

Многостадийный процесс изготовления одежды из войлока заканчивается соединением цельноформованных деталей в изделие. Необходимый уровень его качества в значительной степени обеспечивается правильным выбором режимов выполнения технологических операций.

УДК 658.512.2

**ДИЗАЙН УПАКОВКИ ДЛЯ СТОЛОВОГО И
ПОСТЕЛЬНОГО БЕЛЬЯ ИЗ ЛЬНА ДЛЯ РУПТП
«ОРШАНСКИЙ ЛЬНОКОМБИНАТ»**

Н.И. Тарабуко, доцент, Ю.В. Каныгина,

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Современная упаковка один из важнейших маркетинговых инструментов продвижения любого продукта, его неотъемлемая часть, влияющая на его дистрибуцию, размещение в торговом зале, представление покупателю. Основная задача проекта – разработка серии упаковок для РУПТП «Оршанский льнокомбинат», которая включает в себя: разработку дизайна конструкции упаковок и POS материалов, создание логотипа, определение фирменных шрифтов и фирменных цветов. Необходимо отметить что лен – это поистине национальное богатство и достояние Республики Беларусь, один из немногих сырьевых ресурсов, исторически являвшийся важнейшей статьёй национального экспорта. Поэтому столь велика значимость визуальных коммуникаций в данном проекте, тот посыл, важность, которого даст возможность определить ценности льна и льняной продукции для Беларуси как внутри страны, так и за рубежом. Разработанные грамотно, визуальные коммуникации – исключительное средство информирования и укрепления в сознании потребителя. Рекламные носители должны отвечать главной направленности Оршанского льнокомбината: во-первых, изделия из льна являются качественным и натуральным продуктом, а во-вторых, они доступны для широкого слоя населения по цене. Изделия из льна – это натуральный и качественный товар. Упаковка и POS продукция должны соответствовать уровню высокого качества льняного материала.

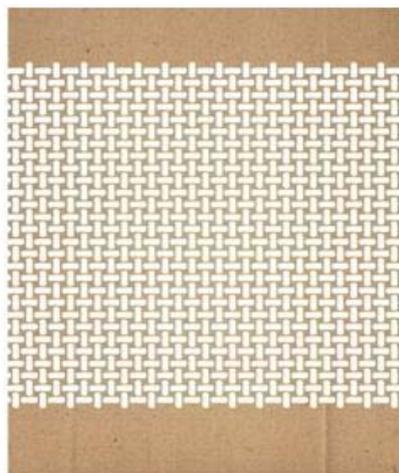


Рисунок 1 – Графический элемент – полотно



Рисунок 2 – Логотип

Творческий креатив проекта упаковки определяется минималистическими визуальными средствами и точностью выбранных элементов: яркое лого и тонкая изящная графика из стеблей и цветов льна, свидетельствует о профессионализме, актуальном видении дизайн-проектирования, умении современно решать сложные задачи. Использована необычная форма логотипа с криволинейной графикой. Своими начертаниями логотип напоминает

корону, говоря покупателю о том, что с данным продуктом он будет себя чувствовать на высоком жизненном уровне, также форма напоминает букет цветов льна, что еще раз подчеркивает природное происхождение товара.

Все графические элементы упаковки и материалов POS, гармонично взаимодействуют между собой, вносят атмосферу комфорта и престижа изделий. Продукт позиционирован как экономичный, но статусный, первого класса, это подчеркивается всеми визуальными элементами. По средствам цвета, графики и композиционных приемов максимально удалось добиться целостности, как отдельных элементов так и в целом упаковки, передать желаемое впечатление натуральности, чистоты и экологичности.

В связи с многократным усложнением мира и расширением информационного поля культуры изменяется предметно-пространственная среда человеческого окружения и ценностно-смысловые и эстетические параметры ее функционирования. В третьем тысячелетии обострились проблемы, связанные с нарастанием экологического кризиса, сокращением естественного ландшафта, загрязнением окружающей среды и т.д. Упаковка сегодня фактор многогранный как с точки зрения потребителя, производителя, дизайнера, так и с точки зрения экологии, ибо количественный фактор начинает существенно влиять на окружающую среду. Около 30 % отходов по весу и 50 % по объему составляют различные упаковочные материалы, из них 13 % веса и 30 % объема упаковочных материалов составляет пластик, в который разлиты, например Кока-Кола или Пепси. В настоящий момент абсолютное количество пластиковых отходов в развитых странах удваивается каждые десять лет. Уменьшение отходов, связанных с упаковкой товаров, является одним из важнейших направлений работы по сокращению отходов. Производители брендов начали практиковать различные «зеленые» методы, такие как использование природных биоразлагаемых материалов и «уменьшение» упаковочного материала до минимума. Экологичность упаковки и бережное отношение к окружающей среде уже стали стилем жизни многих потребителей. В проекте она проявляется в выборе материала изготовления упаковки: натуральный гофрированный картон. Упаковка из натуральных материалов инициирует у потребителя чувство самоуважения, а также позволяет сохранить такие эстетические категории как традиция, преемственность, культура. Экономичная и конструктивная прямоугольная форма упаковки способствует надежности в восприятии.

Преобладающим цветом упаковки стал цвет гофрокартона, а также белый и коричневый, вместе они создают необходимую натуральную экологическую гамму, а бирюзовый и оранжево-красный цвета дополняют и обогащают колорит и расставляют акценты. Структура графических элементов в виде переплетений льняного полотна также является дополнительным инструментом визуализации, отвечающим за точность и качество льняных изделий.



Рисунок 3 – Упаковка