

Хмельницький національний університет
Факультет технологій та дизайну
Кафедра дизайну

ДИПЛОМНА РОБОТА

перший (бакалаврський)

Освітній рівень

РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПАСХАЛЬНОЇ УПАКОВКИ В РІЗНИХ СТИЛЯХ

Галузь знань 02 Культура і мистецтво

Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 022 Дизайн

Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 2018053.17.01 .ПЗ

Виконав: студент 4 курсу, група ГДР-18-1

Підпис

С.І. Петришен

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис, дата

А.К. Кармаліта

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис, дата

С.А. Петрашук

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну

Підпис

Е.В. Базилюк

Ініціали, прізвище

_____ 2021 р.

Хмельницький 2022

Хмельницький національний університет

(повне найменування навчального закладу)

Факультет _____ технологій та дизайну _____
Кафедра _____ Дизайну _____
Освітній рівень _____ перший (бакалаврський) _____
Галузь знань _____ 02 Культура і мистецтво _____
(шифр і назва)
Спеціальність _____ 022 Дизайн _____
(шифр і назва)
Освітня програма _____ Дизайн _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри дизайну

_____ Базилюк Е.В. _____

_____ 2022 року

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

_____ Петришен Сергій Іванович _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту _____ Розробка дизайну пасхальної упаковки в різних
стилях _____

Керівник проекту _____ Кармаліта Анатолій Константинович, к.т.н., професор _____
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від « _____ » _____ 20__ р., № _____

2. Строк подання студентом закінченої роботи _____

3. Вихідні дані до роботи _____

_____ Мета роботи – _____ Розробка дизайну пасхальної упаковки в стилях вінтаж,
церковний, фото-колаж, ілюстративному _____

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

_____ Вступ _____

1 Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єктів _____

2 Ретроспектива теми _____

3 Творча розробка дизайну об'єктів проектування _____

Висновки _____

Додаток А. _____ Розгортка креслення графічної частини _____

Додаток Б. _____ Презентаційні банери _____

5. Перелік графічного матеріалу _____

6 планшетів 600 на 900 мм _____

1 планшет. Актуальність теми, мета та завдання дипломного проектування, об'єкт, предмет
та методи дослідження, висновки. _____

2 планшет. Ретроспектива теми, сучасні тренди та напрями дизайну упаковки _____

3 планшет. Розробка упаковки шоколадних яєць в «ілюстративному» стилі _____

4 планшет. Розробка упаковки Великодньої свічки у стилі «вінтаж» _____

5 планшет. Розробка упаковки для паски у стилі «церковний» _____

6 планшет. Розробка упаковки великоднього чаю у стилі «фото-колаж» _____

6. Консультанти розділів проекту

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Кармаліта А. К.		
2	Кармаліта А. К.		
3	Кармаліта А. К.		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту	Строк виконання етапів проекту	Примітка
1	Збір основної інформації	01.02.21	
2	Обґрунтування вихідних даних до проектування	24.02.21	
3	Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкту проектування	09.03.21	
4	Історичний огляд ретроспективи дизайну поліграфічних видань	20.03.21	
5	Огляд досягнень відомих художників-графіків, що працювали Схожому стилі	02.04.21	
6	Вибір та обґрунтування концепції дизайну та об'єкту проектування	14.04.21	
7	Вибір джерела творчості	28.04.21	
7	Розробка варіантів творчих ідей	01.05.21	
8	Обґрунтування розробки об'єктів дизайну	10.05.21	
9	Розробка презентаційних планшетів	26.05.21	
10	Затвердження роботи	05.06.21	

Студент _____
(підпис)

С. І. Петришен
Ініціали, прізвище

Керівник роботи _____
(підпис)

А. К. Кармаліта
Ініціали, прізвище

Анотація
дипломної роботи освітнього рівня «бакалавр»
на тему: «Розробка дизайну пасхальної упаковки в різних стилях»
студента групи ГДР-18-1 Петришен С.І.
керівник — к.т.н., проф. Кармаліта А. К.

Пояснювальна записка: 53 стор., 27 рис., 2 додатки, 20 джерел
Обсяг графічної частини: 6 планшетів 60×90 см

ПАСХАЛЬНА УПАКОВКА, ПАКУВАННЯ, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН,
ІСТОРІЯ УПАКОВКИ, МАТЕРІАЛИ, СТИЛІ

У ході виконання дипломної роботи було розроблено дизайн пасхальної упаковки в стилях вінтаж, церковний, фото-колаж, ілюстративному, що включає в себе розробку упаковки та її дизайнерське оформлення, креслення та друковану продукції в реальних розмірах.

Для стилю «ілюстративний» продуктом, для упаковки було вибрано Великодні шоколадні яйця. Для «вінтажного» стилю було обрано продуктом, Великодні свічки. Для «церковного» стилю було обрано продуктом, Великодню паску. Для стилю «фото-колаж» було обрано продуктом Великодній чай. Кожна упаковка виконана у своєму ексклюзивному стилі та дизайні із врахуванням всіх тенденцій та джерела творчості,

(дата)

(підпис)

ЗМІСТ

	с.
Вступ	5
1 Обґрунтування вихідних даних до проектування об'єктів	7
1.1 Характеристика об'єкта проектування	7
1.2 Загальна характеристика подарункових упаковок	8
1.3 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта	14
2 Ретроспектива теми	18
2.1 Історичний огляд ретроспективи упаковок	18
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою	28
3 Творча розробка дизайну об'єктів проектування	31
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну	31
3.2 Стили "ілюстративному", "вінтаж", "фото-колаж" та "церковний" у дизайні упаковки	31
3.3 Джерела творчості для проектування упаковок	38
3.4 Розробка творчих ідей	41
3.5 Технічна частина під час розробки об'єкта дизайну	53
Висновки	54
Перелік джерел посилання	55
Додаток А Розгортки та креслення графічної частини	58
Додаток Б Презентаційні планшети	62

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17ПЗ</i>		
<i>Зм.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>			
<i>Розроб.</i>		<i>Петришен С.І.</i>			<i>Літера</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>
<i>Перевір.</i>		<i>Кармаліта А.К.</i>				4	57
<i>Рецензент</i>		<i>Олійник Г.О.</i>			<i>ХНУ, ст. гр. ГДР-18-1</i>		
<i>Н. Контр.</i>		<i>Петращук С.А.</i>					
<i>Затвер.</i>		<i>Базиліюк Е.В.</i>					
<i>Розробка дизайну пасхальної упаковки в різних стилях</i>							

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі в теперішній час наше суспільство важко уявити без красивої дизайнерської роботи. Пакувальна промисловість дуже розповсюджена у всьому світі і є однією з ключовою галузь, яка займає важливе місце у харчовій промисловості й економіці України. У сьогоднішній день важко уявити будь-яку фірму яка б не використовувала пакувальну продукцію без свого власного фірмового стилю.

Фірмовий стиль – це на самперед обличчя і основа будь-якої продукції, особливо в харчовій де різновид продукції безмежний і за допомогою упаковки її можна виділити й заохотити покупця. Цим самим бренд буде більш впізнаваний із хорошим рівнем репутації до чого призведе збільшення покупців та відповідно – більшого прибутку. Моє завдання полягає в розробці дизайну упаковок у своєрідних чотирьох стилях.

Його основна мета полягає у комплексних вимогах. Вони повинні забезпечити продукту спеціальні обробки, її кількість та щільність; зберігання у більш тривалий час, універсальне та зручне перевезення, складування та зберігання на полицях магазину. Упаковці потрібно більш привабливий зовнішній вигляд.

Функція упаковки на сьогоднішній день стає тим невід'ємним продуктом і елементом у сучасному розвитку організацій самообслуговування, продажу виготовлених готових виробів, громадського харчування тощо. Стає елемент процесу цього виробництва є продовженням і завершенням у сфері обігу.

Мета роботи – розробка дизайну пасхальної упаковки в стилях вінтаж, церковний, фото-колаж, ілюстративному.

Для досягнення поставленої мети необхідним було вирішення наступних завдань:

1. Зробити та дослідити історичний огляд упаковок, та їх перспектив у дизайні

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						5
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

2. Розглянути ретроспективу теми розвитку пакування, та кращих їх прикладів

3. Створити власний дизайн пасхально упаковки в стилях вінтаж, церковний, фото-колаж, ілюстративному.

4. Виготовити макети упаковок, створити та розробити розгорнуті упаковки із розмірами для зручного друку.

Методи дослідження: аналогії, теоретичний метод порівняльно-історичний, для вивчення розвитку теми; емпіричні методи для дослідження виробу на практиці, та їх порівняння; методи комп'ютерного проектування при створенні об'єктів дизайну.

Засоби дослідження: комп'ютерні програми та графічні редактори Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Microsoft Office Word.

Структура й обсяг роботи. Дипломна робота складається з пояснювальної записки та виробів у матеріалі.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						6
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

1 ОБГРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ

1.1 Характеристика об'єкта проектування

Сучасні упаковки мають дуже багато різних особливостей й корисних властивостей, але не усі вони будуть поєднуватись у потрібних пропорціях. Дуже важливо розібратися які характеристики будуть дійсно потрібні, можливо щось буде лишнім а дещо важливе і взагалі важко знайти потрібну інформацію. Тому дуже важливо вибрати що буде головним для зручності покупця.

При оцінюванні дизайну нової упаковки дизайнер зазвичай часто задають собі декілька запитань: що заставляє покупців розбирати товар із полиць магазинів і в чому виявляється ключовий елемент дизайну. Єдиний спосіб отримати відповіді на ці запитання – це використання комп'ютерної розробки дизайну й технологічну оцінку виготовленому матеріалу.

Найважливішою частиною дизайну упаковки є концентрацією на об'єкті проектування який повинний привертати увагу в протязі довго часу.

У сучасному світі упаковка повинна відповідати сучасним стандартам та критеріям дивлячись на сфери їх використання між підприємствами та покупцями для вдалих маркетингових дій.

Упаковка повинна включати в собі такі складові як: продаж, заохочення покупки, місце у повсякденному житті, маркетинг, реклама, упаковка товару. Упаковка є головним із засобів для привернення покупця. Саме це, є та частина успіху продажу, яка привертає увагу до бренду. Упаковка із солодощами може бути примітивною та стандартною, у звичайному споживанні та кондитерському виробі, і можливо несе в собі певні корективи[1].

1.2 Загальна характеристика подарункових упаковок

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						7
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Серед різних подарункових упаковок, можна відокремити декілька його видів, елементів та матеріалів виготовлення:

- картонна упаковка
- паперові
- пластик
- мікрогофрокартон та гофрований картон
- поліетилен
- металева упаковка
- скляні

Паперові упаковки – підходять для фасування хлібобулочних виробів, являються безпечними і не шкодять товару та людині. Також можна додати що такі упаковки є екологічними та складаються із природних матеріалів. Ще є дизайнерські рішення із прозорим віконцем для огляду товару, що дає змогу частково оглянути товар не розкриваючи упаковку.

Імідж будь-якої компанії створюється не лише завдяки високопрофесійній діяльності чи якості продукції, а й завдяки фірмовому стилю, так як образ подарунка створює його святкова упаковка.

Іноді не так важлива сама мета подарунка, як момент його вручення, а отже, і все, що супроводжує цей момент: посмішка дарувальника, теплі слова і, звичайно ж, поява сюрпризу.

Саме вона - подарункова упаковка - створює настрій свята, відображає ставлення до того, кому цей подарунок призначений, а також стиль і смак дарувальника [2].

Проте, важливо розуміти, що «подарункова упаковка» включає велику кількість елементів та матеріалів, різних за стилем та дизайном.

Один пакувальний папір представлений великою кількістю видів, найрізноманітнішою фактурою (шовк, лак, полімер, обгортка), кольором

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						8
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

(монохромний, з малюнком), щільністю. Але це не єдиний спосіб упаковки святкових подарунків.

Серед інших матеріалів у використанні в упаковках подарунків на увагу заслуговує упаковка – пластик, а також обгортковий клейка стрічка, обгортковий папір і двостороння клейка стрічка.

Незважаючи на те, що деякі з них не вносять естетичної цінності в оформлення подарунка, іноді вони є обов'язковою умовою його надійної та якісної упаковки, відіграючи переважно допоміжну роль. У виробництві подарункової упаковки гофрований картон дуже зручний за ціно-якісними характеристиками, однак його хвилеподібна структура і якість недорогих різновидів звичайного картону накладають певні обмеження на якість відбитка, отриманого шляхом прямого друку. (флексографія або офсет). Якщо вам потрібна міцна картонна упаковка з якісним зображенням, то вийти з цієї ситуації можна лише за допомогою ламінування. Хоча ламінування збільшує вартість упаковки подарунків і час виготовлення, воно досягає необхідної якості, перетворює звичайну картонну коробку на вишукану упаковку.

Картон з мікро груповий картон - це багатошаровий матеріал, що складається з відкритого гофрованого шару і верхнього шару, яким є будь-який вид звичайного картону. Відбиток наноситься на верхній шар, який потім приклеюється (ламінується) на відкриту хвилю за допомогою спеціальних ламинація. Мікро груповий картон упаковка підходить для взуття, приставок, тумб під телевизор, різної техніки, автозапчастин та іншої продукції на замовлення. Для виготовлення подарункових коробок зазвичай використовується гофрований картон. Упаковка з гофрованого картону — найпоширеніший вид картонної тари.

Залежно від кількості шарів і типу шару професійного настилу він може змінювати свої структурні властивості. Є біло-коричневий картон з мікро фібри [3].

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						9
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Білий як основа (нижній шар відкритої хвилі) виготовляється з високоякісного білого паперу, коричневий - з низькоякісного вторинного паперу (макулатури), який має сірий колір. Найпростіша конструкція професійного настилу – це наклеєний на основу професійного настилу. Змінюючи шари гофрування і накладки, можна отримати багат шаровий матеріал з необхідною міцністю і амортизаційними властивостями.

Популярність гофрованого картону зростає з кожним роком. Цей матеріал є ідеальною упаковкою для широкого асортименту товарів, які вимагають не тільки дбайливого зберігання, але і привабливого зовнішнього вигляду. Тому виробництво гофрованих коробок є найбільш привабливим.

Найпростіша структура гофрованого картону є гофрованим листом, приклеєним до лайнера. Шляхом різних варіацій гофрованих шарів і лайнерів можна домогтися отримання багат шарового матеріалу, що має необхідні захисні та амортизаційні властивості.

Картон, що складається з одного лайнера та одного гофрованого шару, називають двошаровим, із двох зовнішніх лайнерів та проміжного гофрованого шару – тришаровим, з трьох лайнерів та двох гофрованих шарів – п'ятишаровим.

Картонна упаковка (гофрована упаковка) для продовольчих товарів є гарантією надійного транспортування завдяки використанню високоякісного гофрованого картону [5].

Гофрована упаковка відноситься до тих пакувальних матеріалів, попит на який дуже високий. Популярність цього матеріалу та виробів з нього визначається насамперед екологічною безпекою та можливістю утилізації.

Крім того, гофрована упаковка має легкість, пластичність, достатню міцність, що є незамінними якостями для упаковки різних товарів.

Поліетилен – являється одним з найпоширеніших матеріалів, що зберігаються у виробництві мішків, завдяки своїй легкості, міцності та невисокій вартості, він затребуваний. Поліетиленовий пакет, хоча і не

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						10
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

являється подарунковою упаковкою, все ще широко використовується у сьогодні.

Поліетилен низького тиску більш пластичний, його поверхня злегка матова, воскова на дотик. З цього виду поліетилену виготовляють тонкі сумки-майки. Цей тип ємкості заснований на наступному принципі: чим більша щільність звичайного мішка низького тиску, тим він менше шелестить і тим він міцніший і репрезентативний. Поліетилен високої щільності є більш жорстким матеріалом, має більшу міцність, а поверхня гладка і блискуча.

Поліетилен високої щільності є більш жорстким матеріалом, має більшу міцність, а поверхня гладка і блискуча. Серед поліетиленових пакетів найбільш привабливим зовнішнім виглядом і стійкістю до стирання виділяються ПНД. Виготовлені з щільного, міцного і гладкого поліетилену, вони не мнуться, а збільшена товщина мішка запобігає деформації. ПВД трохи більш еластичний, але це не суттєво впливає на його споживчі властивості. МDPE може поєднувати в собі властивості обох поліетиленів.

Сьогодні полімерні матеріали часто комбінують. Наприклад, ламінований ПВД іншими матеріалами використовується як міцна основа для сумочки або упаковки.

Зовнішній вигляд поліетиленового пакета багато в чому залежить від способу і якості нанесення малюнка.

Малюнки поділяються на растрові та точкові за способом формування зображення, за кількістю кольорів - на одноколірні, багатоколірні та повністю кольорові.

Точковий візерунок — це візерунок, який складається з предметів однотонного кольору в одному або кількох кольорах.

Кожен елемент картини досить великий за розміром. Растровий малюнок — це малюнок, на якому зображення складається з серії точок, які з'єднуються, утворюючи зображення. Кількість елементів на одиницю площі

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						11
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

визначається лінійкою растра. У разі повністю кольорового друку важливим критерієм є родовід або роздільна здатність друку: чим вище роздільна здатність, тим вища якість, тим менше око помічає крапок, з яких складається зображення. Повністю кольорового друк відбувається в чотирьох кольорах (система СМУК) [6].

Металева упаковка - металева упаковка дає покупцеві відчуття якості, а завдяки продуманому дизайну чудово виглядає на полиці магазину та кухні.

Є два способи прикрасити тверді банки.

Кріплення паперових або самоклеючих етикеток. Це відносно не дорогий та простий спосіб зробити ва-банк для компаній, які виробляють продукцію з невеликими зобов'язаннями, а також для зразків товарів. Досить мати в наявності запас готових банок і при необхідності змінити їх етикетки. Повністю кольоровий друк на металеву упаковку. Здійснюється на підприємствах-виробниках. Проект може бути доручений меценатом або замовити виробнику. Крім того, на заводі постійно створюються так звані «безособові» контейнери: це банки, в які виробник може упакувати ваш товар до свята.

Асортимент пропонованих форм і металевих контейнерів достатньо широкий. Банка може бути як ціла, так і ціла купа спеціальних розширень, аж до невеликого відра. І підходить до чаю, солодощів, печива, тому подібне.

Як бачимо, використовуючи всі способи та упаковки, малюнки, види, графіки та форми можуть використовуватися для створення подарункової упаковки, можна точно сказати, з якого товару чи упаковки, якщо товар вже використаний. Але, у більш випадків виробнику, як знову ж таки, окупиться тим, що подарункова упаковка залишиться, а далі (якщо зібрати разом) її віднімуть від візуально декоративних прикрас, або замінять на функціональні цілі. І, звичайно, винно-горілчана промисловість не може обійтися без подарункової упаковки.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						12
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Основною сировиною все ж таки є скло через його естетичні переваги ,прозорість, зовнішній вигляд, гладку, блискучу поверхню і традиції, що склалися в суспільстві (на стіл прийнято ставити напої виключно в скляних пляшках). Тут велика різноманітність форм, оригінальності оформлення.

Зображення тварин у скляному виконанні не має меж, практично весь живий світ може відображатися на таких скляних подарункових пляшках.

Також на пляшках для віскі, коньяку, рому, вина, настоянок, горілки, можуть зображуватись знаки зодіаку, фантазійні фігури, символи нового року. Є також подарункові варіанти скляних пляшок, що символізують місце їх виготовлення, а форма підказує, якого свята, і з якого випадку можна піднести таку упаковку.

Саме в алкогольній продукції присутня така велика різноманітність форм подарункової упаковки, і хоча традиційною є скляна пляшка, тут є і метал, і пластик. А також виготовляють подарункову упаковку із платини та золота з інкрустацією діамантами, це найдорожчі у світі упаковки під елітну алкогольну продукцію.

Проте не тільки алкогольна продукція заслужила подарункову упаковку, нині і слабоалкогольна продукція (пиво), також дивує різноманітністю таких упаковок, правда ціна такого пива суттєво відрізняється, але дизайн форми пляшок зачаровує та зацікавлює будь-якого споживача [7].

1.3 Аналітичне дослідження вимог до дизайну об'єкта

Оформлення кожного виду упаковки у своєму стилі особливий. Сучасний дизайн має велику кількість способів використання: від проектування глобальних і масових речей й до малих предметів щоденного використання. Сучасні візуальні образи фірмового дизайну упаковки об'єднані однією ідеєю в якому можна використовувати нестандартне мислення та оформлення, можливість зміни й додавання ексклюзивного

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						13
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

дизайнерського вирішення, використання різних матеріалів, усе це може зробити простий виріб іміджевим та ефектним виробом. Із початку виготовлення, головним із запитань буде вибором матеріалу для проекту.

Дизайн – це творча робота конструктора – художника, оформлення та створення дизайнерського продукту для виробництв.

Ціль дизайнера – створення гармонійного місця яке буде зрозуміле і повністю задовольняти матеріальні й духовні потреби людини.

Для дизайну характерне моделювання художнє проектування предмета, що дозволяє перевіряти припускати та відкривати оптимальні варіанти композиційних, кольорових, графічних та ергономічних рішень. При цьому малюнок, макет, проектування на комп'ютер є як би інструментом проектування, тому можна стверджувати, що дизайн – це мистецтво створювати соціально – доцільну гармонійне за формою, гарне предметне середовище. Як будь – яка наука дизайн має свою практику та теорію.

Дизайн упаковки – це один з факторів який впливає на вибір товару покупця. Щоб успішно конкурувати з представниками безлічі брендів, представлених на ринку, товар повинен виділятися серед інших на полицях. Один з прийомів, що використовують та застосовують дизайнери для надання унікальності упаковці це використання можливостей тексту та шрифтів [8].

У рамках такого варіанта оформлення менше уваги приділяється читабельності, акцент робиться на художності використовуваних елементів.

Можуть також використовуватися негативні зображення, візуальні елементи та картинки, які створюють зв'язок між словами та графікою.

Часто дизайнер спільно з іншими фахівцями, розробляючи оригінальні конструкції та комплекси упаковки використовують декоративність, гармонійність національних мотивів, оформлених графіками, твори національного мистецтва та казкові образи.

Художнє та «інженерне конструювання» взаємодоповнюючі частини єдиного процесу проектування тари та упаковки. Процес художнього

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						14
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

конструювання - це наведення косметичного глянцею на вже сконструйовану тару та упаковку. Він має здійснюватися на всіх стадіях проектування.

Графічний Дизайн упаковки та товарного знаку дає змогу створити макет майбутньої пакувальної продукції за допомогою сучасної комп'ютерної техніки та програмних технологій. Виділити головну інформацію можна шляхом контрастності, маючи головний напис на контрастному тлі. Для кращого сприйняття не можна використовувати дрібний фон. Розмір надпису має бути більшим [9].

Основна інформація повинна бути читана при розміщенні продукту Будь-якої полиці стелажу. Погляд покупця повинен зупинитись на упаковці. Це означає, що основні інформаційні елементи повинні мати сильні контрасти, щоб притягати собі увагу. "Чесність" упаковки. Головне - упаковка не повинна обдурити очікування покупця. Якщо на упаковці є зображення самого продукту чи його частин, воно має бути прикрашене. Розчаровують покупця завищені розміри упаковки, незважаючи на те, що інформація про кількість вмісту в грамах на упаковці є.

Великий розмір упаковки створює ілюзію великої кількості продукту (коробки з цукерками та ін.) Зображення на упаковці має вступати в контакт зі споживачем.

Вели людина, зображена на упаковці, дивуватися вбік, то цей ефект не досягається. Найбільш емоційним рішенням є погляд «очі», також гарний хід - рекламний персонаж прориває плоскість, виходити з неї, щоб вступити в контакт із глядачем-покупцем

Форма дає широке розмаїття аналогових моделей. До форми упаковки пред'являється ряд вимог: форма має бути ергономічною. Насамперед її має бути зручно тримати в руці, користуватися нею. Вага розраховується таким чином, щоб середньостатистичний людина могла користуватися упаковкою, не витрачаючи надмірних зусиль; форма має бути такою, щоб упаковку зручно

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						15
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

було викладати на полицю в магазині і при цьому товар був добре помітний, упізнавав [10]/

Розмір упаковки пов'язані насамперед з маркетинговими дослідженнями та рішенням про те, в якій ситуації чи розрахунку на яку сім'ю дана упаковка створюватися

Упаковка і всі елементи можуть викликати певні емоції і асоціації. Основним фактором, що впливає на емоційне сприйняття, є найбільш дієвим та первинним, є колір. Саме колір у першу чергу привертає увагу. Колір - найактивніший емоційний фактор, що впливає на фізіологічний рівень. Колірні уподобання пов'язані з традиціями культури. Існує такий феномен сприйняття кольору, як перенесення кольорових відчуттів на якість товару, що міститься в упаковці.

Об'єкти теплих світлих кольорів сприймаються ближче, ніж такі самі об'єкти холодних темних. Це слід враховувати під час розроблення кольорових рішень рельєфних елементів та розташування етикетки на поверхні форми. Для кращої читаності деталей форми використовують світлі тони. Кольором можна як посилити, так і послабити сприйняття форми покупцем.

Шрифт - одна з найважливіших складових дизайну упаковки. Він має свої способи емоційного впливу: своїм накресленням може викликати асоціації з часом свого створення та найчастішого використання. Необхідно використовувати не більше трьох шрифтових гарнітур одночасно на одному виробі. Шрифт за стилем повинен відповідати дизайну упаковки

Розміри, форма, конструкція, колір, шрифт, назва та елементи художнього оформлення повинні наголошувати на особливостях кожного конкретного товару або його виробника. Вдале поєднання всіх цих елементів буде важливим фактором успіху при виведенні товару на ринок. Людині, яка купує товар, властиво насамперед звертати увагу на рекламно-графічне рішення упаковки, на характер поміщеної інформації про вміст коробки або

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						16
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

будь-якої іншої пакувальної продукції. Оформлення упаковки має будуватися з урахуванням різноманіття суперечливих інтересів людей, їх смаків та потреб.

Отже основним вимогами до упаковки такі: упаковка повинна сприйматися з великої відстані, бути помітним на фоні іншої продукції.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						17
<i>Зм.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

2.1 Історичний огляд ретроспективи упаковок

Де і коли була виготовлена упаковка? Із часом люди придумували зручні та багатофункціональні тари. Упаковка давала змогу зберігати транспортувати вироби, речовини та матеріали що використовувались в побуті. Перший контейнер для зберігання що людство навчилось виготовляти – це керамічні вироби. Розпочалось це із намазування різних кошиків глиною яка давала змогу зберігати й транспортувати рідини.

У давні часи глина була основним матеріалом для виготовлення посудин яким користувались осілі народи. Спочатку плетені кошики обмащували глиною, такі ємкості з'явилися на давньому Сході у 4-3 тис. р. до н.е., потім було винайдено гончарний круг який давав змогу створювати більш ідеальні глечики за менш короткий час, за допомогою пічок для випалювання виготовлювались керамічні вироби. Під час розкопок шумерської цивілізації в західному Ірані в 1922 році, було знайдено найдавніша відома глиняна посудина. Цій знахідці не менше 5 тис. років. (рис. 2.1).

Археологи вважають, що цей глечик «тару» шумери використовували не тільки для зберігання пива, а й для його споживання у ті часи люди сиділи навколо великого глечика і повільно потягували напої (пиво або вино) через соломинку. Подібні глечики використовували для зберігання вина, зберігаючи глечики із вином їх встановлювали горизонтально. Щоб вино не закисали, глечики закупорювали шматком не пропеченої глини яка набухала та не пропускала повітря до продукту [11].

Зовнішні поверхні глечиків могли мати символічні зображення вміст: на посудині з вином - грона винограду, на пивному глечику - хмелю, на глечику для спецій для засолювання морепродуктів - риби. При дослідженні останків на дні посудини було встановлено, що пиво.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						18
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

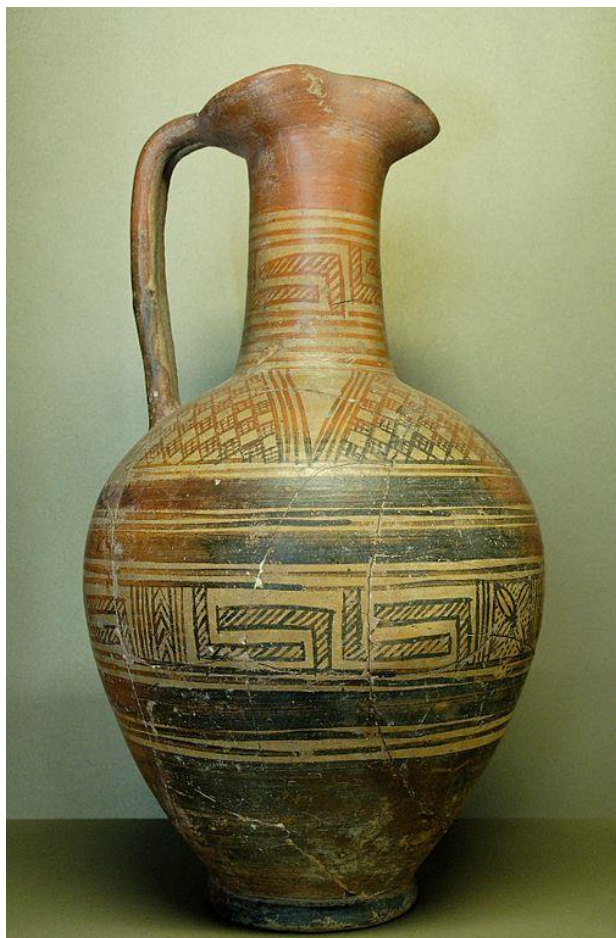


Рисунок 2.1 –Глиняна тара

Зовнішні поверхні глечиків могли мати символічні зображення вміст: на посудині з вином - грона винограду, на пивному глечику - хмелю, на глечику для спецій для засолювання морепродуктів - риби. При дослідженні останків на дні посудини було встановлено, що пиво.

Дійсним переворотом у сфері упаковок стало винахід паперу. Коли це сталось, звісно, до сучасних якісних та зручних пакетів примітивних видів упаковок було далеко. В більшості випадках папір використовувався для писемності. Але саме папір як дуже зручний та м'який і чистий в екологічному плані матеріал, який досі є одним із найбільш уживаних як упаковка.

А відомі всім нам подарункові пакети були винайдені у Великобританії, де паперові рулони розфарбовували та наносили зображення.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						19
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Прабатьком паперового мішка вважається французький винахід. У французьких абатствах черниці прикрашали гарні сумки красивими розписами [12].

В Англії в 1844 році вперше були виготовлені заводські паперові пакети, де були розроблені спеціальні автоматизовані машини для їх виробництва. Поступово зручність паперових пакетів оцінив весь світ і в 20 столітті така упаковка стала широко використовуватися, а про їх минуле ніхто не згадував. Сьогодні паперові пакети доступні скрізь (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 –Паперовий пакет

Минав час, і упаковка звичайного паперу поступово покращувалася, її щільність, а значить, і міцність завдяки використанню багатошаровості та гофрування. А в 1906 році з'явився перший пакет з ручками, який тоді

									Арк.
									20
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата	ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ				

викликав справжній фурор, адже тепер не потрібно було носити купи пакетів двома руками – зручні ручки дозволяли переносити весь багаж в одній руці.

Нанесенням реклами на паперові пакети вперше стали робити в Америці приблизно в середині ХХ ст. Враховуючи популярність такого маркетингового кроку стало зрозуміло, що нанесення назви, логотипа та слогана фірми на пакет є дуже універсальною та привабливою дією.

Серед великих компаній, які вперше застосували цей вид реклами, були Samsung, Bosch, Prada та багато інших. Зросли замовлення на великі партії сумок з логотипом, які були виготовлені відповідно до фірмового стилю компаній (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Пакет з плоским дном та ручками

Перший станок для виготовлення паперових пакетів з'явився в Пенсильванії в 1852 році. Ця упаковка дуже сподобалась користувачам, оскільки полегшувала перенесення покупок.

Лютер Кроуелл вирішив виправити проблему та згодом придумав пакет з плоским дном, і в 1870 році запатентував технологію виробництва такої упаковки.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						21
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

До 1957 року альтернатива паперовому пакету не було, але коли в США була розроблена та запущена перша в світі автоматична машина для виробництва пакетів із боковими швами з нещодавно винайденого матеріалу – поліетилену. З того часу паперові пакети стали не такими популярними (рис. 2.4). В 70-х роках поліетиленовий пакет обзавелися «ручками».



Рисунок 2.4 – Поліетиленовий пакет

Сьогодні пакети випускаються різних розмірів, типів паперу і пропонують широкий асортимент, щоб задовольнити практично будь-які потреби. Їх випускають у величезній кількості, виконуючи різного роду маркетингові завдання. Ціна на паперову упаковку коливається в залежності від багатьох факторів, але завдяки вибору кожен може знайти найбільш підходящий варіант різноманітності асортименту, пропонованого на ринку.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						22
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Виробництво коробок з дерева й картону в США та Європі стало окремим ремеслом де ще в кінці XVIII – початку XIX ст. Як правило, готові коробки мали овальну або округлу форму, тому що матеріал можна було легко зігнути [13]. Такі коробки замовляли й використовували для ювелірних прикрас, ліків та цукерок. Але була проблема, такі упаковки поставлялись у зібраному вигляді де займали велику кількість на складі призначеної для продукції. Через деякий час цю проблему частково вирішили, коли в 1850 році з'явилась перша складна упаковка. Проект був не вдалий, і за чого продавцю приходилось тратити час та складати й вирізати коробку з трафарету в присутності покупця (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Дерев'яна упаковка

Перша й дуже компактна складна коробка була придумана у 1879 році Робертом Гейром, керівником бруклінської друкарні що спеціалізується на друкуванні паперових пакетах.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						23
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Першим продуктом, запакованим у складну коробку, була вівсяна каша Quaker, яка з'явилася через 7 років після винаходу Гейра.

Значне покращення якості «зображення» на картонній упаковці стало можливим завдяки винаходу та впровадженню у виробництво білого деревного картону. Сталося це в 1865 році у Франції.

Високоякісний друк зробив картонну коробку справжнім фаворитом в індустрії пакування.

До кінця XVII ст. бумага для упаковок використовувалась дуже рідко, оскільки виготовлення в ручну було розкішшю, до наших днів дійшли речові докази того, що наприкінці 16 століття в Нідерландах виготовляли спеціальні пакети з чорного та сірого паперу для упаковки та захисту голок від іржі [14].

У епоху Великої французької революції Луї Робером здешевлення бумаги допоміг паперовий станок, ще станок давав змогу виготовляти рулону бумагу, запатентований в Англії в 1807 році. Розповсюдження таких виробів дало починання для нових технологій та виробів – літографії, дозволяючи печатати не дорогі кольорові вироби що призвело до збільшення виробництва етикеток.

Появою гофрованого картону було зв'язано створенням не просто упаковки, а матеріалу який надавав захист товару від механічного впливу. Спочатку в 1871 році американець Альберт Джонсон запропонував використовувати для крихкого матеріалу та виробів із скла, гофровану бумагу (рис. 2.6).

Через три роки було запатентовано гофрований. Його запатентував американець Олівер Лонг, запропонувавши приклеювати до гофрованої картонки плоский шматок картону.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						24
<i>Зм.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		



Рисунок 2.6 – Гофрований картон

Через три роки було запатентовано гофрований. Його запатентував американець Олівер Лонг, запропонувавши приклеювати до гофрованої картонки плоский шматок картону. У 1881 році в США була виготовлено перша машина з механічним приводом для виготовлення такого гофрованого картону й змотування його в рулон.

Ще через рік було запатентовано Робертом Томпсоном було запатентовано три шаровий гофрований картон. У 1916 році з'явився п'яти шаровий, а в 1953 році – семи шаровий картон. З часом ринок та час диктує все нові та нові вимоги до гофрованої упаковки.

Бляшані – металеві упаковки, зроблені з листової латуні й міді. Ці вироби стали прототипом металевих банок й коробок [15].

Масове виробництво упаковки із металу розпочалось в середині XIX століття в старій добрій Англії, спочатку це були серійні коробки для бісквітів.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						25
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

Потім в металевих упаковках розпочали продавати чай, печиво, цукерки та інші продукти харчування. Бляшані упаковки й банки так чудово декорували, що вони з успіхом виконували дві функції – упаковки й кухонного інтер'єра.

У 1810 році англієць Пітер Дюранд запропонував бляшану банку для консервації продуктів. Так з'явилась консервна банка. Ще такі бляшані банки через деякий час стали використовувати для військового призначення.

Самою відомою консервною банкою в історіє стала червоно-біла упаковка супів-концентратів торгової марки «Campbells». Цей дизайн розробив відомий американський художник Енді Уорхолл із цим дизайном він написав картину під назвою «12 банок супів «Campbells» (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Бляшана упаковка «Campbells».

					ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		26

У 1907 році вчений німець Фредрік Кіппінг відкрив силікон а бельгійський колега Лео Хендрік Беленд винайшов смолу – ці відкриття відкрило початок ері пластмасі.

Масове виготовлення та експерименти в різних його використанні припало у другій світовій війні. Після перемоги союзників виробу і упаковки із пластмаса все частіше входили в життя мирного населення. На початку 60-х років із пластмаси розпочали виготовляти м'які контейнери, тканини для мішків, плівки тощо. А у кінці 70-х років уже розпочали видувати з них пластмасові пляшки для газованих напоїв (рис. 2.8). Упаковка виконана руками людини розвивалась неперевершеними темпами, щоб задовольняти потреби покупців. Не зважаючи на те що види упаковок завжди використовувались для зберігання продукту, в наш час дизайн й технології досягли небувалого рівня розвитку й не зрівняється із минулим.



Рисунок 2.8 – Пластмасова пляшка «Coca-cola»

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						27
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою

Вивчивши й проаналізувавши виникнення упаковок та їхню історію розвитку від початку їхньої епохи до нашого часу є можливість аналізувати дизайнерські вирішення відомих дизайнерів, що дає можливість оглядово побачити усі позитивні та негативні сторони, оглянути характеристики тієї чи іншої продукції й за допомогою цього буде сприяти вдале створення пасхальної упаковки [17].

Відомий пивний завод – Wye Valley Brewery який знаходиться в Сток Лейсі (Stoke Lacy), Херефордшир (Herefordshire), Англія. Після заснування WVB став одним із відомих ведучих британських пивоварень. Унікальність дизайну цього пивного бренду складається в тому що дизайн упаковки вінтажний який виражає веселий й невинний дух Херефордшира 50-х років. Саме ця концепція була в основі дизайну упаковки для пива Dorothy Goodbody яку спроектував Андреа Нікулає – британський веб-дизайнер який спеціалізувався на графічному дизайні. Упаковка була картонна із зображенням хмелю (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Упаковка для пива Dorothy Goodbody

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		28

Дизайн упаковки відомої шотландської кавової жаровні Thompsons Tea & Coffee заснованої у 1841 році [18].

Дизайнером був Олександр Кулека – ризикнувши використав англійську комбінацію макета упаковки із колоритною африканською кольоровою гамою, орнаментом. Такий дизайн виявився доволі не поганим, колірна гама та геометричний орнамент привертав увагу серед усієї продукції яка була на полицях магазинів (рис. 3.2).



Рисунок 3.2 – Чайна та кавова упаковка

Най кращий рай для любителів солодкого це морозиво різних смаків й для одного з таких брендів є Chilly Moo – де можна було обрати та створити різні смаки на власний розсуд та побажання. Упаковка та її ідея була створена ірландським агентством IDEA створив ілюстратор Стів Сімпсону якого 30 років стажу, його роботи відрізняються унікальним стилем та креативними й сміливими експериментами. Завдяки Сімпсону було замінено старий невдалий дизайн із великої білої корови Сімпсон змінив в маленьку корову з різними розважальними аксесуарами які дуже схожі та

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		29

знайомі дітям. Тому таке дизайнерське рішення із врахуванням вмісту товару приглянулось діткам та є популярним (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 – Упаковка морозива

Ще один із відомих та унікальних упаковок це продукція харчової компанії McDonald's. Це універсальна упаковка була придумана Яном Джиллі, прекрасним й чудовим спеціалістом в дизайні промислового характеру. Він намагався зменшити кількість відходів, щоб зробити упаковку безпечною. Головною метою упаковки було створити приємним для покупців та безпечним для навколишнього середовище (рис. 3.4).



Рисунок 3.4 – Упаковка бренду McDonald's

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		30

3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ОБ'ЄКТІВ ПРОЕКТУВАННЯ

3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну

У сьогоденні питання та вибір раціонального дизайну упаковок є актуальним питанням, бо більшість фахівців розробляють дизайн на основі власного смаку, дизайнерський правил та тенденцій які дуже популярні у сучасний час.

Дизайн упаковки, повинний розроблятися та створюватися враховуючи велику кількість характеристик у відповідності для чого конкретного він створювався. Також важливу роль грають самі покупці та залежить від статі, будь то жінка або чоловік.

Потрібно знати також місце та причини за яких будуть купляти цей товар. Можливо два варіанти покупки товару: в магазині та інтернеті, де в магазині на полиці таку упаковку покупець буде сприймати зовсім по іншому. Знаючи місце та його зберігання так буде відомо його розміри, призначення для товару та ціновий сегмент для покупців.

3.2 Стилі "ілюстративному", "вінтаж", "фото-колаж" та "церковний" у дизайні упаковки.

Стиль – це певні показники й риси, які притаманні до того або іншого розглянутого елемента. Ознака цивілізації що допомагає визначити епоху. За допомогою стиля дизайнер відображає те суспільство або історичний момент, у тій дизайнерській продукції [18].

Дивлячись на те, що кожен дизайнер вирішує завдання по-своєму і процес створення дизайну ніколи не повторюється в точності, є ймовірність, що ми наслідуємо інших фахівців або копіюємо елементи (а іноді навіть весь макет). Для того щоб не копіювати якісь чужі дизайнерські рішення потрібно розглянути стилі в яких буде виконано дизайнерське вирішення.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						31
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

У минулому можна знайти безліч джерел натхнення, тому дизайнери повертаються до нього знову і знову для створення креативних та емоційних робіт. Напрямок, який використовується для оформлення нового у дусі старовинного, отримав назву ретро стиль. Такий дизайн приваблює аудиторію та формує з нею особливий зв'язок. Він створює неймовірну атмосферу та викликає почуття ностальгії.

Вінтаж – це абстрактне поняття, яке застосовується до різних категорій старовинних речей, які мають культурну чи матеріальну цінність. А ретро стиль є імітацією модних тенденцій, способу життя і форм мистецтва з минулого (не менше, ніж 20-30 років до поточного моменту) (рис. 3.5).



Рисунок 3.5 – Приклад упаковки у стилі «Вінтаж».

Поняття вінтажний стиль виникло у Європі 1972 року, коли потрібно описати нові предмети, оформлені за мотивами з минулого. В англійську мову це слово прийшло з латині і в перекладі воно означає "назад".

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		32

Прийнято вважати, що стиль зародився у 1920-ті роки, коли жінки почали носити укорочені спідниці, сукні без рукавів та шовкові панчохи. Тобто перші прояви цього напрямку знайшли своє відображення в моді, а вже потім поширилися і на інші сфери життя. Під поняття ретро потрапляє стилістика 1920-1980-х років. З розвитком графічного дизайну ретро стилістика використовується для створення плакатів, постерів, листівок, рекламних оголошень та ілюстрацій, а потім і при розробці логотипів, фірмового стилю та дизайну упаковки.

Використання форм, текстур та відтінків, які були популярними у 1920-1960-х роках, дозволяє створювати унікальний дизайн, який виглядає привабливо та солідно.

Упаковка у стилі сучасного ретро впадає у вічі та стимулює бажання взяти продукт у руки, а оформлена у стилі класичного ретро викликає почуття ностальгії та приємні асоціації. З цієї причини, ретро дизайн упаковки можна назвати продавцем, емоційним та іміджевим [19].

Ілюстрація – це стиль який можна знайти на таких дизайнерських виробках як: тканинах, книгах, рекламі, упаковках, флаєрах, плакатах, веб-сайтах. Він допомагає виражати візуальні ідеї замовника, передавати повідомлення, продавати товари. У сьогоднішньому сучасному візуальному світі здається дуже важливим для нашого життя. В ХХ ст. сучасна ілюстрація набрала силу та використання. До того як фотографія стала важливим візуальним засобом як така, ілюстратори вважалися надійним джерелом зображень, які могли передавати певні сцени та важливі повідомлення. Дизайнери, для доповнення своєї роботи, усе частіше використовують ілюстрації. Завдяки цьому створюється оригінальна та креативна ілюстрація яка надає роботі привабливу візуальну картинку. Важливий та окремий стиль у розробці – ілюстративний, демонструє свій власний набір тенденцію (рис. 3.6).

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						33
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

не збігаються з їхніми конкурентами: грайливі персонажі, оформлення товару, текстури, вінтажні зображення, шари на шарах різних кольорів та візерунків зіставлення. Контрастні зображення для створення комбінацій, що інтригують (рис. 3.8).



Рисунок 3.8 – Приклад упаковки у стилі «Фото-колаж».

Дизайн колажів – це радісна, виразна та вільна форма мистецтва. Використання мистецтва колажів у вашому дизайні – вірний спосіб показати глядачам, що ви пропонуєте щось унікальне, те, що було створено з обережністю, а не щось масове.

Нерідко можна почути, що церковний стиль, або готика, підходить тільки для інтер'єра. Дизайнери поспішають сказати: ні. Церковний дизайн застосовується і в упаковках, особливо з нестандартним дизайном. Головне — зрозуміти, наскільки він відповідає характеру та товару який буде пропонуватися.

Церковний стиль сприяє натуральним матеріалам. І це зрозуміло, адже за тих далеких часів інших і не було. Дизайн оформлявся, обробленою

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		36

3.3 Джерела творчості для проектування упаковок

Першим етапом у розробці та проектуванні дизайну є джерела творчості. Для розробки дизайну «пасхальної упаковки в стилях вінтаж, церковний, фото-колаж, ілюстративному» було зроблено пошук джерел для дизайну. У деяких упаковках використовуються однакові джерела творчості, але для кожного стилю було змінено і запозичено щось нове. Більшість джерел це природні компоненти. У деяких дизайнерських рішеннях у розробці упаковки джерелом творчості слугували й стилі.

Для стилю «ілюстративний» було джерелом творчості – яйце (рис. 3.10). Було обрано через свою форму та незвичність, симетричність та крихітність. Це предмет який приносить щастя та нове життя.



Рисунок 3.10 – Джерело творчості «яйце»

У нашому світі є безліч красивих та неймовірних речей які створенні природою. Лист це частина чогось прекрасного та гармонійне. Для стилю «фото-колаж» було джерелом творчості – лист чаю (рис. 3.11).

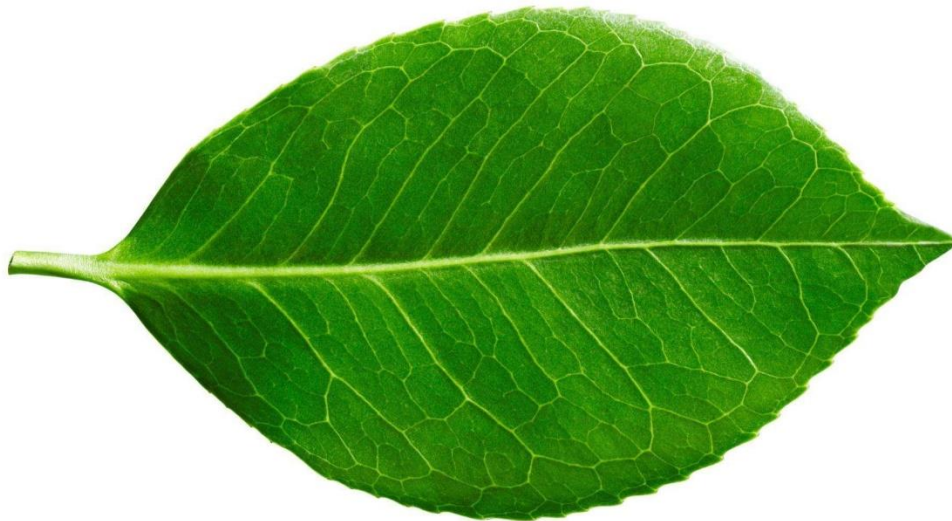


Рисунок 3.11 – Джерело творчості «лист чаю»

Для стиля «вінтаж» джерелом творчості є стиль мінімалізм (рис. 3.12). Головна характеристика мінімалістичного стилю у тому що в цьому стилі все дуже зрозуміло та просто, використовується для візуального та швидкого повідомлення.

Для стиля «церковний» джерелом творчості стали церковні вітражі (рис. 3.13). Вітражі декоративні елементи є доволі красиві та органічні, вони заохочують та приваблюють своїми різнокольоровим склом, з якого створюється неймовірний візерунок.



Рисунок 3.12 – Джерело творчості стиль «мінімалізм»

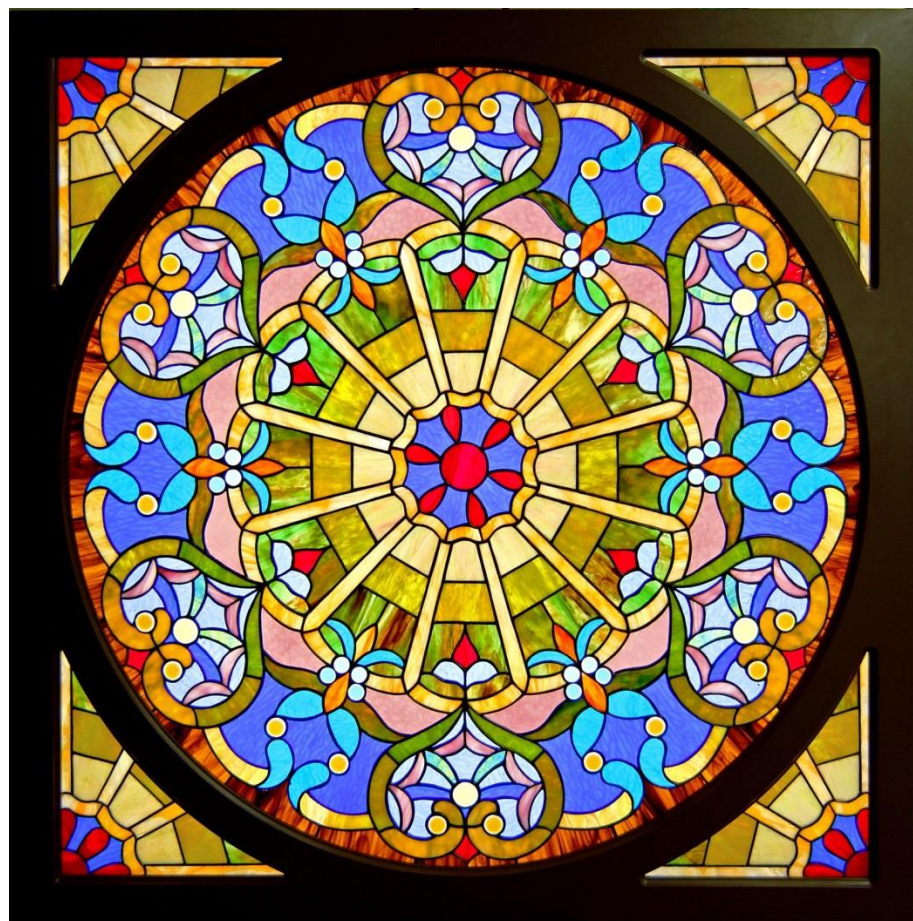


Рисунок 3.13 – Джерело творчості вітраж

3.4 Розробка творчих ідей

Було досліджено та зібрано інформацію про упаковку тим самим було перейдено до роботи над творчими ідеями та роботами над ескізами. Творчий процес та генерація ідеї, який дає змогу згенерувати ідеї в візуальний дотик. Для прогнозування проблематики, яка могла виникнути було досліджено та оглянуто аналогічні продукти інших дизайнерів.

Один із відповідальних моментів розробки художньо-конструкторської пропозиції і ескізів є схематичне компоновання, здійснюється пошук найбільш раціональних і композиційно-цілісних рішень, враховуючи габарити, міцність, вартість виготовлення, відповідність споживчим вимогам та поставленої задачі.

У час розробки упаковки для шоколадних яєць у «ілюстративному» стилі, з'ясувавши та проаналізувавши вище написану характеристику про особливість ілюстративного стилю.

Розроблено один ескіз варіанту упаковки у цьому стилі. Для дизайну ілюстративної упаковки було підібрано веселу та яку колірну гаму для максимального привернення уваги молодших покупців. Так як в цієї упаковки стиль ілюстративний то і оформлення є аналогічним. Було мінімально створено ілюстрація щоб не був забитий дизайн. Ілюстрація полягає в тому що у дизайні було створено плановість як у 3D картині із паперу. За допомогою кольорового відтінку було створено плановість де у кожному плані є своя невеличка сценка. Джерелом творчості цій упаковці слугує куряче яйце, яке поєднується із продуктом що буде знаходитись в середині. У результаті цього ескізу його було вдосконалено й розроблено повноцінний дизайн-проект (рис. 3.14).

Враховуючи упаковку для нанесення на неї візуальної частини було підібрано упаковку дой-пак яка виконана із паперу та поліетиленовим віконцем для візуального бачення товару.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						41
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

У кінцевому результаті форма яйця була прибрана для повної заливки упаковки фоном.

Були підібрані для дизайну необхідні шрифти й кольорова гама, які підкреслювали упаковку й виділяли її з оточення.

Дизайн цієї упаковки створено із композиційним оформленням для виділення головного та другорядного.

Задня частина упаковки виконана у мінімалістичному оформленні для доцільного та прекрасно оглядової частини де буде розміщена інформація про товар.



Рисунок 3.14 – Ескіз ілюстративної упаковки

					ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		42

Передня частина упаковки залита у декілька відтінків зеленого кольору який спокійний та не навантажує очі, детальні та усюди розкидані невеличкі яйця були залиті у різних веселих кольорах для легкого візуального хаосу, щоб було на що відволіктись та зацікавитись. Зверху на упаковці є надпис який розповідає що за товар продається, Головний та другорядний шрифт було виконано у шоколадному кольорі, гарнітура цього шрифту - *Nautilus Pompilius Regular*, розміри підбирались та змінювались за його розміщення та зорового сприйняття (рис. 3.15).

Було створено розгортку для ідеального друку (Додаток А, рис. А1).



Рисунок 3.15 – Затверджений варіант упаковки

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		43

Задня частина упаковки залита у одному з кольорів який розміщався у передній частині, було у хаосі розміщено різнокольорові яйця, розміщено невеликий трішки прозорий білий фон для запису на ньому інформації про товар (рис. 3.16). Так як ця упаковка дой – пак у неї немає бічних сторін, лиш з низу є невелика площа яка залита в такий же фоновий колір як у задній стороні, із кількістю товару він розширяється або зменшується.

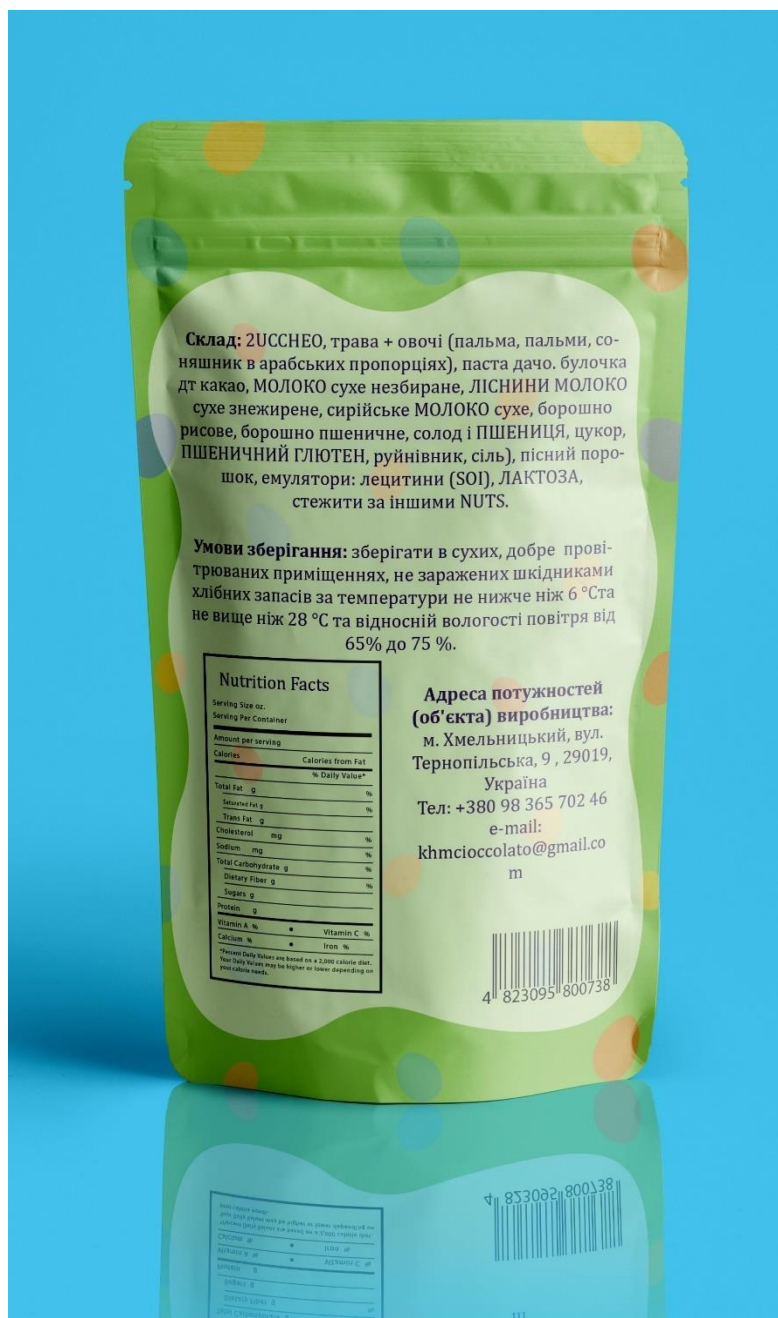


Рисунок 3.16 – Задня сторона з інформацією

Розробляючи дизайн упаковки стилю «вінтаж» було проведено власне дослідження переглядаючи аналоги та розроблено декілька варіантів дизайну об'єкта. Метою створення вінтажної упаковки це оформлення та розробка мінімалістичного дизайну у вінтажному стилі. Розробка упаковки яка б прекрасно виглядала у сучасному часі з частиною старовинного із минулого століття. Була створена перша пошукова упаковка для розуміння та просування в перед у цьому дизайні (рис. 3.17).



Рисунок 3.17 – Попередній варіант упаковки

					ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		45

Проаналізувавши попередній дизайн упаковки було вирішено створити щось інше більш мінімалістичне, щоб цей пакунок асоціювали із великоднем та був більше схожий до стилю вінтаж

Для наступного дизайнерського вирішення було внесено зміни та враховано правила композиції. Ця упаковка була розроблена в стилі вінтаж, передня та задня частина оформлена рамкою яка підкреслює та утримує усе що знаходиться в центрі. У фронтальній частині упаковки було зроблено віконце яке займає велику площу для огляду та бачення товару який знаходиться в середині.

У верхній частині знаходиться логотип компанії який виконаний у вінтажному стилі, він вбирає в себе кольори цієї тематики.

Бічні сторони оброблені не великою рамкою по контурі упаковки а в центрі знаходиться надпис який пояснює призначення даного товару із правої та лівої сторони надпису слугують оздоблення направляючи погляд у центр.

Шрифт було також підібрано у вінтажному стилі що виглядало все гармонійно. Гарнітура - Decor Initial Regular, кегель було підібрано відповідно до розмірів відділів на упаковці та його розташування.

Верхня та нижня частина які відповідають за отримання доступу в середину упаковки, виконані у такому ж стилі й залиті у ідентичний колір та із рамкою по контурі.

На задній частині упаковки знаходиться ідентична рамка як і в передній частині. Тут немає ніяких дизайнерських об'єктів для звільнення простору де буде вписуватись інформація про товар.

Упаковка виконана в однотонному кольорі із невеликими вкрапленнями для легкого візуального старіння упаковки, що характеризує його стильове оформлення. По кутах упаковки розміщено невелику рамку.

Було створено розгортку для ідеального друку (Додаток А – Рис. В1).

По усій упаковці задіяна темно синій колір а рамки та контури кутів залиті в бежевий колір (рис. 3.18).

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						46
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		



Рисунок 3.18 – Готовий варіант упаковки

Третя упаковка виконана у Церковному стилі, для паски. Джерелом творчості виступає віконний вітраж і його не звичні кольори. Такі як фіолетові.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		47

Упаковка паски це один з головних продуктів на Великдень який щороку оформлюється по новому й завжди у полі зору покупців. Також на розробці цього дизайну упаковки було проаналізовано безліч робіт у церковному стилі для розуміння та вдалого дизайну.

Метою було створити пасхальну упаковку в Церковному стилі для широкого застосування на Великдень і який б підходив у такому місці як церква або храм. Було підібрано та обдумані ілюстраційне вирішення та шрифтовий варіант які будуть мати пряме відношення до церковного свята. Було розроблено варіант головної сторони упаковки від якої відштовхувався у розробці подальшого дизайну (рис. 3.19).



Рисунок 3.19 – Ескізний варіант

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		48

Дивлячись на перший варіант було змінено трішки стиль та кольорову гаму. Змінено варіант ілюстрації яка підкреслює свято Великдень. У кінцевому результаті дивлячись та враховуючи композиційні правила. Було обрано головним діячем упаковки та ілюстрації Ісуса Христа у вигляді святої оправи навкруги голови, він сидить за столом та видно що вживає паску. З правої та лівої частини знаходиться скорочено слова «Христос воскрес», «Воістину воскрес» які щиро вимовляються у Великдень. У верхній частині знаходиться надпис який характеризує товар (рис. 3.20).



Рисунок 3.20 – Титульна частина готової упаковки

					ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		49

Інші сторони створено в однаковому кольоровому вирішенні. В їх кутках знаходяться гілки верби із котиками які проростають в цей час.

На паралельній стороні розроблена мінімалістична сторона із прозорим поліетиленовим віконцем у формі паски для огляду та розуміння який там знаходиться товар. Джерелом творчості стало не звичний та мало помітний фіолетовий колір у віконних церковних вітражах та ілюстративне оформлення. Шрифт було також підібрано у церковному стилі старого кириличного стиля що виглядало все гармонійно. Гарнітура - Ancient Kyiv Normal, кегель було підібрано відповідно до розмірів відділів на упаковці та його розташування.

Було створено розгортку для ідеального друку (Додаток А – Рис. Б1).

На бічних сторонах знаходяться інформація. На одній із них це Великодне Християнське побажання до свята. А на паралельній стороні знаходиться оформлена інформаційна сторона розповідаючи все про товар: інформацію про виробника та виготовлення товару (рис. 3.21).



Рисунок 3.21 – Розгортка готової упаковки

									Арк.
									50
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата					

ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ

Розробляючи дизайн упаковки стилю «фото-колаж» було також проведено власне дослідження переглядаючи аналоги у цьому стилі. За час розробки упаковки створено та затверджено дизайн упаковки який мав пряме відношення до Великодня та стиля фото-колаж.

Метою створення упаковки це оформлення та розробка мінімалістичного дизайну у стилі фото-колаж. Було створено той варіант упаковки який підкреслював заданий стиль. Джерелом пасхального чаю є чайний лист із використання його кольору та його плавних згинів.

Було створено розгортку для ідеального друку (Додаток А – Рис. С1).

В дизайні упаковки на фронтальній частині були підібрані фото для створення невеличкого колажу оформлених в ілюстративних віконцях які поєднують в собі усі інгредієнти та створює візуальне бачення та уявлення товару який знаходиться в середині упаковки (рис. 3.22).

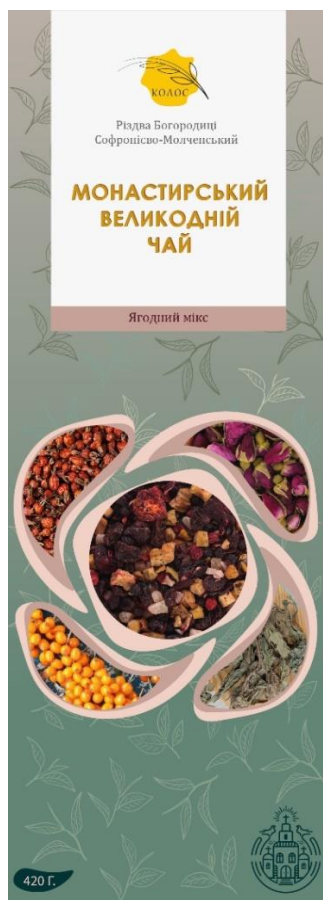


Рисунок 3.22 – Титульна частина готової упаковки

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						51
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

На чотирьох сторонах фон залитий ніжнім градієнтом та оформлений фоновим зображенням у вигляді листочків, які також переливаються градієнтом навпаки й не об'єднується із градієнтом фону.

Задня частина також показує те який товар знаходиться в упаковці та трішки розповідає про чай. Ще з одного із боків знаходиться сторона із повною інформацією про упаковку, виготовлення й підприємство.

Нижня та верхня частина упаковки яка дає змогу відкривати та закривати упаковку, залита тим кольором який знаходиться у тій частині упаковки (рис. 3.23).



Рисунок 3.23 – Розгортка готової упаковки

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		52

3.5 Технічна частина під час розробки об'єкта дизайну

Най головнішим етапом розробки дизайну об'єкта це технічні та програмне забезпечення для дизайнера. Для створення дизайну в сучасному світі потрібно лише комп'ютер та декілька програм на ньому, де можна уже створювати будь що і в будь якому напрямку.

За допомогою програм розширюються змоги різного та не звичного використання й створення чогось прекрасного. Головні компанії які випускають програмне забезпечення: Adobe та Corel але головне місце посягає перша компанія.

У Adobe велика бібліотека програмного забезпечення для людей із творчими поглядами та думками. Для графічного дизайнера є три головні програми частого використання із всієї великої її бібліотеки: InDesign, Photoshop, Illustrator.

InDesign – програма підточена для створення текстового дизайну, створення книг, журналів, газет тощо.

Photoshop – програма за допомогою якої можна редагувати прості фото до невпізнаності , й малювати неймовірні малюнки.

Illustrator – усі ці три програми частково схожі деякими функціями але кожна унікальна для чогось. Illustrator зручний для векторний дизайну в створенні будь якого графічного проекту.

Уся розробка дизайну було створено в програмі Illustrator. На мою думку це дуже чудова програма у якій дуже легко розібратись та створювати дизайнерські об'єкти.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						53
<i>Зм.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

ВИСНОВКИ

1 Було оглянуто та проаналізовано об'єкти проектування та їхні особливості й властивості правильне та доцільне використання упаковки та його створення для успіху в продажі.

2 Оглянуто історію виникнення та історичного розвитку видів упакувань й їхнього пакування. Погляд на старовині упаковки й віковий розвиток до сучасності й використання новітнього технологічного матеріалу в упаковка.

3 Для якісного дизайну упаковки було опрацьовано та проведено аналіз стилів: вінтаж, церковний, фото-колаж, ілюстративний для чудового та легкого графічного оформлення упаковок.

4 В закінченні розроблені упаковки та виконавши роботу із різними джерелами інформації було зроблено проектне завдання для пасхальної упаковки в стилях вінтаж, фото-колаж, церковний, ілюстративний врахована та створено унікальний дизайн. За для повного поглиблення та розуміння дизайну було роздруковані у реальних розмірах.

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						54
<i>Зм.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

9 Томас Хайн Тотальная упаковка. Неизвестная история и скрытые смыслы завлекательных коробок, банок, бутылок и других емкостей — М. : Издательство Студии Артемия Лебедева, 2017. — 432 с

10 Стили [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Режим доступу: <https://znaytovar.ru/s/Stil.html> (дата звернення 26.05.2022).

11 Стил ь вінтаж [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Режим доступу: <https://creative.univest.ua/2017/07/31/back-in-future-upakovka-dlya-produkta-v-retro-stile/> (дата звернення 09.05.2022).

12 Стил ь [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Видавництво типографія, 2017 – 2019 – Режим доступу: <https://creative.univest.ua/2017/07/31/back-in-future-upakovka-dlya-produkta-v-retro-stile/> (дата звернення 05.05.2022).

13 Класифікацій та основні функції [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Видавництво типографія, 2017 – 2019 – Режим доступу: <https://uas.su/books/2011/sertifikacia/51/razdel51.php> (дата звернення 19.05.2022).

14 Історія упаковки функції [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані., ukrefs 2017 – 2019 – Режим доступу: https://promupac.com/o_predpriyatii/blog/istoriya_upakovki (дата звернення 20.05.2022).

15 Частина історія упаковки [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Режим доступу: <https://trade.bobrodobro.ru/64710> (дата звернення 22.05.2022).

16 Історія картоної упаковки [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Режим доступу: <http://gnozis.com.ua/blog/istoriya-sozdaniya-i-primeneniye-kartonnoj-upakovki/> (дата звернення 29.04.2022).

17 Конструювання [Электронный ресурс]: [веб-сайт]. – Электронні дані. Режим доступу: <https://docplayer.com/31795456-O-v-ilina-dizayn->

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						56
Зм.	Аркуш	№ докум.	Підпис	Дата		

konstruirovanietaryiupakovkiuchebnoeposobie.html (дата звернення 26.05.2022).

18 Стили в графічному дизайні Конструювання [Електронний ресурс]: [веб-сайт]. – Електронні дані. Режим доступу: https://alexsv.ru/stili_v_graficheskome_dizaine/ (дата звернення 26.04.2022).

19 Крейг Д. Р. Шрифт і дизайн / Д. Р. Крейг – СПб. : Питер, 2016. — 176 с.

20 Яскравий та оригінальний дизайн [Електронний ресурс]: [веб-сайт]. – Електронні дані. Режим доступу: <http://www.coolwebmasters.com/inspiration/2246-24-packaging-designs.html> (дата звернення 26.05.2022).

					<i>ДРДЗ.2018053.01.17.ПЗ</i>	Арк.
						57
<i>Зм.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>		

ДОДАТОК А
РОЗГОРТКИ ТА КРЕСЛЕННЯ ГРАФІЧНОЇ ЧАСТИНИ

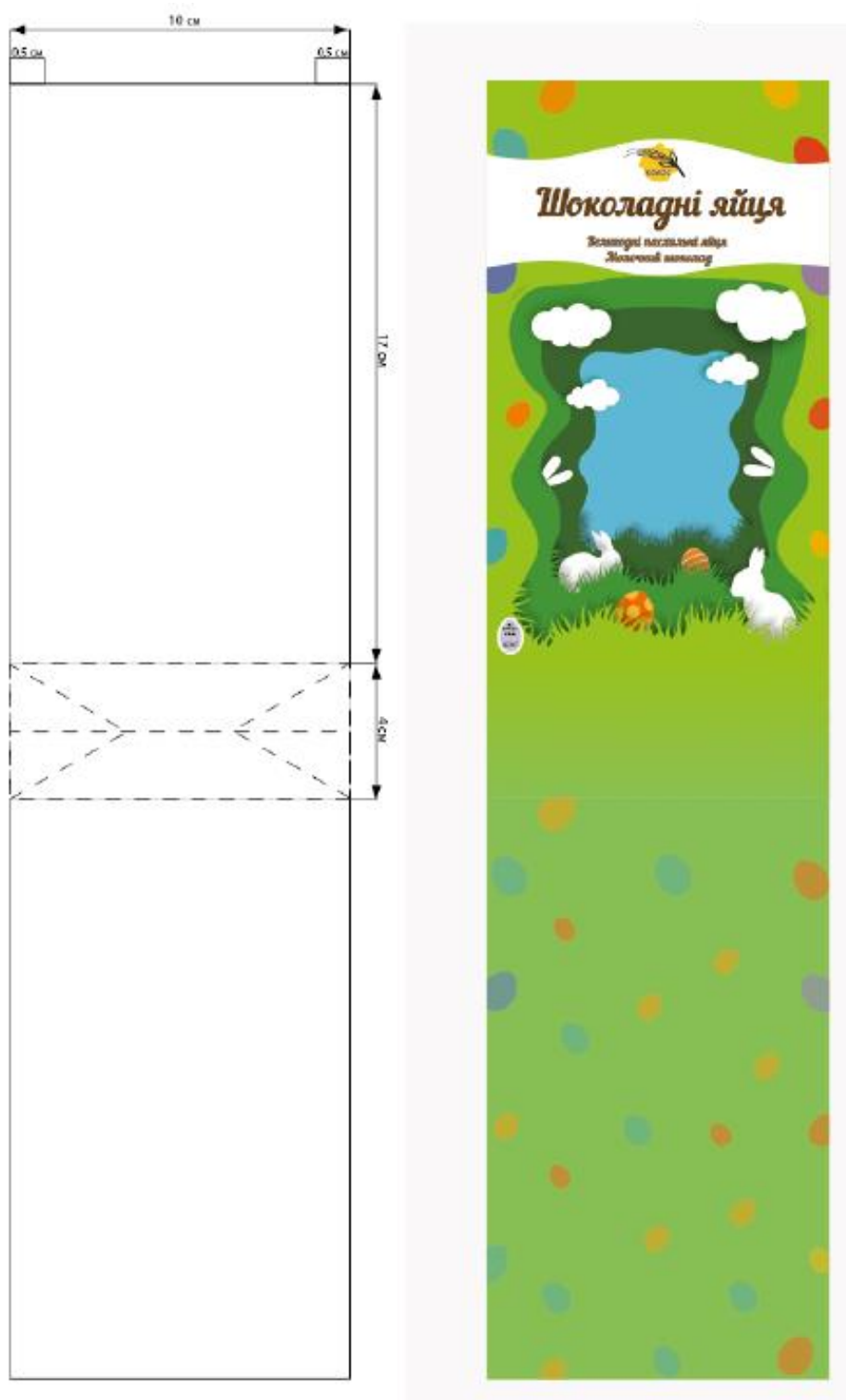


Рисунок А.1 – Розгортка упаковки стиль ілюстративний



Рисунок А.2 – Розгортка упаковки стиль вінтаж



Рисунок А.4 – Розгортка упаковки церковний стиль

ДОДАТОК В

ПРЕЗАНТАЦІЙНІ ПЛАНШЕТИ

Дипломна робота на тему: РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ПАСХАЛЬНОЇ УПАКОВКИ В РІЗНИХ СТИЛЯХ

Актуальність теми. У сучасному світі в теперішній час наше суспільство важко уявити без красивої дизайнерської роботи. Пакувальна промисловість дуже розповсюджена у всьому світі і є однією з ключовою галузь, яка займає важливе місце у харчовій промисловості й економіці України. У сьогодні важко уявити будь-яку фірму яка б не використовувала пакувальну продукцію без свого власного фірмового стилю.

Його основна мета полягає у комплексних вимогах. Вони повинні забезпечити продукту спеціальні обробки, її кількість та щільність; зберігання у більш тривалий час, універсальне та зручне перевезення, складування та зберігання на полицях магазину. Упаковці потрібно більш привабливий зовнішній вигляд.

Функція упаковки на сьогодні стає тим невід'ємним продуктом і елементом у сучасному розвитку організацій самообслуговування, продажу виготовлених готових виробів, громадського харчування тощо. Стає елемент процесу цього виробництва є продовженням і завершення у сфері обігу.

Мета дипломної роботи: розробка дизайну пасхальної упаковки в стилях вінтаж, церковний, фото-колаж, Ілюстративному.

Для досягнення поставленої мети необхідним було вирішення наступних завдань:

1. Зробити та дослідити історичний огляд упаковок, та їх перспектив у дизайні
2. Розглянути ретроспективу теми розвитку пакування, та кращих їх прикладів
3. Створити власний дизайн пасхальної упаковки в стилях вінтаж, церковний, фото-колаж, Ілюстративному.
4. Виготовити макети упаковок, створити та розробити розгорнуті упаковки із розмірами для зручного друку.

Методи дослідження: аналогії, теоретичний метод порівняльно-історичний, для вивчення розвитку теми; емпіричні методи для дослідження виробу на практиці, та їх порівняння; методи комп'ютерного проектування при створенні об'єктів дизайну.

Висновки: було оглянуто та проаналізовано об'єкти проектування та їхні особливості й властивості правильне та доцільне використання упаковки та його створення для успіху в продажі. В закінченні розроблені упаковки та виконавши роботу із різними джерелами інформації було зроблено проектне завдання для пасхальної упаковки в стилях вінтаж, фото-колаж, церковний, Ілюстративний врахована та створено унікальний дизайн. За для повного поглиблення та розуміння дизайну було роздруковані у реальних розмірах.

Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну
Виконав студент групи ГДР -18-1 Петришен С. І.
Керівник к.т.н., професор Кармаліта А. К.

Рисунок В.1 – Розробка презентаційного планшета №1

Наукові дослідження



Стиль – це певні показники й риси, які притаманні до того або іншого розглянутого елемента. Ознака цивілізації що допомагає визначити епоху. За допомогою стиля дизайнер відображає те суспільство або історичний момент, у тій дизайнерській продукції.

Дизайн колажів – це радісна, виразна та вільна форма мистецтва. Використання мистецтва колажів у вашому дизайні – вірний спосіб показати глядачам, що ви пропонуєте щось унікальне, те, що було створено з обережністю, а не щось масове.

Вінтаж – це абстрактне поняття, яке застосовується до різних категорій старовинних речей, які мають культурну чи матеріальну цінність. А ретро стиль є імітацією модних тенденцій, способу життя і форм мистецтва з минулого (не менше, ніж 20-30 років до поточного моменту)

У церковному дизайні колірне оформлення дизайну - перевага надається темним, золотим, щільним, приглушено насиченим тонам. Іноді це розуміється буквально: весь дизайн оформляється у чорно-золотій гамі. Хоча насправді все не так похмуро.

Ілюстрація – це стиль який можна знайти на таких дизайнерських виробках як: тканинах, книгах, рекламі, упаковках, флаєрах, плакатах, веб-сайтах. Він допомагає виражати візуальні ідеї замовника, передавати повідомлення, продавати товари. У сьогоднішньому сучасному візуальному світі здається дуже важливим для нашого життя.

Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну
Виконав студент групи ІДР -18-1 Петришен С. І.
Керівник к.т.н., професор Кармаліта А. К.

Рисунок В.2 – Розробка презентаційного планшета №2

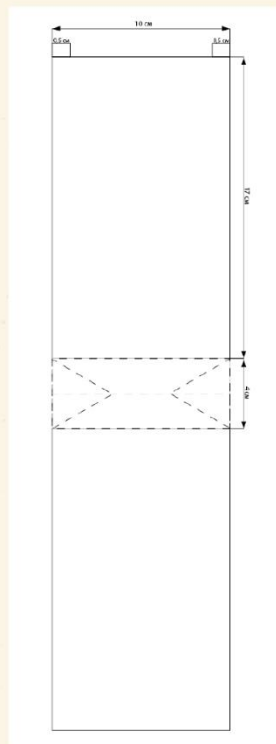
Упаковка шоколадних яєць. Стил «Ілюстративний»



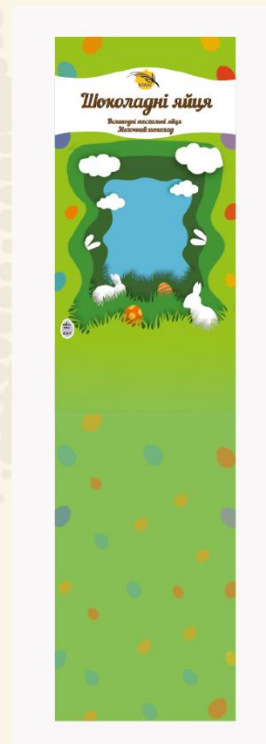
Візуальна передня частина



Візуальна задня частина



Креслення упаковки



Розгортка упаковки

Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну
Виконав студент групи ГДР -18-1 Петришен С. І.
Керівник к.т.н., професор Кармаліта А. К.

Рисунок В.3 – Розробка презентаційного планшета №3

Упаковка великоднього чаю. Стил ь «Фото-колаж»



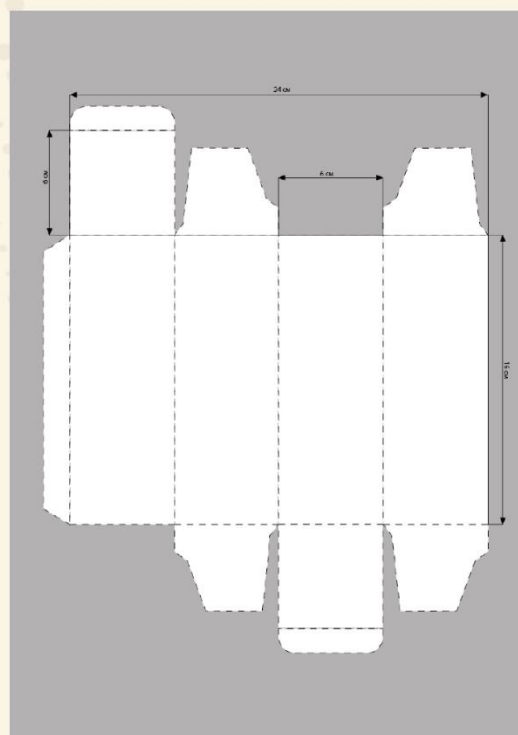
Візуальна передня частина



Візуальна задня частина



Розгортка упаковки



Креслення упаковки

Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну
Виконав студент групи ГДР -18-1 Петришен С. І.
Керівник к.т.н., професор Кармаліта А. К.

Рисунок В.4 – Розробка презентаційного планшета №4

Упаковка паски. Стил «Церковний»



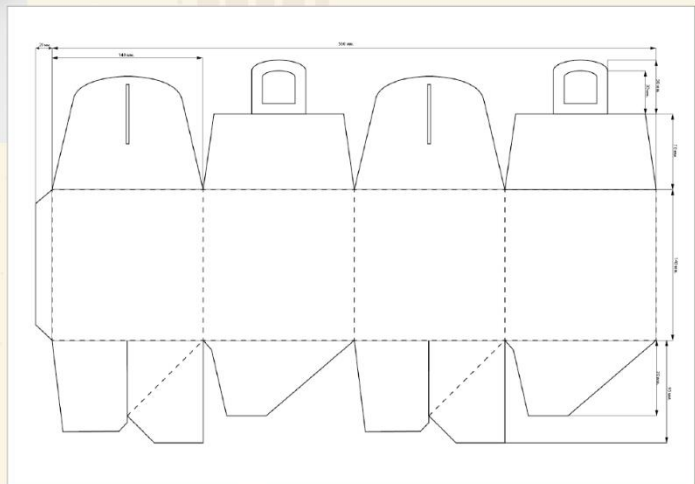
Візуальна частина сторін



Розгортка упаковки



Візуальна частина сторін



Креслення упаковки

Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну
Виконав студент групи ГДР -18-1 Петришен С. І.
Керівник к.т.н., професор Кармаліта А. К.

Рисунок В.5 – Розробка презентаційного планшета №5

Упаковка великодніх свічок. Стил ь «Вінтаж»



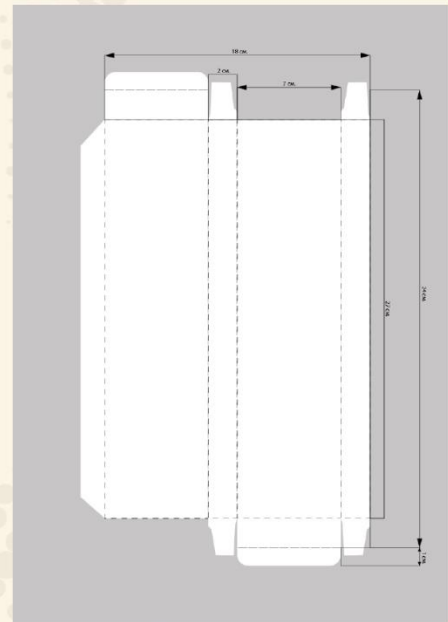
Візуальна передня частина



Візуальна задня частина



Розгортка упаковки



Креслення упаковки

Хмельницький національний університет
Кафедра дизайну
Виконав студент групи ГДР - 18-1 Петришен С. І.
Керівник к.т.н., професор Кармаліта А. К.

Рисунок В.6 – Розробка презентаційного планшета №6