москва : МДУП, 2001. 312с.
5. Ієвлев В.Ю. Товарний знак і просування на ринку. *Маркетинг і маркетингові дослідження в ССРСР і за кордоном*. 1997. № 9.
6. Канаян Р.М Канаян К.А. Створення упаковки товару. *Маркетинг в ССРСР і за кордоном*. 2001. № 6.
7. Лаптев І. Історія створення та розвиток упаковки. URL: <https://informupack.ru/article/4630/>
8. Хайн Т. Все про упаковку. Москва : Арт-Родник, 2008. 245 с.
9. Хатуєв Е. Дизайн упаковки. *Рекламні технології*. 2006. № 4.

ДОДАТКИ

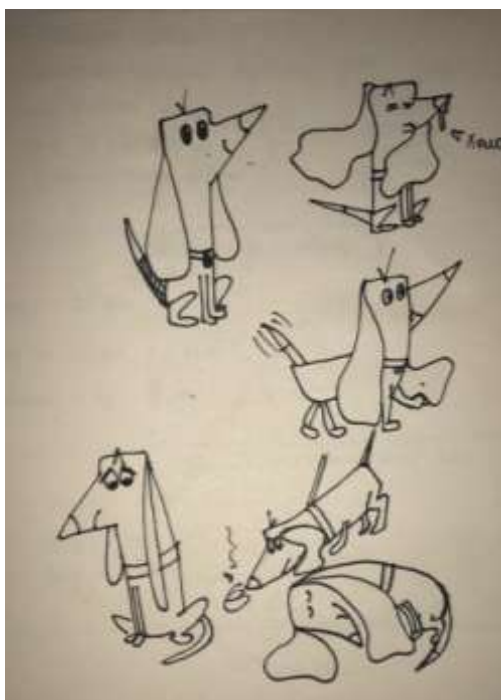
Додаток А

Етапи розробки ілюстрацій для «Серія пакування корму для собак
«HEALTHY DOG»



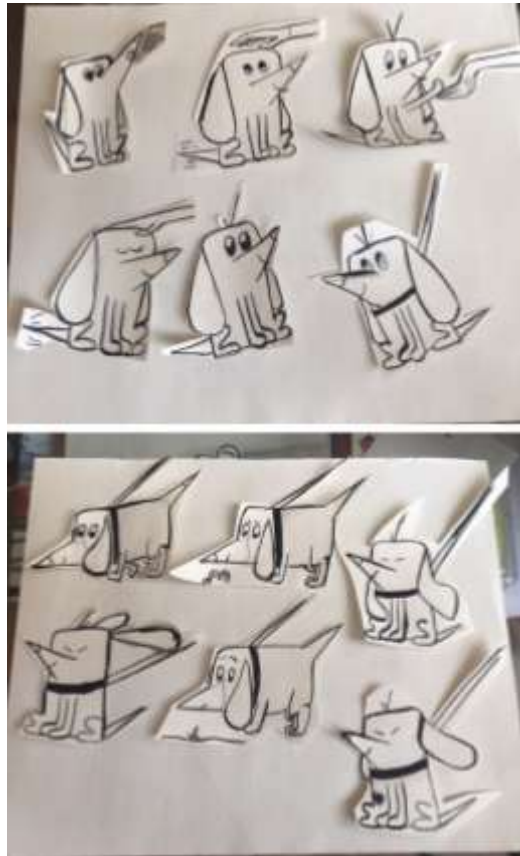
(Рис1.1)

Пошук персонажа



(Рис.1.2)

Пошук міміки персонажа



(Рис.1.3)

Пошук міміки та форми персонажа

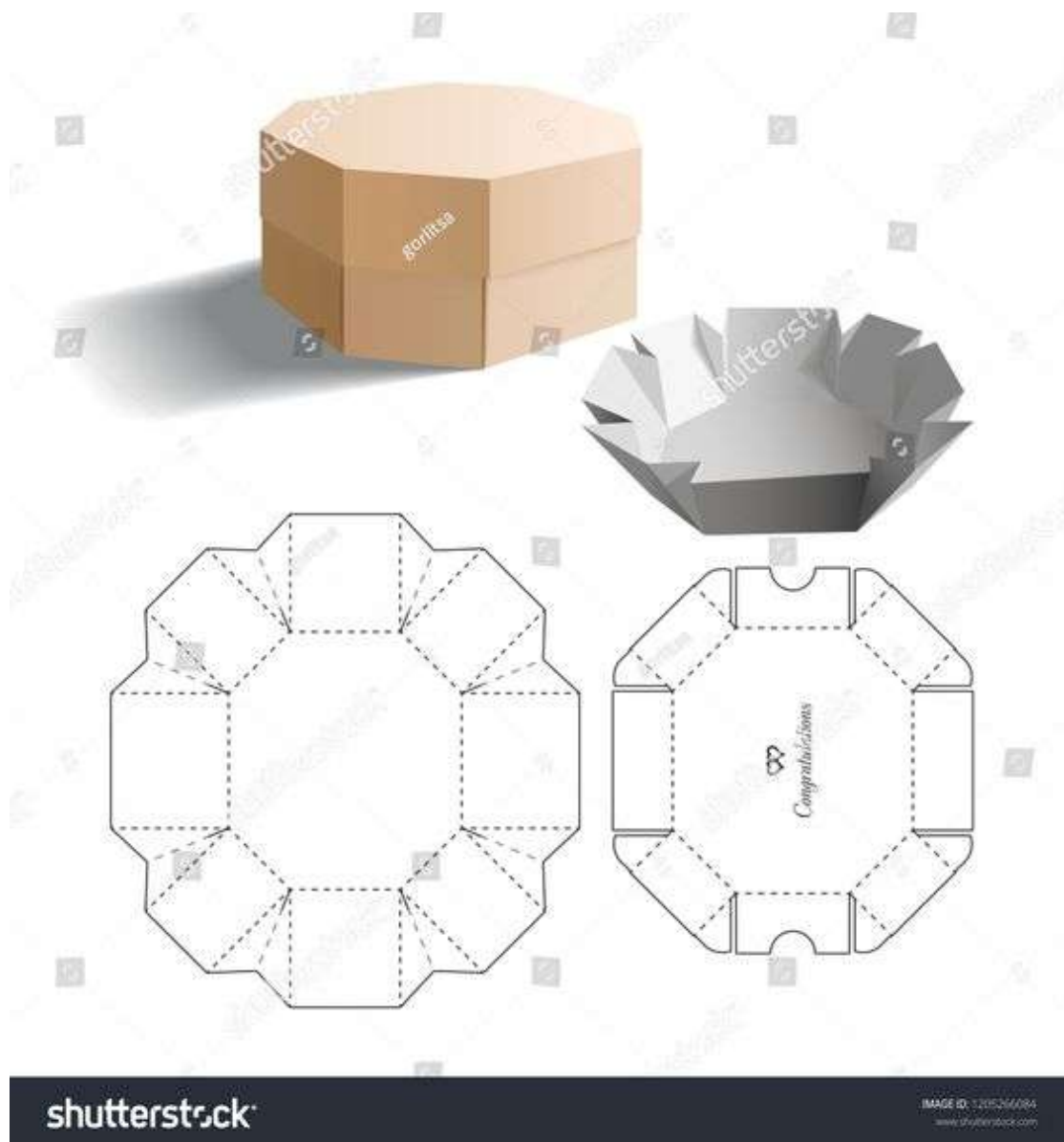


(Рис1.4)

Остаточний варіант персонажа

Додаток Б

Етапи розробки та прототипи форми упаковки для «Серія пакування корму для собак «HEALTHY DOG»



(Рис.2.1)

Прототип для маленької упаковки



(Рис.2.2)

Прототип для великої коробки

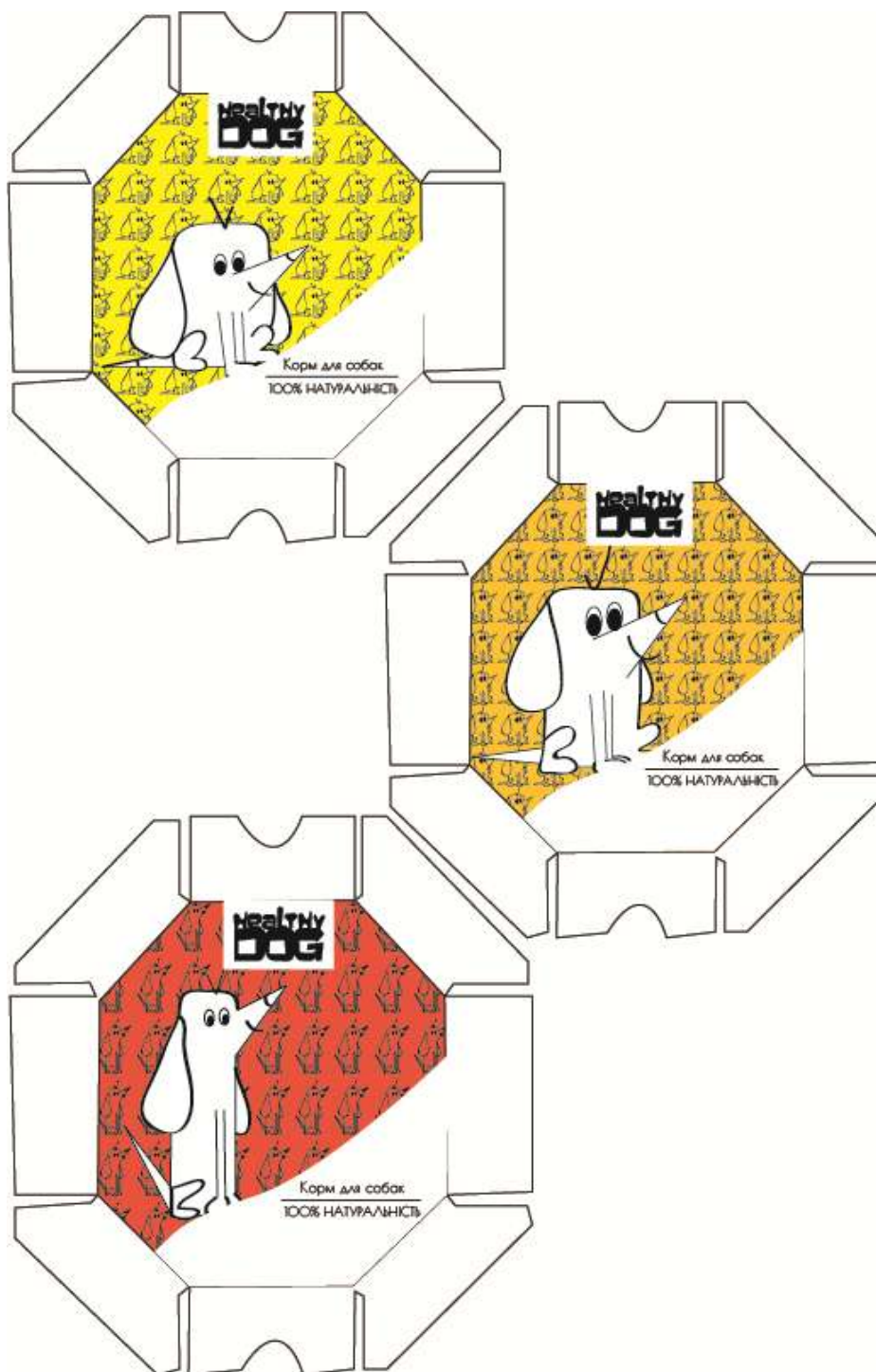


(Рис.2.3)

Прототип для середньої коробки

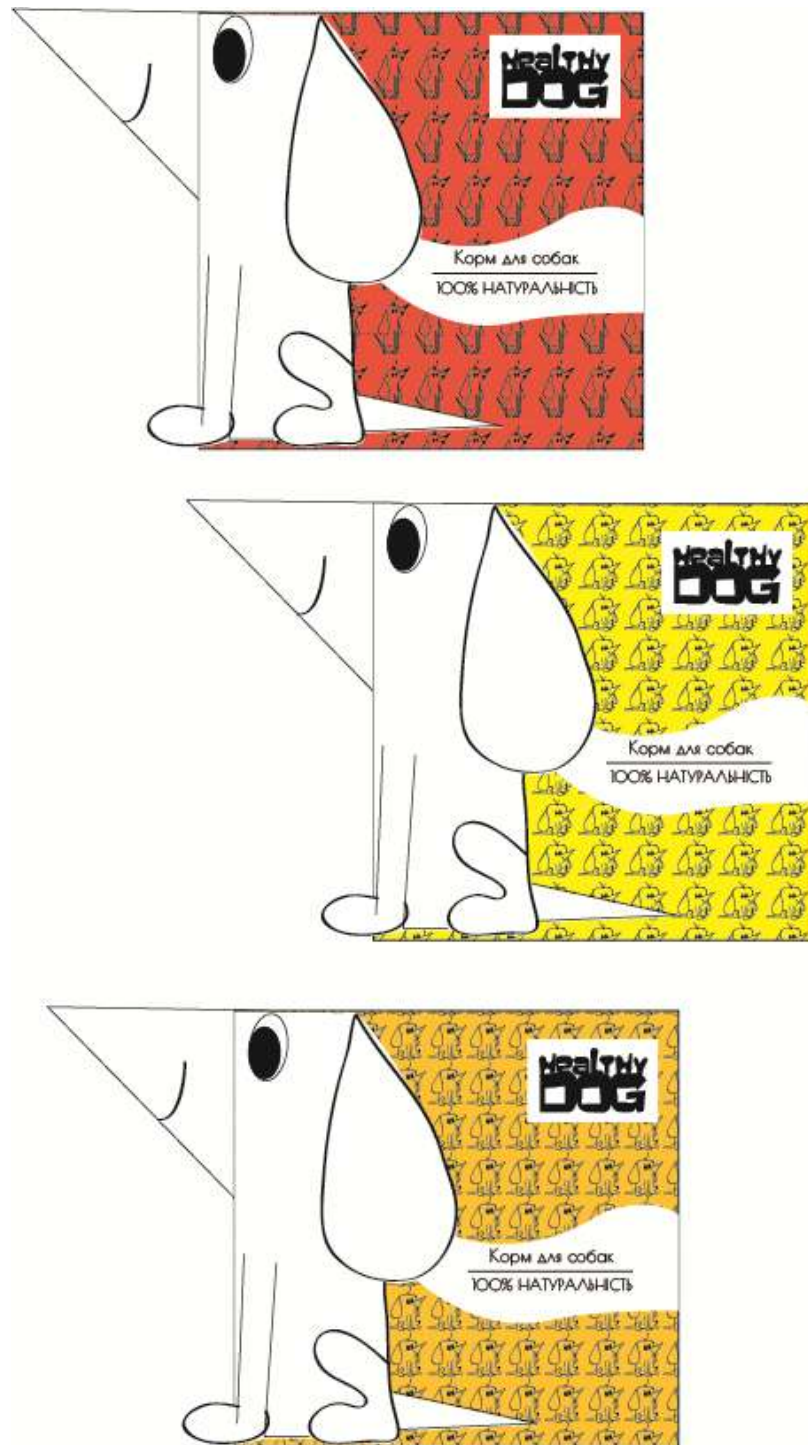
Додаток В

Остаточний варіант «Серія пакування корму для собак «HEALTHY DOG»

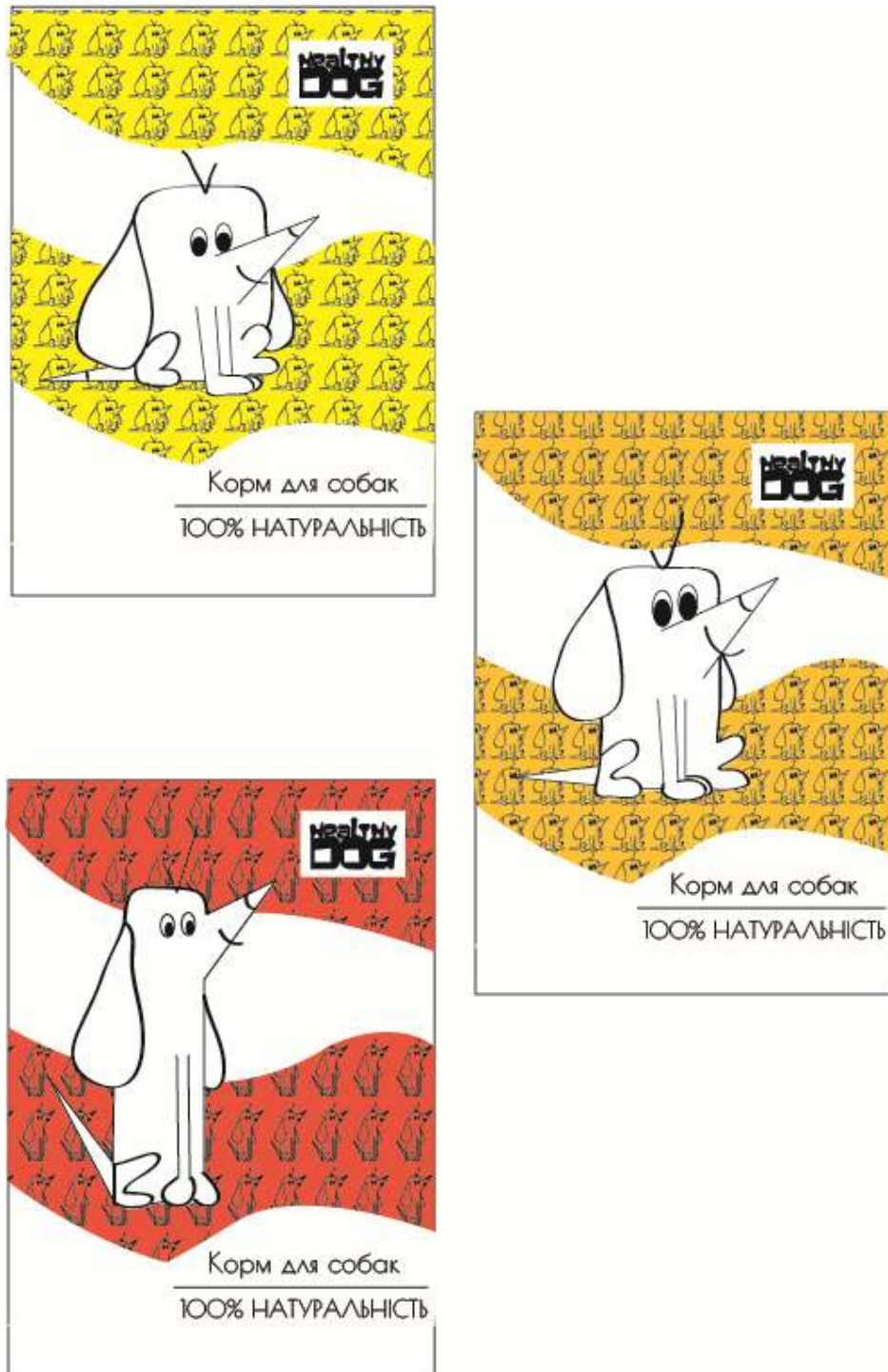


(Рис.3.1)

Остаточний варіант маленької упаковки



(Рис.3.2)
Остаточний варіант середньої упаковки



(Рис.3.3)

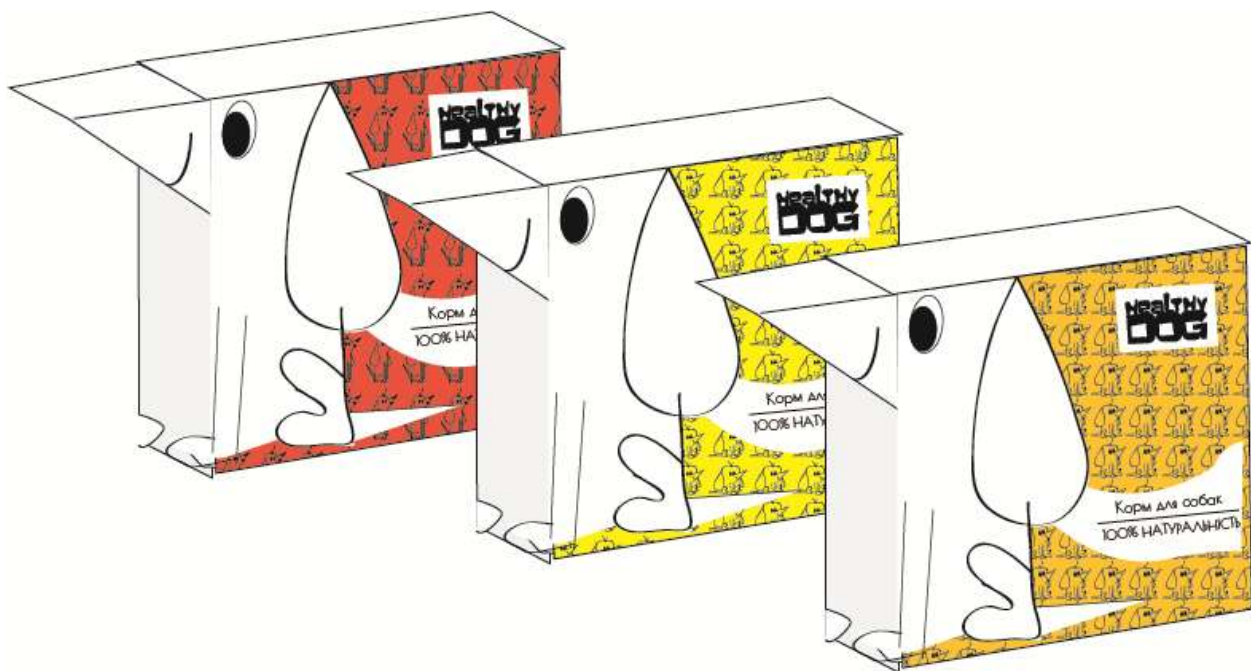
Остаточний варіант великої упаковки

3Dмодельовання «Серія пакування корму для собак «HEALTHY DOG»



(Рис.4.4)

Маленька упаковка



(Рис.4.2)

Середня упаковка



(Рис.4.3)

Велика упаковка з подарунком

Проект на тему «Серія пакування корму для собак «HEALTHY DOG»



(Рис.5.1)

Проект дипломної роботи