

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет мистецтв

Кафедра декоративно-прикладного мистецтва та дизайну та дизайну

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри

_____ Ємельова А.П.

«__» _____ 2025 р.

Реєстраційний № _____

«__» _____ 2025 р.

ДИЗАЙН-ПРОЄКТ СУВЕНІРНОЇ УПАКОВКИ ЦУКЕРОК

Кваліфікаційна робота

студентки групи ГД – 21

ступінь вищої освіти «бакалавр»

спеціальності 022 Дизайн (022.01

Графічний дизайн)

Сергєєвої Валерії Максимівни

Керівник: доц., к.пед.н.

Марченко Аліна Анатоліївна

Оцінка:

Національна шкала _____

Шкала ECTS __ Кількість балів ____

Голова ЕК _____

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Члени ЕК _____

(підпис)

(прізвище, ініціали)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Кривий Ріг – 2025

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Сергєєва Валерія Максимівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомляю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. СУВЕНІРНА УПАКОВКА: РІЗНОВИДИ, КОНСТРУКЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ.....	6
1.1. Різновиди пакування, його характеристики та цільове призначення .6	
1.2. Аналіз вітчизняної сувенірної упаковки кондитерських товарів....	9
1.3. Прийоми композиційного і колірного рішення сувенірної упаковки.....	12
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ПРОЄКТНОЇ РОЗРОБКИ СУВЕНІРНОЇ УПАКОВКИ ЦУКЕРОК	16
2.1. Аналіз аналогів та оформлення концепції сувенірної новорічної упаковки цукерок	16
2.2. Візуалізація упаковки, розробка конструкції та виконання макету..	18
2.3. Обрахунок собівартості дизайн-проєкту сувенірної упаковки цукерок.....	21
Висновки до розділу 2.....	23
ВИСНОВКИ.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	26
ДОДАТКИ.....	30

ВСТУП

Приваблива упаковка товарів є не лише одним із найважливіших носіїв візуальної інформації, що не лише виконує захисну функцію для товару, а й ефективно комунікує з потенційними споживачами. На шляху розвитку суспільства, в процесі товарообміну, а згодом в продажах товарів завжди використовувалися різні засоби для передачі інформації про товар, а також для приваблення покупців до конкретного товару. Таким засобом стало пакування будь-якої продукції в спроектовану для цього, конкретну для товарної групи або призначення товару, упаковку.

Сьогодні упаковка є ключовим елементом маркетингової стратегії, адже вона привертає увагу, передає важливі відомості про товар і формує впізнаваність бренду. Жодна компанія, яка прагне довготривалого успіху на ринку, не обходиться без професійного дизайнерського підходу до створення упаковки. Вдале художньо-дизайнерське оформлення упаковки забезпечує успіх просування продукції, підвищення її привабливості для споживачів і зміцнення репутації компанії. Дизайн сувенірної упаковки для цукерок відіграє важливу роль у формуванні емоційного сприйняття продукту, створенні впізнаваного образу бренду та привабленні споживачів. У сучасних умовах розвитку ринку кондитерських виробів ефективний дизайн упаковки є не лише засобом збереження продукції, а й потужним маркетинговим інструментом, що впливає на вибір покупців.

Актуальність теми зумовлена необхідністю створення привабливих та функціональних дизайнерських рішень, які враховують естетичні тенденції, екологічні вимоги та споживчі очікування. Сувенірна упаковка, як категорія проєктування, поєднує у собі оригінальність, екологічність, зручність у використанні, може нести звернення до культурну символіки.

Метою дослідження є розробка дизайн-проєкту сувенірної упаковки цукерок, яка відповідатиме сучасним проєктним тенденціям та вимогам ринку.

Для досягнення мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- проаналізувати сучасні тенденції у сфері пакування, упаковки кондитерських виробів;
- з'ясувати основні тренди в дизайні сувенірної упаковки;
- розробити концепцію власного стилю упаковки з урахуванням функціональності та естетики;
- створити візуалізацію дизайн-проєкту та оцінити його відповідність ринковим вимогам.

Об'єктом дослідження є дизайнерська розробка сувенірної упаковки.

Предмет дослідження – художні, конструктивні та технологічні особливості створення дизайн-проєкту сувенірної упаковки цукерок.

Для досягнення поставленої мети використовуються такі **методи**: аналіз літературних джерел і ринкових тенденцій, маркетингові дослідження, методи дизайн-мислення, ескізне проєктування та графічне моделювання.

Практичне значення роботи полягає у можливості застосування розробленого дизайн-проєкту в рекламних цілях на підприємствах кондитерської галузі, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції, розширенню ринку збуту та популяризації українських сувенірних виробів.

Структура дослідження: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків, а також кваліфікаційна робота передбачає електронну презентацію та демонстраційний стенд. Загальний обсяг основної частини – 26 сторінок, кількість джерел у списку – 29 позиції, додатки.

РОЗДІЛ 1

СУВЕНІРНА УПАКОВКА: РІЗНОВИДИ, КОНСТРУКЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ

1.1. Різновиди пакування, його характеристики та цільове призначення

Існує думка, що пакування відіграє не меншу роль, ніж сама продукція, по суті, будучи визначальним фактором її успіху (Дж. Траут). Перше, що помічає споживач, – це саме зовнішнє оформлення товару. В умовах високої конкуренції компаніям необхідно створювати оригінальну, привабливу упаковку, яка не лише захищає продукцію, а й допомагає їй виділитися серед інших.

Вважається, що тенденціями сучасного ринку пакування сувенірного типу є екологічність та стійкість, схильність до мінімалістичного дизайну, індивідуалізація та персоналізація при роботі з замовником, ставка на нові матеріали та конструкції а також схильність до локальної айдентики [28].

Вважається, що перше вироблення упаковки сягає VI т. до н.ч. (Єгипет), розвинувшись від шкіряних та бавовняних мішків, ємностей із засушених рослин до давньогрецьких амфор з глини, які могли бути багаторазовими та одноразовими (А.І. Рубанка; Т.Б. Шилович). Поряд з цими формами з 1 ст. до н.ч. починає зустрічатися скляна упаковка (Єгипет), яка розвинувшись, вже в XIX ст. виробляється в промислових масштабах. Поволі розвивалася паперова та картонна тара, досягнувши вигляду коробки з середини XIX ст. [16; 27].

За своїм визначенням, **тара** – «це основний елемент упаковки, являє собою виріб для розміщення продукції» [27, с. 6]. **Упаковкою** ж вважається «засіб або комплекс засобів, які забезпечують захист продукції від пошкоджень та втрат, забруднень, від дії оточуючого середовища...» [27, с. 6]. Упаковка має захищати товар від пошкоджень та допомагати успішності продажів. Сучасні маркетологи вважають, що упаковка здатна почати продавати товар до того, як її відкриє

покупець й має викликати бажання зазирнути всередину неї [9].

На думку О.І. Сидорової, **сувенірна упаковка** розглядається як естетично цінний об'єкт, що поєднує мистецькі й функціональні характеристики (Рис.А.1–3 Дод.А). Окрім основного призначення, вона може виконувати додаткові ролі, зокрема слугувати іграшкою, пам'ятним сувеніром або контейнером для зберігання особистих речей [17, с. 202].

Сучасну сувенірну упаковку на ринку дизайнерських послуг розрізняють залежно від матеріалу, дизайну, функціональності та цільового використання. За матеріалом вона може бути картонною, паперовою, дерев'яною, металевою, скляною, тканинною та пластиковою – м'якою (Рис.А.4 Дод.А) або твердою.

Картонна упаковка – це коробки з щільного або дизайнерського картону, часто з тисненням, вибіркоким лаком або фольгуванням (Рис.А.5 Дод.А). З деревини виробляють подарункові шкатулки, футляри або ящики з гравіюванням, різьбленням, декупажем. В металевій упаковці (жерстяні банки, футляри, металеві коробочки) можуть бути в продажу горіхи, цукерки, печиво (Рис.А.6 Дод.А). Упаковка може бути тканинною – це мішечки з льону, джуту, оксамиту або атласу, нерідко із вишивкою. Упаковка з пластику дозволяє формувати вигадливі за конструкцією форми для солодоців (прозорі чи кольорові футляри, кейси, блістерна упаковка). Скляна упаковка досить вартісна, але відповідає найвищим умовам екологічності й дозволяє ефектно представити товар (пляшки, баночки, сувенірні колби або декоративні контейнери).

З'являються іноваційні матеріали та уявляються типи екологічної упаковки, як-то – «композиційна бар'єрна упаковка» триплексної структури (Іспанія), що має високі візуальні та екологічні можливості [7, с. 22]. Або – нещодавно запатентований ящик для транспортування маленьких пляшок (0,33 л), що дозволяє більш ергономічно транспортувати більшу кількість продукції [29, с. 30]. Про іновації в сфері використання перероблених матеріалів в фармації заявляє компанія Emballator (Швеція), про винахід нового ламінувального клею

для виробництва гнучких ламінованих упаковок Toyo-Morton (Японія), а екологічний папір для упаковок квітів, фруктів, овочів, який не боїться води, провідний європейський виробник гофрокартону Smurfit Kappa (Ірландія). Колаборація Borealis, Froneri та Рассог запатентувала іновацію з відновлювальної сировини (поліпропілен) для упаковки морозива Aino [7, с. 20].

Сувенірна упаковка розрізняється за **призначенням**: для брендovаних сувенірів компаній, що включає логотипи, фірмові кольори (упаковка для корпоративної продукції); для сувенірів, пов'язаних з подорожами (магніти, тематичні набори); подарункова упаковка – для святкових подій (Різдво, Великдень, ювілеї); упаковка для елітних товарів (парфуми, колекційні речі, дорогоцінності. На думку дизайнерів-практиків, упаковка відіграє роль «обличчя бренду», викликає до нього довіру, виділяє товар з-поміж інших [5]. Пакування здатне розказати про цінності бренду, його історію, його місію, а упакований товар рекламуватися, просуватися через оцінку задоволених користувачів, мотивувати до здійснення покупки [5;6].

Ринок сучасних упаковок за показником **«конструкція»** варіюється за різними типами: «кришка-дно» – класичні стандартні коробки прямокутні чи квадратні з кришкою; коробка з віконцем – має віконце з прозорого матеріалу, пасує до кондитерських виробів; книжки-коробки (book-style) – розгортаються, як книга, часто використовуються для подарункових наборів; шубери (пенали) – упаковка у вигляді футляра, що зсувається; скриньки (шоу-бокси); пакети – паперові, крафтові, пластикові або тканинні пакети з брендovаним дизайном; тощо [2]. Упаковка може приймати незвичайні форми, мати інтерактивні елементи (наприклад, 3D-дизайн або висувні механізми). Через появу нових матеріалів та технологічних можливостей нових функціональних пакувальних рішень, з'являються нестандартні дизайни пакування (тубуси, коробки нестандартних форм, упаковки з додатковими елементами) (Рис.А.7–8 Дод.А).

Має значення **стилістика**, що використовується при проектуванні сувенірних упаковок. Упаковка в еко-стилі передбачає використання натуральних матеріалів (картон, дерево, тканина), мінімалістичний дизайн, має крафтові елементи. Упаковка преміального стилю виробляється з дорогих матеріалів – шкіри, лакованого картону, оксамиту), може нести в собі тиснення, золоте або срібне покриття, елементи репродукцій картин уславлених художників.

При роботі з дизайнером, замовники упаковки мають зорієнтуватися в сучасних трендах матеріалів та визначитися, який матеріал більше підходить для їх товару, якою вони бачать упаковку – паперовою чи картонною, пластиковою чи скляною. Ефективний дизайн упаковки передбачає гармонійне, узгоджене поєднання всіх складових елементів – шрифтів, ілюстративного наповнення, інформаційних блоків для споживача, кольорової гами, форми та матеріалів, що на думку О. Поліщук є умовою для появи упаковки, здатної привернути увагу покупця та сформувати позитивне враження від товару, уникаючи емоційної нейтральності або негативного сприйняття [13, с.136].

Одним з основних запитів для збуту продукції в певному пакуванні є те, хто її купуватиме (цільова аудиторія). Отже, треба розуміти запити цільової аудиторії для конкретної продукції. Сучасні споживачі все більше надають перевагу упаковці, виготовленій з екологічно чистих та біорозкладних матеріалів, таких як крафт-папір, картон або дерево. Це відповідає загальному тренду на усвідомлене споживання та турботу про навколишнє середовище.

1.2. Аналіз вітчизняної сувенірної упаковки кондитерських товарів

Якісна упаковка має силу викликати в споживача позитивні емоції, пов'язані з продуктом, і починати «ланцюговий ефект». За даними соціологічного опитування, 52% онлайн-користувачів готові знову придбати товар у бренду, що приділяє увагу привабливій упаковці. А близько 90%

покупців щоденно використовують пакувальні коробки чи пакети [21].

Дослідження ринку вітчизняної упаковки дало можливість О.І. Сидоровій, зробити висновок, що найбільш сильний вплив на покупця мають сувенірні упаковки, створені з увагою до форми та образності подачі (у вигляді іграшок, стилізованих зображень тварин, рослин та фруктів, предметно-символічні, у вигляді архітектурного об'єкту, з елементами етніки тощо) [17, с. 207–208].

В дизайні української сувенірної упаковки часто використовується тематична або етнічна стилістика (національні орнаменти, українська вишивка, традиційна символіка, також присутні копії фрагментів картин народних митців (Рис.А.5 Дод.А). Група вітчизняних дослідників (Ю.Є. Соловйова, О.В. Антонова, Н.Є. Манич) описують ознаки формування національного стилю на основі виявлення архетипних образів жінки-українки (Берегиня, Трипільськ Венера, Амазонка) в редизайні упаковок молочної продукції «Слов'яночка», підсилюючи виразність обраного образу символічними рослинними елементами [18].

Розглянемо сувенірні упаковки цукерок української компанії Roshen, що відрізняються за формою та дизайном. Сувенірний набір цукерок «Українські традиції» (132 г) (Рис.А.9, Дод. А). Цей набір представлений у компактній картонній коробці розміром 10,5х14х3,5 см. Дизайн упаковки відображає національні мотиви, підкреслюючи українську культурну ідентичність. Усередині містяться цукерки "Київ вечірній" (10 шт.) та дві цукерки з білого шоколаду з трюфельною начинкою. Такий набір є певним сувенірним подарунком-знайомством для гостей України або заохоченням до спільного бізнесу бізнесових партнерів, демонструючи різноманіття українських солодощів, а для пересічного споживача є привабливим як подарунок на свято [19].

Відомий виробник, Millennium пропонує подарунковий набір шоколадних цукерок Very Peri, 220 г (Рис.А.10, Дод. А). Цей подарунковий набір має сучасний

та стильний дизайн, що створює святковий настрій. Упаковка виготовлена з якісного картону у формі прямокутної коробки. Основний колір – ніжний фіолетовий відтінок, що відповідає назві "Very Peri". На лицьовій стороні розміщено логотип бренду "Millennium" та назву продукту, виконані чітким та елегантним шрифтом. Додаткові графічні елементи, такі як зображення цукерок та декоративні візерунки, підкреслюють преміальність продукту. Упаковка містить детальний опис складу та інформацію про виробника на зворотному боці. Або візьмемо до прикладу упаковку мигдалю у чорному трюфелі Millennium Truff 100 г. (Рис.А.10, Дод. А). Ці цукерки представлені у компактній коробці нецупкого картону прямокутної форми, звуженої догори. Дизайн упаковки витриманий у темних тонах, що відображає насичений смак чорного трюфеля. На передній частині упаковки розміщено логотип "Millennium" та назву продукту, виконані контрастним світлим шрифтом для привернення уваги. Також присутнє зображення мигдалю та трюфельних цукерок, що надає уявлення про вміст. Загальний стиль дизайну має за ідею – підкреслити високу якість продукту, надати товару значимості. Натомість цукерки шоколадні Very Peri арахіс, солена карамель 140 г. виробництва Millennium упаковані в щільну картонну коробку, що закривається зверху кришкою й перев'язана бантом. Пакування має приємний бузковий колір з надрукованими на фоні золотими літерами – надписом з назвою продукції та логотипом виробника. Пакування виконане як сувенірне через розкішне сполучення кольору й позолоти (Рис.А.10, Дод. А) [24;25;26].

Висновки науковців (М.Ю. Антонченко, А.С. Шишигін) говорять про взаємозв'язок між поняттями «упаковка» та «психологія», що дозволяє дизайнеру зрозуміти сприйняття упаковки й продукту як єдиного цілого в уявленні споживача. А якщо упаковка має позитивний вплив на довкілля, піддається повторному використанню або переробці, вона викликає прихильність серед екологічно свідомих покупців і може стати конкурентною перевагою

бренду. А в сегменті преміум-класу дизайн упаковки суттєво впливає на рівень продажів: орієнтовно 30% споживачів при виборі товару керуються саме її візуальною привабливістю, тому що часто такий товар купують в подарунок [1, с.148].

В Україні ринок сувенірної упаковки стрімко розвивається навіть у воєнні часи, відображаючи глобальні тенденції та враховуючи національні особливості й характеризується динамічним розвитком, обумовленим зростаючими вимогами споживачів до естетики, функціональності та екологічності пакувальних рішень. Особливо зростає попит на упаковку з використанням традиційних українських мотивів (таких як петриківський розпис, національні орнаменти та символіка), зі шрифтовими гаслами українською мовою. Як вважає В.Маслак, це своєрідна реакція спротиву, вияв громадянської позиції, звернення до національного, автентичного на фоні російської агресії [10, с.280–281].

Водночас, українські виробники сувенірної упаковки стикаються з викликами, пов'язаними з конкуренцією на внутрішньому та зовнішньому ринках, необхідністю впровадження сучасних технологій та відповідності міжнародним стандартам якості. Проте, завдяки індивідуальності дизайнерського підходу та акценту на культурній унікальності, українська сувенірна упаковка має значний потенціал для подальшого розвитку та успіху на глобальному ринку.

1.3. Прийоми композиційного і колірного рішення сувенірної упаковки

Дизайн сувенірної упаковки грає ключову роль у створенні святкового настрою, адже вона не лише захищає вміст, а й формує емоційний зв'язок між подарунком і його отримувачем. Особливо в період новорічних свят упаковка стає частиною магії свята, створюючи очікування дива ще до моменту відкриття. Композиція та колірне вирішення упаковки визначає її естетичну привабливість

та гармонійність, тим не менш має відповідати фірмовому стилю, бути якісною та мати креативну новизну [15].

У процесі створення сувенірної новорічної упаковки використовуються такі ключові прийоми композиції:

- Симетрія та асиметрія. Симетричне розташування елементів додає упаковці класичної вишуканості, що добре підходить для подарункових коробок преміум-класу. Асиметрія, навпаки, робить дизайн більш динамічним та сучасним, що приваблює дитячу аудиторію.

- Ритм і повторюваність. Повторення елементів (сніжинок, ялинкових куль, узорів) створює візуальну цілісність та відчуття впорядкованості. Це особливо добре працює для фонових орнаментів.

- Акцент на головний елемент. На сувенірній упаковці важливо зробити композиційний акцент на головному елементі – це може бути центральний малюнок (новорічна ялинка, Дід Мороз, затишний зимовий пейзаж) або ж декоративний напис із побажаннями.

- Взаємодія з формою. Дизайн упаковки може бути інтегрований у її форму. Так, упаковка у вигляді мішечка Санти може мати принт із гудзиками і ремнем, а коробка-куб – створювати ефект різдвяного подарунка під ялинкою [27].

Колір як засіб композиційної виразності відіграє одну з головних ролей у створенні атмосфери новорічного свята. За висловом Т.Б. Шилович, у емоційно-психологічному сприйнятті кольору застосовуються епітети – "радісний", "легкий", "дзвінкий", "опуклий", "соковитий", "тьмянний", "глухий" тощо [27, с. 42]. А використання колірних гармоній (контрастна, нюансна, колірні тріади) дозволяють зробити максимально вдалий дизайн, ґрунтований психологічному сприйнятті кольору. Вплив кольору упаковки на споживача продукції виглядає так [27, с. 43–44]:

- червоний спонукає до рішучої купівлі товару;

- жовтий та жовтогарячий налаштовують на позитивні емоції, на оптимізм;
- зелений заспокоює;
- рожевий налаштовує на емоційну близькість, чуйність, уважність;
- блакитний, синій концентрують, привертають позитивну увагу;
- фіолетовий спонукає до креативності;
- ахроматичні кольори (білий, чорний) варто використовувати у обмеженій кількості: для концентрації уваги на товарі (чорний) або для створення нейтральної плями (білий) аби підсилити дію інших кольорів.

Таким чином, правильне поєднання композиційних прийомів, кольорової гами та символічних образів за задумом дозволить створити ефектну сувенірну упаковку, яка стане частиною новорічного настрою та зробить подарунок ще більш бажаним і цінним.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було розглянуто різновиди, конструкцію та особливості дизайну сувенірної упаковки.

Ми дізналися, що упаковка сувенірної продукції виконує не лише захисну функцію, але й служить важливим інструментом маркетингу, формуючи перше враження про бренд та продукт. Сучасний ринок сувенірної упаковки характеризується поєднанням екологічних, естетичних та функціональних аспектів, що відповідають зростаючим потребам споживачів та сприяють ефективному просуванню брендів.

З'ясовано, що, виникнення дизайнерської ідеї – це поєднання аналізу аналогічних продуктів дизайну, креативного мислення дизайнера разом з пошуками нового оригінального продукту та створення концепції, що в результаті дозволяє створити унікальний і ефективний дизайн.

Було проаналізовано сучасні тенденції у сфері упаковки кондитерських виробів на прикладах дизайну сувенірної упаковки цукерок українських

компаній Roshen та Millennium, що дає можливість розвивати концепцію власного стилю сувенірної упаковки. Врахування прийомів композиційного та колірного вирішення сувенірної упаковки дозволило грамотно підібрати колірну гаму та композицію зображення, яку ми зможемо практично втілити вже в процесі проєктування.

РОЗДІЛ 2

ПРАКТИКА ПРОЄКТНОЇ РОЗРОБКИ СУВЕНІРНОЇ УПАКОВКИ ЦУКЕРОК

2.1. Аналіз аналогів та оформлення концепції сувенірної новорічної упаковки цукерок

Продукція, виготовлена на замовлення конкретної компанії має бути впізнаваною. Це функція фірмового стилю, який або розробляє дизайнер з нуля, або має його дотримуватися. Завдяки фірмовому вигляду продукції (фірмовому дизайну) бренд може ефективно вирізнятися серед таких же товарів інших виробників і привертати увагу до своєї продукції. Крім того, фірмовий стиль слугує додатковим захистом від підробок, підвищуючи довіру споживачів до товару [28]. Замовники цінують можливість отримати оригінальну упаковку, адаптовану під конкретні події або бренди. Це може включати нанесення логотипів, імен або спеціальних повідомлень. Отже, виникнення ідеї та розробка концепції упаковки щільно перетинається з поняттям фірмового стилю продукції.

Ось як визначається поняття «фірмовий стиль» у Вільній енциклопедії (Вікіпедія) – «це набір колірних, графічних, словесних, типографських, дизайнерських, постійних елементів (констант), що забезпечують візуальну і змістову єдність товарів (послуг) усієї вихідної від фірми інформації, її внутрішнього оформлення» [22].

Дизайнерська ідея – це результат творчого мислення, аналітичного підходу та інтуїтивних процесів, що відбуваються у свідомості дизайнера. Її виникнення можна розділити на кілька етапів, які допомагають трансформувати початкову задумку в цілісну концепцію: аналіз завдання та дослідження проблеми, генерація ідей, відбір та розробка концепції – що закладає фундамент проєктування [11].

Концепція – це спосіб «обґрунтування поглибленого й змістовного опрацювання проблеми, формування принципових шляхів її вирішення» (В. Сьомкін) [20, с. 56].

Ідеєю нашої кваліфікаційної роботи стало – проєктування сувенірної упаковки цукерок, яка би була естетично приваблива, мала економічну, не досить складну конструкцію, відрізнялася привабливою колірною гамою та влучними шрифтовими надписами. За розробленою концепцією сувенірна упаковка тематично звертається до Новорічних свят. Для того, аби сформулювати влучну концепцію, за якою буде здійснюватися проєктування, було розглянуто аналогічні тематичні упаковки та проаналізовано їх.

До прикладу – подарунковий набір «Новорічна сумочка» (303 г) (Рис. А.11, Дод. А), що відрізняється оригінальною упаковкою у формі яскравої сумочки з новорічним оформленням. Розмір упаковки становить 13,5x8,5x19 см. Всередині знаходиться асорті цукерок від Roshen, кожна з яких має індивідуальну обгортку. Коробка має форму невеликої сумочки або мініатюрного портфеля. Вона трапецієподібна: основа ширша за верхню частину, що додає їй стійкості й вигляду «міні-сумочки». Є клапан із заокругленими краями для закривання, що додає виробу акуратності. Головними елементами композиції є – білий ведмедик із льодяником та синьо-блакитна краватка-бантик із білими горошинами, об'ємно прикріплена до коробки. Основний фон – рожевий із розкиданими білими сніжинками та зірочками, що створює святковий зимовий настрій. Деталі (сніжинки, зірки) гармонійно розподілені по площині фону, створюють відчуття легкості та казковості. Логотип бренду "ROSHEN" розміщений внизу по центру, робить бренд легко впізнаваним, але не відволікає увагу від основного декору. Такий дизайн робить набір привабливим подарунком для дітей під час зимових свят, додає святкового настрою. Цільова аудиторія – діти молодшого віку без гендерної різниці [12].

Інший аналог – коробка-книга для цукерок, синя «Новорічний лабіринт» (1000 г) №46 [8]. Її розміри 185x45x230 мм. Упаковка виконана у вигляді коробки-книги – це прямокутна форма із імітацією обкладинки книжки. Така упаковка створює відчуття казковості, що підходить до тематики новорічних свят. Конструкція міцна та практична, зручно відкривається та дозволяє естетично презентувати вміст. Крім того, коробка-книга може зберігатися як пам’ятний сувенір після використання. Центральний композиційний елемент – сюжетна ілюстрація з маленьким казковим персонажем (ельфом/хлопчиком), що проходить крізь арку, прикрашену гілками ялинки (Рис.А.12, Дод. А), Композиція організована навколо центральної сцени, підкресленої пишним зеленим вінком, який створює ефект рамки. Назва продукту «Новорічний Лабіринт» розміщена у верхній частині й оформлена великими літерами, що підкреслюють чарівну атмосферу. Орнаментальні елементи по кутах додають композиції завершеності та декоративності. Основним кольором фону є насичений синій, який традиційно асоціюється з зимою, святом і нічним небом. Він вигідно контрастує із зеленою ялинкою. Акценти в червоних, золотистих та рожевих тонах оживляють загальну кольорову гаму, додають тепла й підсилюють святковий настрій. Золоті елементи орнаменту надають упаковці елегантності та вишуканості.

На основі аналізу цих аналогічних за призначенням та тематикою упаковок, ми зрозуміли, що розробка концепції дизайну подарункової упаковки цукерок – не лише процес проєктування, а створення художньої маленької історії, казки, яка робить цей подарунок особливим, створює святковий настрій і підсилює враження від самого продукту.

2.2. Візуалізація упаковки, розробка конструкції та виконання макету

Отже, за нашою концепцією було вирішено розробити Новорічну сувенірну упаковку для цукерок з використання предметної атрибутики та

кольорової гама зимових свят, що включає – зображення ялинки, впізнаваних персонажів зимових казок, позолоту та додаткові елементи – стрічки. Образи на сувенірній упаковці мають створюють певну атмосферу та викликають асоціації зі святом.

Робота над візуалізацією сувенірної упаковки цукерок передбачала також вибір композиційних зображувальних мотивів, що в подальшому узгоджувалися з формою та конструкцією упаковки:

- Казкові різдвяно-новорічні атрибути (колядники – діти, один з яких тримає миску з кутею, Різдвяні зірки, олені, ялинки, листя гостролисту).
- Зимові пейзажі (засніжені пагорби, ялинкові зарості, зоряне небо, сніжинки).
- Традиційні орнаменти (національні однострої з візерунками на колядниках, стрічкові мотиви).
- Святкові аксесуари (зірочки, соснові гірлянди з новорічними прикрасами, різдвяні посохи, коробки з подарунками, прикрашені бантами).

За нашою концепцією варто було використати такі кольорові гами:

- Червоний та золотий кольори символізують тепло, розкіш і святковий настрій. Вони асоціюються з традиційним образами Нового Року, Різдва та святковими вогниками.
- Глибокий синій колір та його відтінки мають викликати відчуття зимової казки, чистоти та чарівності. Саме на тлі таких кольорів будуть добре виглядати морозні візерунки, зоряне небо, місячне сяйвом на снігу а також центральна група колядників, підсвічена теплим жовто-гарячим кольором двох великих та чисельних маленьких Різдвяних зірок, стрічок навколо них.
- Зелений (ялинки, листя гостролисту) та білий (фігурні сніжинки, сніжна крупа) демонструють зимовий стан природи, лісову галявину та ялинки, їх гілки як рівноправних персонажів новорічного свята ові гілки.

— Червоні (стрічки, кульки, банти) та коричневі (одяг колядників, олені, що визирають з-під снігу) кольори додають упаковці святкової піднесеності, вказують на святкове призначення зображуваного.

Також в макеті упаковки використано логотип фірми ROSHEN (як наша пропозиція дизайну упаковки для цього бренду) та виконаний різдвяний надпис Merry Christmas, з можливістю залучення товару такого дизайну на закордонному ринку.

При розробці конструкції упаковки було враховано, що проєктована форма будь-чого суміщує в собі об'єм та простір, утворюючи те, що називається «об'ємно-просторова структура», що в своїй основі має прості геометричні форми або їх сполучення [27, с.28]. За нашою концепцією упаковка має сприйматися як вагома, для значної маси цукерок, об'ємна, призначена для святкового новорічного подарунку преміум стилю.

У графічному редакторі Adobe Illustrator було спроектовано плоский макет упаковки з нанесеними візуальними елементами на шаблон. Форма упаковки – видовжений прямокутник з бічними вставками, що згинаються за розміткою трикутника й надають готовій упаковці трапецієвидного вигляду збоку. Для формування упаковки передбачено динамічні (не клейові) клапани та 2 суміщуваних отвори для ручок.

Плоский макет-висічка, що уявляє шаблон для упаковки було створено у програмі Illustrator з використанням простих ліній та форм [14]. Висічка допомагає скласти конструкцію упаковки та краще уявити упаковку в складеному вигляді, зрозуміти, як і де її потрібно згинати або складати. Також це роблять для того, або при нарізанні за допомогою плотера не було помилок.

Макет відкориговно для адаптації до дизайну малюнку на новорічну тематику, на нього накладено розроблений тематичний малюнок та шрифти. Композиція, що початково створювалася у прямокутному форматі була фігурно обрізана та виконано тоновий перехід до розмитого жовтуватого сяючого фону,

на якому буде добре читатися надпис «Merry Christmas» з поступовим переходом у ручки світлого кольору. Уточнено остаточний вигляд сувенірної упаковки.

Останнім етапом в цій роботі була підготовка макету до друку. При цьому були підготовлені графічні файли для колірної системи СМУК, додані обрізні мітки, штрихкоди, контрольні кольори. Фінальні файли було експортовано у PDF/X формат, який є зручним для друкарні та переведено його в формат jpg для друку.

Паралельно з основною роботою з проєктування було розроблено файл з презенаційним планшетом 1x1 м, на якому показана послідовність проєктної роботи, переведено його в формат jpg для друку.

2.3. Обрахунок собівартості дизайн-проєкту сувенірної упаковки цукерок

При загальному розрахунку собівартості упаковки враховують наступні параметри [3]:

1. Формат упаковки (розміри).
2. Тип матеріалу (картон, пластик, крафт тощо).
3. Тираж (кількість штук).
4. Тип друку (офсетний, флексо, шовкотрафарет тощо).
5. Додаткові елементи (ламінування, тиснення, висічка, УФ-лак).
6. Вартість праці, транспорту, амортизації обладнання (якщо потрібно включити).

Також на підставі врахування типового обсягу часу, витраченого дизайнером для створення дизайн-проєкту, про що можна дізнатися на чисельних сайтах з дизайну та надання поліграфічних послуг, можна обрахувати вартість послуг графічного дизайнера зі створення та підготовки до друку подарункової упаковки цукерок (Табл. 2.1) [3].

Табл. 2.1.

Приблизний розрахунок вартості упаковки

№	Товар/ послуги	Вартість на 1 упаковку
Матеріали: 6,8 грн/шт		
1	Картон крейдований 300 г/м ²	3.5 грн/аркуш
2	Фарби + друк	1.8 грн/шт
3	Лак (глянцевий)	0.6 грн/шт
4	Висічка:	0.5 грн/шт
5	Склейка:	0.4 грн/шт
Виробничі витрати: 1.4 грн/шт		
1	Електроенергія, амортизація обладнання	0.5 грн/шт
2	Зарплата працівників-друкарів	0.9 грн/шт
Упаковка і логістика: 0.5 грн/шт		
4	Упаковка в ящики	0.2 грн/шт
5	Транспортування до складу	0.3 грн/шт
Загальна собівартість упаковки		6.8 + 1.4 + 0.5 = 8.7 грн/шт

Як можемо побачити з розрахунків на сайтах, типовий обсяг роботи дизайнера для створення упаковки складається з наступних параметрів:

1. Аналіз продукту, конкурентів і технічного завдання – 1–2 години
2. Розробка концепції (варіанти стилю, колірної гами, шрифтів) – 3–5 годин
3. Створення макету (у CorelDRAW, Adobe Illustrator тощо) – 5–10 годин
4. Підготовка до друку (СМΥК, виведення в криві, контрольні мітки) – 1–2 години
5. Правки (1–2 раунди) – 2–3 години.

Таким чином, розробка дизайну упаковки займає приблизно 12–22 години роботи у досвідченого дизайнера. Отже, якщо розуміти, хто перед нами –

фрілансер-початківець, досвідчений дизайнер або модна креативна агенція, можемо зрозуміти приблизну вартість послуг графічного дизайнера за створення упаковки (табл. 2.2).

Табл. 2.2.

Середня вартість послуг дизайнера зі створення упаковки (по Україні, 2024-2025)

№	Категорія дизайнера	Ставка (за годину)	Орієнтовна ціна за проект
1	Початківець / фрилансер	200–300 грн	2 400 – 6 000 грн
2	Досвідчений дизайнер	400–600 грн	5 000 – 13 000 грн
3	Креативне агентство	800–1200 грн	10 000 – 25 000 грн і більше

Висновок до розділу 2

У другому розділі було проаналізовано аналоги сувенірних упаковок, створених за новорічною тематикою. Розробка концепції подарункової упаковки цукерок для новорічних свят є не просто процесом пошуків дизайну, а створенням маленької історії з новорічними казковими персонажами, яка робить подарунок особливим, додає святкового настрою і підсилює враження від самого продукту.

У межах вивчення етапів створення упаковки було проаналізовано процеси візуалізації, розробки конструкції та виконання макету. Ці етапи є взаємопов'язаними і відіграють ключову роль у формуванні якісного, функціонального та привабливого пакувального рішення.

Також в розділі було розглянуто всі ключові складові витрат, що формують фінальну вартість продукту. Зокрема, враховано вартість матеріалів (папір, друк, оздоблення), виробничі витрати (енергія, праця, обслуговування), логістичні витрати, а також окремо проаналізовано вартість дизайнерських послуг, які становлять важливу частину креативної цінності упаковки.

ВИСНОВКИ

Упаковка товару є не лише засобом збереження його якості, але й каналом візуальної комунікації з покупцем. Історично пакування виконувало роль передавача інформації про продукт, а з розвитком торгівлі й маркетингу — стало інструментом впливу на вибір споживача. Сучасна упаковка поєднує естетику, функціональність і брендове позиціонування, стаючи ключовим елементом стратегії просування продукції.

Особливо важливо це для сувенірної упаковки цукерок, яка має викликати позитивні емоції, бути візуально привабливою, зручною у використанні й водночас відповідати екологічним стандартам. Такий підхід дозволяє формувати унікальний стиль бренду й виділяти його на фоні конкурентів.

Дослідження спрямоване на розробку інноваційного дизайн-проекту упаковки для солодоців, що поєднуватиме сучасні тенденції графічного оформлення з конструктивними та технологічними особливостями виготовлення. У рамках проекту аналізуються актуальні тренди, розробляється власна концепція стилю та здійснюється графічне моделювання виробу.

У результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що упаковка є не лише функціональним елементом для збереження товару, але й важливим інструментом візуальної комунікації з потенційними споживачами. Вона відіграє ключову роль у формуванні першого враження, підвищенні привабливості продукції та просуванні бренду на ринку.

Аналіз розвитку пакування показав, що сучасна упаковка повинна відповідати не лише естетичним вимогам, але й враховувати актуальні тенденції дизайну, маркетингові потреби, ергономічність, екологічність та культурну ідентичність. Особливої актуальності набуває дизайнерське оформлення сувенірної упаковки для цукерок, яка повинна викликати емоційний відгук, бути впізнаваною та водночас зручною у використанні.

Метою дослідження була розробка дизайн-проєкту сучасної сувенірної упаковки для цукерок, яка поєднує в собі естетичність, функціональність та відповідність ринковим очікуванням. Для досягнення цієї мети було здійснено аналіз сучасних трендів у сфері пакування кондитерських виробів, окреслено основні вимоги до дизайну, а також розроблено концепцію авторського стилю упаковки із подальшою її візуалізацією.

Практичне значення проєкту полягає в можливості його застосування в реальному виробництві на підприємствах кондитерської галузі, що може позитивно вплинути на конкурентоспроможність продукції, розширення цільової аудиторії та популяризацію українських сувенірних виробів.

Розробка конструкції упаковки включає створення креслень, шаблонів і технічних розгорток, що забезпечують відповідність форми, розміру та функціональності упаковки до характеристик товару. Виконання макету є завершальним етапом до запуску у виробництво. Це технічна підготовка до друку, яка охоплює розміщення всіх елементів дизайну, кольоровий профіль, правильне накладання висічки, згинів, полів обрізки тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонченко М. Ю., Шишигіна Л. С. Дизайн упаковки та його вплив на вибір споживача. *АГРОСВІТ* № 4, 2025. С. 146–150. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5672/5730> (дата звернення 05.02.2025).
2. Види упаковок із картону. АРТ-ПРЕС друкарня. URL: https://artpress.com.ua/uk/about-us/blog/about_products/types_of_packaging/ (дата звернення 19.02.2025).
3. Дизайн для поліграфії! Arsenal Print. <https://arsenal-print.com.ua/design.html> (дата звернення 19.02.2025).
4. Дизайн коробки: маркетинг чи креатив? ROCKETMEN URL: https://rocketmen.com.ua/ua/article/box_design (дата звернення 19.02.2025).
5. Дизайн упаковки, як мотивація здійснення покупки. «ЗАВОД РЕКЛАМИ» ФІШКА URL: <http://fishka-plus.com.ua/blog/dyzajn-upakovky-jak-motyvatsija-zdijsnennja-pokupky.html> (дата звернення 12.03.2025).
6. Дизайн упаковки: що такого у себе спитати, щоб він працював? URL: <https://cases.media/en/article/dizain-upakovki-sho-takogo-u-sebe-spitati-shob-vin-pracuyuvay> (дата звернення 12.03.2025).
7. Композиційна бар'єрна упаковка. *Упаковка. Журнал для виробників, споживачів тари та упаковки.* №4-5. 2020. С. 22 URL: https://issuu.com/upakjour/docs/upakjour_4-5-2020_mini (дата звернення 25.04.2025).
8. Коробка-книга синя Новорічний лабіринт (1000 г) №46 URL: <https://papirstok.com/korobka-kniga-novogodnij-labirint-1000-g> (дата звернення 22.03.2025).
9. Коротка історія виникнення упаковки. URL: <https://wellpacks.ua/blog/kratkaya-istoriya-vozniknoveniya-upakovki> (дата звернення 11.04.2025).

10. Маслак В. Перспективи розвитку етнокультурного пакування в Україні. URL: <http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/292151/285325> (дата звернення 02.02.2025).

11. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Дизайн упаковки» (для добувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : Л. А. Звенігородський, А. Г. Зінченко, В. А. Голіус. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 20 с.

12. Набір цукерок подарунковий ROSHEN Новорічна сумочка 303 г. Аврора. Мультимаркет. URL: https://avrora.ua/nabir-cukerok-podarunkoviy-roshen-novorichna-sumochka-303-g/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 11.01.2025).

13. Поліщук О., Гнатюк М. Особливості дизайну упаковки товару харчової групи: українські бренди у кондитерській сфері. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2022 року. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 136-138. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21127> (дата звернення 28.11.2024).

14. Посібник для початківців до дизайну упаковки. URL: <https://design.tutsplus.com/uk/articles/the-beginners-guide-to-packaging-design--cms-27380> (дата звернення 12.01.2025).

15. Розробка дизайну упаковки. URL: <https://deltadesign.com.ua/packaging-2/> (дата звернення 13.04.2025).

16. Рубанка А.І., Омельченко Г.В., Приходько-Кононенко І.О. Дизайн пакувальної продукції для виробів різного призначення URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19969/1/GDIVP_mono_2022_P129-148.pdf (дата звернення 11.01.2025).

17. Сідорова О.І., Караут О.П., Харченко С.А., Особливості дизайну сувенірної упаковки. *Теорія та практика дизайну*. Вип. 28. 2023. С. 201–211. URL: <file:///D:/Documents/Downloads/22.pdf> (дата звернення 19.01.2025).

18. Соловійова Ю.Є., Антонова О.В., Манич Н.Є. Національно-виразні елементи у редизайні упаковки українських товарів на прикладі молочної продукції. *Економіка і суспільство*. Випуск № 46. URL: <file:///D:/Documents/Downloads/2025-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1949-1-10-20230123-1.pdf> (дата звернення 19.01.2025).

19. Сувенірний набір цукерок Рошен Українські традиції 132 грами. SPACE COFFEE. URL: <https://spacecoffee.com.ua/ua/p1836289840-suvenirnyj-nabor-shokoladnyh.html><https://spacecoffee.com.ua/ua/p1836289840-suvenirnyj-nabor-shokoladnyh.html> (дата звернення 09.04.2025).

20. Сьомкін В. Дизайн-концепція в контексті дизайн-ергономічного забезпечення виставково-ярмаркової діяльності. ВІСНИК Львівської національної академії мистецтв. Вип. 21. С. 55–62. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/21/06.pdf (дата звернення 14.02.2025).

21. Товар обличчям: як дизайн упаковки впливає на продажі продукції. URL: <https://rau.ua/dosvid/plai-buro/> (дата звернення 04.04.2025).

22. Фірмовий стиль. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%96%D1%80%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8C (дата звернення 09.04.2025).

23. Ціни на дизайн. Arsenal Print. URL: <https://arsenal-print.com.ua/design-price.html> (дата звернення 22.03.2025).

24. Цукерки Millennium Very Peri шоколадні з арахісом, родзинками, злаковими пластівцями та солоною карамеллю 140 г. URL: <https://auchan.ua/ua/cukerki-millennium-very-peri-shokoladni-z-arahisom-rodzinkami->

zakovimi-plastivcjami-ta-solonoju-karamellju-140g-1397989/ (дата звернення 09.04.2025).

25. Цукерки в молочному шоколаді Millennium With Love з горіховим праліне 108 г. URL: <https://avrora.ua/cukerki-v-molochnomu-shokoladi-millennium-with-love-z-gorihovim-praline-108-g/> (дата звернення 09.04.2025).

26. Цукерки шоколадні Millennium Very Peri арахіс, солонка карамель 140 г. URL: <https://avrora.ua/cukerki-shokoladni-millennium-very-peri-arahis-solona-karamel-140-g/> (дата звернення 09.04.2025).

27. Шилович Т.Б. Основи конструювання упаковок: конспект лекцій, р.1, з «Навчальної дисципліни з основ конструювання упаковок»; для студ. інженерно-хімічного факультету денної форми навчання [Електронний ресурс]: навч. посіб. / К. : «КПІ ім. І. Сікорського», 2017. 57с.

28. Як збільшити продажі з використанням дизайну упаковки? RUBARB. URL: https://rubarbs.com/ua/article/how-to-increase-sales-using-packaging-design?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 10.04.2025).

29. Ящик для пляшок. *Упаковка. Журнал для виробників, споживачів тари та упаковки.* №3. 2022. С. 30. URL: https://issuu.com/upakjour/docs/upakjour_3-2022_web/30 (дата звернення 25.04.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис.А.1. Види упаковки для харчових та нехарчових товарів



Рис.А.2. Види упаковки продовольчих товарів



Рис. А.3. Види упаковки продовольчих товарів



Рис. А.4. Види форм м'яких упаковок кондитерських товарів



Рис.А.5. Види форм твердих (картонних) упаковок кондитерських товарів



Рис.А.6. Види форм твердих (жестяних) упаковок кондитерських товарів

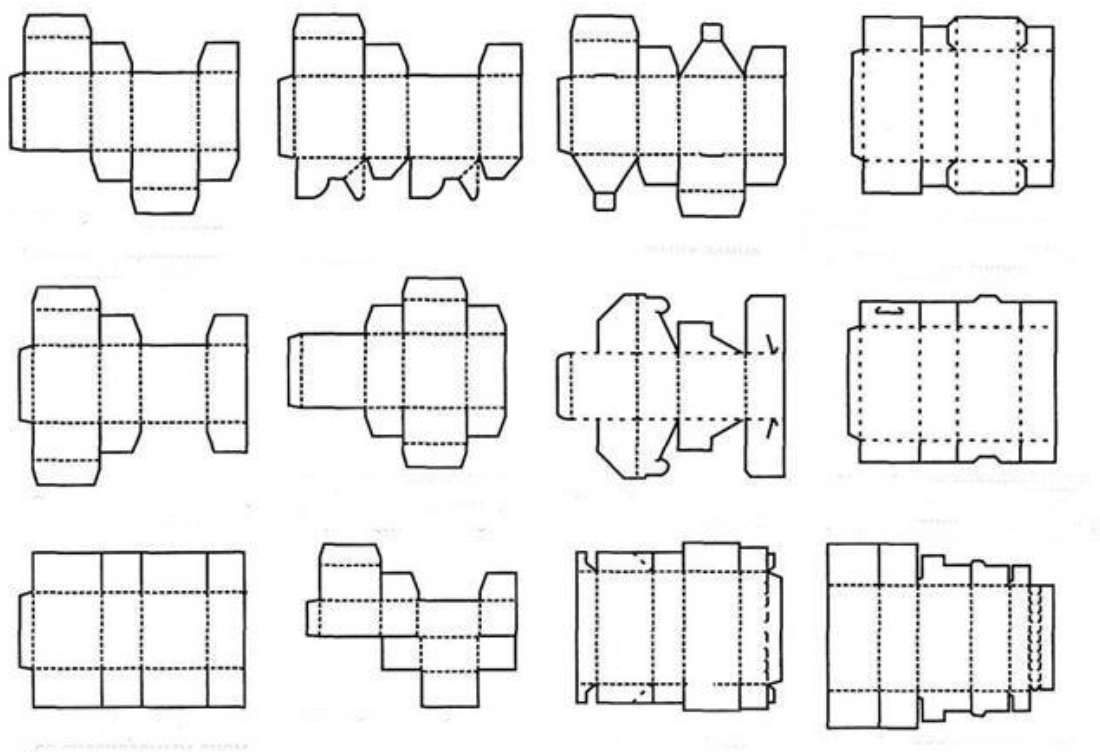


Рис.А.7. Шаблини конструкцій упаковок кондитерських товарів

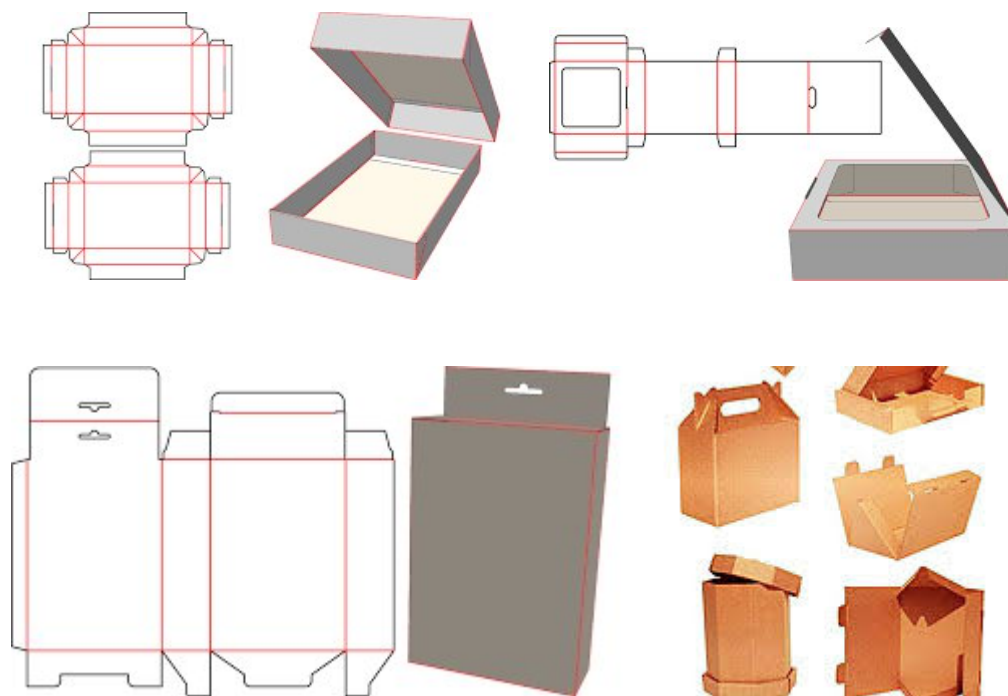


Рис.А.8. Шаблини конструкцій упаковок кондитерських товарів

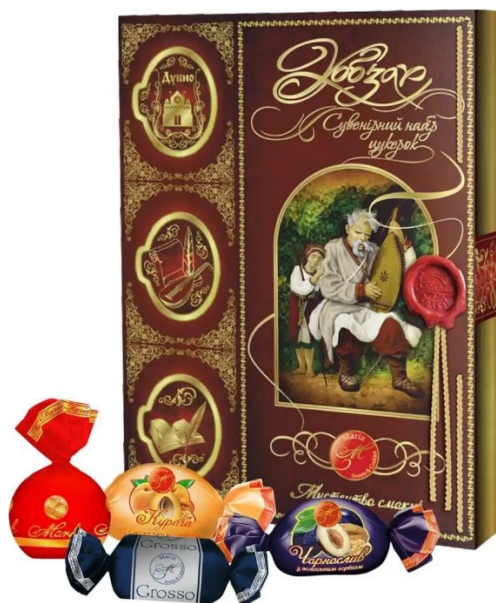


Рис. А. 9. Сувенірні набори цукерок в етнічному українському дизайні

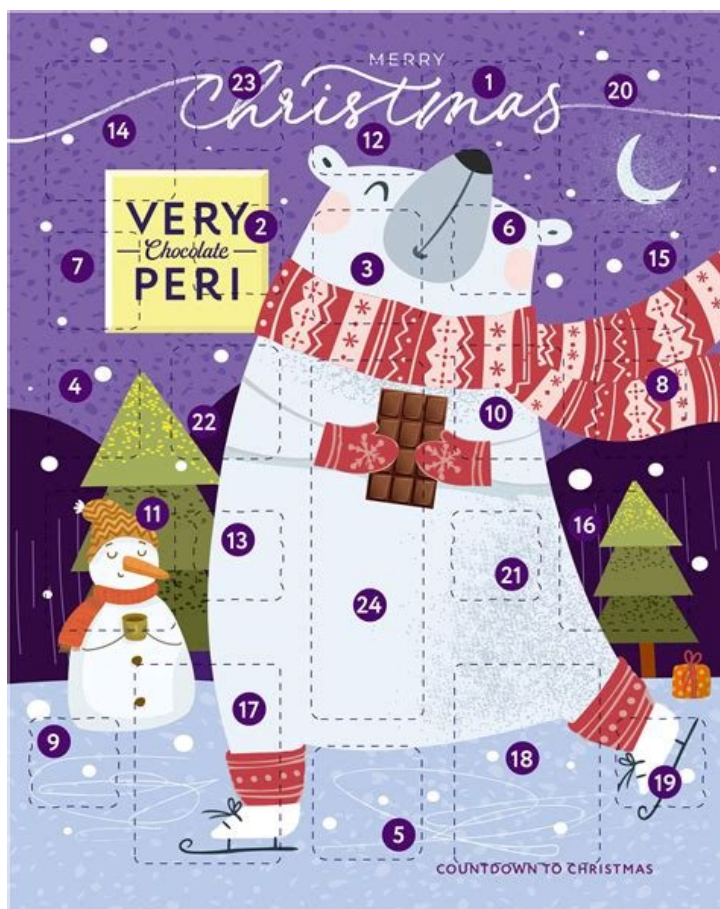


Рис. А.10. Подарункові набори шоколадних цукерок Millennium



Рис. А.11. Подарунковий набір «Новорічна сумочка» Roshen (303 г)



Рис. А.12. Коробка-книга синя Новорічний лабіринт (1000 г) №46