

Заключение. На основе проведения занятий по ручной лепке и анализе творческих работ детей дошкольного возраста было определено, что в каждом отдельном случае вопрос приоритетности применения экранных средств наглядности решается в тесной связи с учебным материалом. Замена экранными средствами наглядности других типов и видов средств наглядного обучения не может способствовать повышению эффективности учебного процесса и негативно отражается в художественной практике.

Слайды, презентации, учебные видеофильмы способствуют развитию художественного вкуса, наблюдательности, творческого воображения у детей. Использование средств наглядности, выполненных посредством информационно-коммуникационных технологий, всегда вызывает особый интерес у детей дошкольного возраста, создает эмоциональный настрой, положительно влияющий на раскрытие творческого потенциала и художественного творчества.

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ УПАКОВКИ ДЛЯ КОНФЕТ

Жук А.А.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Коваленко В.И., канд. пед. наук, доцент

Индивидуальная упаковка для кондитерских изделий становится обязательным требованием сегодняшнего дня. Ее необходимость обусловлена не только гигиеничностью, удобством транспортировки и продлением срока хранения расфасованной продукции, но и более привлекательным внешним видом товара, а также узнаваемостью фирменной символики его производителя. Поэтому в общем объеме продаж кондитерских изделий лидирует упакованная продукция, и рост ее потребления продолжает увеличиваться. Материалами, из которых изготавливается упаковка, как правило, служат полимеры, бумага (картон) и разнообразные их сочетания.

Успех фасованного продукта нередко зависит от правильности выбора такой упаковки по конструкции, материалу и дизайну. При этом стоит учитывать не только физико-химические характеристики самого изделия, но и предполагаемую аудиторию покупателей, ценовой сегмент. Ведь расфасовка продукции неизменно приводит к ее подорожанию, к чему не всякий покупатель готов [1].

Цель исследования – выявить принципы и закономерности разработки упаковки для кондитерских изделий.

Материал и методы. Материалом исследования послужили дизайн-проекты упаковок студентов специальности “Дизайн” ВГУ имени П.М. Машерова, а также упаковки для конфет различных брендов, таких как: “Коммунарка”, “Спартак”, “Roshen”, “Nestle” и др. В ходе исследования были использованы такие методы, как сравнительный анализ, систематизация, обобщение.

Результаты и их обсуждение. Поскольку кондитерские товары более дорогие и хрупкие, нежели бакалейные, то для изготовления тары и расфасовки их требуется дорогое оборудование, бережно и точно упаковывающее эти продукты. Именно упаковка является частью успеха продаж, привлекая внимание к бренду. Люди, перед покупкой, присматриваются к упаковке наравне с содержимым. Упаковка для сладостей может быть стандартной для обычных продаж, а также специальной – для особых случаев. В зависимости от этого, в дизайн упаковки для кондитерских изделий могут вноситься некоторые изменения [2].

Картонная упаковка для кондитерских изделий – наиболее распространенный вариант для расфасовки конфет, печенья, зефира, мармелада. Картон экологически безопасен, ведь он разлагается во много раз быстрее пластика. К тому же, его можно использовать повторно после переработки на специальных заводах. Картонная упаковка не придает содержимому дополнительных запахов и вкусов. На такую упаковку можно наносить любые изображения, в том числе в технике многоцветной печати [2].

Результатом данного исследования явилось создание новой нестандартной формы упаковки для белорусских конфет “Коммунарка”, которые являются неизменным символом любого праздника. Конфеты начинены различными начинками: ликерными и желевыми, молочно-шоколадными и грильяжными, сбивными и помадными. Разработанные нами упаковки, различающиеся по форме, но выполненные по одному принципу и в едином стиле, выгодно выделяют товар среди массы аналогичной продукции. Развёртка упаковки цельная и не требует склеивания, что особенно важно для её дальнейшего изготовления и эксплуатации (см. рисунок 1).

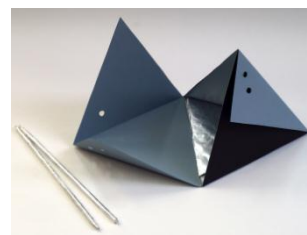
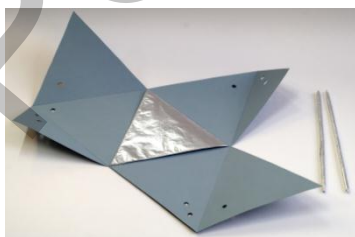


Рис. 1 – Цельная развёртка упаковки

Упаковка не занимает много места, удобна в использовании, может открываться и закрываться несколько раз (см. рисунок 2).

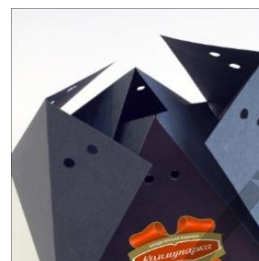
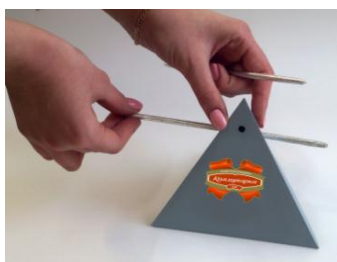


Рис. 2 – Открытие упаковки

Интересным моментом, отличающим данную упаковку от других, является то, что она скрепляется деревянными зубочистками, которые, в последующем, могут выполнять гигиеническую функцию, так как человек не будет брать конфету рукой, а наколет её на зубочистку. Нужно отметить то, что были выбраны деревянные зубочистки, так как они являются экологически чистым материалом, нежели, к примеру, пластмассовые шпажки (см. рисунок 3).



Рис. 3 – Деревянные зубочистки как элемент крепления упаковки

Упаковка разработана с учётом помещения в неё 1, 4 и 8 конфет. Она экологична, безопасна, экономична, сохраняет потребительские свойства товара. Упаковка выполнена в форме пирамидок разных размеров с тем учётом, на сколько конфет рассчитана (см. рисунок 4). На одной из боковых сторон каждой пирамидки подписана начинка конфеты, находящейся внутри. На других же сторонах указан состав, дата выпуска, срок годности, условия хранения, производитель, контакты.



Рис. 4 Коробки различной формы

При создании упаковки были учтены следующие ключевые факторы: гармоничность сочетания упаковки с продуктом, технологичность упаковки, возможность повторного использования или иного применения упаковки, возможность упаковки оказывать рекламное воздействие на потребителя, лёгкость распознавания торговой марки и названия фирмы, оригинальность.

Заключение. Было выявлено, что проблема разработки дизайна упаковок решена в недостаточной степени. Поднять престиж и конкурентоспособность отечественных пищевых предприятий, а также отдельных дизайнерских брендов – одно из главных направлений разработки современных упаковок. Результатом проведённого исследования явилась авторская разработка упаковки для шоколадных конфет с различными начинками.

Литература:

1. Логвиненко, О. Актуальный дизайн: упаковка / О. Логвиненко. – М.: РИП – холдинг, 2009. – 105 с.
2. Сокольников, Ю. Упаковка: все об упаковке. / Ю. Сокольников. – М.: Издательство Мангазея, 2001. – 86 с.