

УДК 339.138:659.19
DOI: 10.36979/1694-500X-2024-24-6-190-196

КРЕАТИВНЫЙ ДИЗАЙН УПАКОВОК КАК ИНСТРУМЕНТ PR

Ж.О. Султанова, А.С. Девкина

Аннотация. Изучаются роль креативного дизайна упаковок в современном маркетинге и его значимость как инструмента PR для успешного продвижения бренда и продукции на рынке. Рассматриваются основные тенденции и актуальные подходы к креативному дизайну упаковок, а также его влияние на формирование образа бренда и восприятие потребителями. Анализируются успешные практики использования креативного дизайна упаковок в PR-стратегиях различных компаний. Результаты исследования позволяют выявить особенности взаимосвязи между креативным дизайном упаковок и позиционированием продукции на рынке, а также сформулировать рекомендации по эффективному использованию креативного дизайна упаковок в рамках маркетинговых стратегий для повышения конкурентоспособности продукции и стимулирования продаж.

Ключевые слова: креативный дизайн упаковок; маркетинг; PR; брендинг; потребители; восприятие; маркетинговая стратегия.

КРЕАТИВДҮҮ ТАҢГАК ДИЗАЙНЫ PR КУРАЛЫ КАТАРЫ

Ж.О. Султанова, А.С. Девкина

Аннотация. Заманбап маркетингтеги креативдүү таңгак дизайнын ролу жана анын бренди жана продукцияны рынокто ийгиликтүү жылдыруу үчүн PR куралы катары мааниси изилденет. Макалада креативдүү таңгак дизайнындагы негизги тенденциялар жана учурдагы ыкмалар, ошондой эле анын бренд имиджин жана керектөөчүлөрдүн кабыл алуусун калыптандырууга тийгизген таасири талкууланат. Ар кандай компаниялардын PR стратегияларында креативдүү таңгак дизайнын колдонуунун ийгиликтүү тажрыйбалары талданат. Изилдөөнүн натыйжалары креативдүү таңгак дизайны менен продукциянын рынокто позициясын аныктоонун ортосундагы өз ара байланыштын өзгөчөлүктөрүн аныктоого, ошондой эле продукциянын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуу жана сатууну стимулдаштыруу үчүн маркетинг стратегияларынын бир бөлүгү катары креативдүү таңгак дизайнын натыйжалуу пайдалануу боюнча сунуштарды иштеп чыгууга мүмкүнчүлүк берет.

Түйүндүү сөздөр: креативдүү таңгак дизайны; маркетинг; PR; брендинг; керектөөчүлөр; кабылдоо; маркетинг стратегиясы.

CREATIVE PACKAGING DESIGN AS A PR TOOL

Zh.O. Sultanova, A.S. Devkina

Abstract. The article is devoted to the study of the role of creative packaging design in modern marketing and its importance as a PR tool for the successful promotion of a brand and products on the market. The article examines the main trends and current approaches to creative packaging design, as well as its impact on brand image formation and consumer perception. The successful practices of using creative packaging design in PR-strategies of various companies are analyzed. The results of the study allow us to identify the features of the relationship between creative packaging design and product positioning in the market, as well as formulate recommendations for the effective use of creative packaging design as part of marketing strategies to increase product competitiveness and stimulate sales.

Keywords: creative packaging design; marketing; PR; branding; consumers; perception; marketing strategy.

Введение. В современном мире, где рынок переполнен различными товарами и услугами, конкуренция между брендами становится всё более острой. В этой борьбе за внимание

потребителей креативный дизайн упаковок выступает в качестве одного из ключевых инструментов, способных выделить продукцию на фоне многочисленных аналогов и привлечь внимание целевой аудитории. Креативный дизайн упаковок не только выполняет функцию защиты и удобства транспортировки товара, но и является мощным коммуникативным инструментом, способным эффективно воздействовать на потребителей и формировать их представление о бренде.

Актуальность исследования креативного дизайна упаковок как инструмента PR обусловлена рядом факторов. Во-первых, современный рынок характеризуется избытком товаров и услуг, что создаёт необходимость для брендов выделяться из толпы и привлекать внимание целевой аудитории. Во-вторых, с развитием Интернета и социальных медиа потребители имеют доступ к огромному объёму информации и выбирают продукцию не только на основе качества, но и на основе эстетических и эмоциональных аспектов. В-третьих, креативный дизайн упаковок является важной частью брендирования и помогает создать уникальный образ бренда, который легко узнаваем и запоминаем. Таким образом, креативный дизайн упаковок становится неотъемлемой составляющей PR-стратегии компаний, стремящихся к успеху на рынке.

Целями настоящего исследования являются изучение роли креативного дизайна упаковок в контексте PR и выявление его значимости для успешного продвижения бренда и продукции на маркетплейсах. Для осуществления данных целей ставятся **следующие задачи:**

1. Анализ актуальных тенденций в области креативного дизайна упаковок и его использования в PR-стратегиях компаний.
2. Изучение влияния креативного дизайна упаковок на восприятие бренда и продукции потребителями.
3. Выявление успешных практик использования креативного дизайна упаковок в PR-кампаниях различных компаний.
4. Определение особенностей взаимосвязи между креативным дизайном упаковок и позиционированием продукции на рынке.

5. Формулирование рекомендаций по эффективному использованию креативного дизайна упаковок в рамках PR-стратегий для увеличения конкурентоспособности продукции и стимулирования продаж.

В наше время упаковка продукта играет ключевую роль в процессе его выбора покупателем. Кроме состава изделия, покупатели всё чаще обращают внимание на его дизайн и внешний вид. Эстетическая привлекательность и оригинальность упаковки становятся решающими факторами в условиях рынка, где множество товаров имеют схожие функциональные характеристики. Товары, чья упаковка не выделяется среди конкурентов, часто остаются за бортом внимания потребителей. Так, например, «согласно данным Business Insider, формирование первого впечатления о товаре занимает около семи секунд» [1]. В сфере интенсивной конкуренции на рынке продуктов и услуг дизайн упаковки становится ключевым элементом маркетинговой стратегии. Он играет важную роль в процессе принятия решений покупателями, помогая товару выделиться среди схожих на рынке предложений. Как ключевой фактор, оказывающий влияние на восприятие товара и формирование его образа у потребителей, разработка дизайна упаковки требует особого внимания со стороны производителей.

Уникальность и привлекательность упаковки играют существенную роль в процессе маркетингового позиционирования продукции на рынке.

Эффективное использование креативных решений в дизайне упаковки способствует привлечению внимания потребителей и созданию позитивного образа бренда. При этом важно учитывать не только эстетические аспекты, но и функциональные характеристики упаковки, такие как удобство использования, защита товара и экологичность. Из этого следует следующее: «В работах различных американских исследователей и авторов упаковка часто описывается как «молчаливый торговец», подчёркивая её важную роль в маркетинге и воздействии на потребителей. Многочисленные исследования подтверждают, что решение о покупке товара на месте продажи часто принимается под влиянием

упаковки. Это особенно очевидно в том случае, если дизайн упаковки гармонично сочетается с рекламным образом продукта и активно представляет компанию и её продукцию, создавая определённый имидж товара в торговом зале» [2].

Согласно мнению маркетологов, креативный дизайн упаковки играет ключевую роль в повышении узнаваемости бренда на маркетплейсах. «Таким образом, покупатель, выбравший из массы предложений наиболее яркий и привлекательный по внешним характеристикам товар, с большей вероятностью купит его снова. Если же потребитель приобрёл товар в безликой упаковке, то в 90 % случаев он уже через несколько дней забудет о нём, а шансы, что он вспомнит имя производителя, практически нулевые» [3].

К тому же существуют уникальные дизайны упаковок, которые привлекают внимание своим минимализмом и отсутствием излишеств в дизайне. Обычно такой подход характерен для продуктов с общепризнанной репутацией высокого качества и премиального сегмента. Мы можем сделать вывод, что «эффективная упаковка способна приносить пользу компании даже после продажи товара. Более половины покупателей интернет-магазинов обращаются в них снова, если продукт пришёл в качественной упаковке; многие из них выкладывают интересные фото продукта в социальные сети, тем самым бесплатно продвигая товар; а около 90 % потребителей используют красивые боксы, коробки и пакеты повторно» [4].

Виды креативных дизайн-упаковок. Важно понимать, что разнообразие видов креативных дизайнов упаковок является необходимым инструментом для достижения максимального эффекта в продвижении товаров на рынке. Во-первых, разнообразие видов дизайна позволяет адаптировать упаковку под конкретный продукт и целевую аудиторию. Например, графический дизайн может быть эффективен для продуктов, ориентированных на молодёжь, использующую яркие и смелые цвета, в то время как классический стиль может быть более подходящим для премиальных товаров. Различные виды дизайна позволяют подчеркнуть уникальные особенности продукта и передать соответствующие

эмоции и ассоциации потребителям. Во-вторых, использование разнообразных видов дизайна способствует повышению конкурентоспособности продукции на рынке. Среди множества аналогичных товаров потребитель выберет тот, который привлечёт его внимание и вызовет положительные эмоции. Креативный дизайн упаковки может выделить продукт среди конкурентов, сделать его более запоминающимся и привлекательным для покупателей.

Графический дизайн. Торговые полки и витрины магазинов переполнены многообразием товаров. На рынке действуют тысячи компаний, которые активно пытаются расположить свои продукты в самых видных местах, чтобы привлечь внимание потребителей. Но важно учитывать, что «самая яркая позиция на витрине не является самым главным условием успеха. Самое важное – это то, как представляют товар потенциальным покупателям, а именно форма цвет и шрифт упаковки – дизайн продукта» [5]. Графический дизайн упаковок имеет долгую историю развития, начиная с использования простых маркировок и этикеток в прошлые века. С развитием промышленности и конкуренции на рынке стали использовать всё более сложные и эффективные графические решения для привлечения внимания потребителей. Например, в XIX веке с появлением красочной типографии упаковки стали использовать яркие цвета и изображения для выделения продукта на полках магазинов. С развитием технологий печати и компьютерной графики в XX веке графический дизайн упаковок стал ещё более разнообразным и креативным. Использование высококачественных цифровых изображений, художественных элементов и трёхмерных эффектов позволяет создавать упаковки с оригинальными и запоминающимися дизайнами. Примеры графического дизайна упаковок включают в себя брендированные логотипы, этикетки с яркими цветами и привлекательными изображениями, а также использование художественных элементов для подчёркивания уникальности продукта. Например, упаковка шоколада «Toblerone» с известным изображением Альп, которое было символом бренда до 2022 года. Однако с 2022 года на упаковке шоколада убрали из логотипа изображение гор,

чтобы быть ближе к минимализму. Но большинство потребителей запомнили «Toblerone» (рисунки 1) в прежнем виде, что по сей день поддерживает спрос на данный шоколад.



Рисунок 1 – Логотип шоколада «Toblerone»

Также примером креативного дизайна упаковки можно считать одну из работ графического дизайнера из Кыргызстана – Алексея Лысогорова, создавшего необычный дизайн для фирмы молочных продуктов под названием «Белая река».

Решением дизайна стала авторская векторная иллюстрация, в полной мере отображающая смысл торговой марки. Это и буквальное соответствие названию, и позитивный патриотизм (привлекательность страны), и главный посыл бренда: «натуральность в каждом продукте». Дизайн выгодно подчёркивает контрастную выкладку продукции: общий белый низ и цветной яркий верх. Вся линейка продуктов легко читается и узнаётся. Даже без показа логотипа всё ясно – это «Белая Река» (рисунок 2). А всё потому, что отличительная черта упаковки: «яркий цветной верх максимально привлекателен для массового зрителя. «Скрытая фишка» дизайна в авторском шрифте: внутри всех букв названий продуктов течёт «белая река»» [6].



Рисунок 2 – Behance. Alexey Lysogorov

3D-визуализация дизайна и упаковки. Нам известно, что «моделирование трёхмерных предметов – процесс достаточно новый, если сравнивать его с устоявшимся за долгое время использованием других различных сфер деятельности. Но стоит заметить, что появилось всё это более двух десятков лет назад. 3D-модели представляют собой трёхмерные пространственные модели реальных объектов или территории. Появлению таких новых видов цифровой продукции способствовали достижения трёхмерной машинной графики» [7]. История появления 3D-дизайна упаковок уходит корнями в различные отрасли дизайна и инженерии. Первые прикладные примеры 3D-моделирования в упаковочной индустрии начали появляться в конце XX века с развитием компьютерной графики и технологий производства. В начале 1990-х годов компьютерное моделирование и визуализация стали более доступными для большого количества людей, что было связано с развитием программного и аппаратного обеспечения. Основываясь в основном на практике, дизайнеры и инженеры создавали трёхмерные модели упаковок. Благодаря новому методу часть упаковок, не выходящая раньше за рамки прототипов и двухмерных чертежей, становилась доступна. С развитием нового стиля моделирования стали возможны не существовавшие ранее формы и конструкции, привлекая внимание покупателей. Этот период был отмечен усилением интереса к новым формам и решениям в дизайнах упаковок. В последующие десятилетия 3D-дизайн занимал всё более значимую позицию в индустрии. Текущие технологии позволяют упаковкам иметь высокий уровень детализации и реализма, а также быть интерактивными, а также применять спецэффекты для привлечения клиентов. В данной работе то, как 3D-моделирование и 3D-дизайн влияют на восприятие бренда, исследуется на примерах истории крупных компаний. Узнаваемая и уникальная для торговой марки «Coca-Cola» (рисунок 3) изогнутая бутылка в трёхмерном формате не только привлекает внимание, но также обсуждается в СМИ и соцсетях, что увеличивает продажи и повышает узнаваемость продукта.



Рисунок 3 – Coca-Cola Contour Bottle

Действительно, в современной индустрии всё чаще применяется 3D-дизайн при визуализации упаковок. Через такой способ клиентам даётся более реалистичное представление инновационных средств в контексте использования. Большие компании и графические дизайнеры разработали новые технологические практики, при помощи которых они могут продемонстрировать, как их логотипы, текстовые части, а также остаточные дизайны выглядят на упаковке в формате трёхмерного пространства. Это обеспечивает создание более внимательного и прекрасного изображения, вызывающего интерес со стороны пользователей, для успешной маркетинговой кампании. Кроме того, 3D-визуализация упаковок включает типографику дизайна: форму, цвет и текстуру, освещение и фон, что также приводит к более реалистичной трактовке образа (рисунок 4).



Рисунок 4 – Behance, Anthony Braga

Экологический дизайн. Дизайн упаковки, ориентированный на экологию, представляет

собой подход к созданию материалов и конструкций упаковки, которые снижают негативное воздействие на окружающую среду и способствуют устойчивому развитию. С увеличением внимания к экологическим проблемам и устойчивому развитию экологический дизайн становится всё более важным для производителей упаковки и потребителей. Исторически упаковка создавалась с акцентом на функциональность и привлекательный внешний вид, без учёта её негативного воздействия на окружающую среду. Однако в последние десятилетия при разработке упаковок большое значение уделяется их экологичности, отражая стремление к гармонии между человеком и природой и подчёркивая ценность экологической ответственности.

Е. Костюкевич в своей работе пишет: «Основными принципами экологического дизайна при проектировании пищевой упаковки с учётом критериев её эффективности являются:

- продление срока службы упаковки;
- продление срока службы упаковочного материала;
- оптимизация конструкции упаковки с целью снижения материалоёмкости;
- совершенствование процесса управления производством;
- оптимизация процесса распределения;
- использование экологически более чистых материалов» [8].

Анна Просвирина в своей статье отмечает, что «наиболее востребовано направление экодизайна для натуральных продуктов, не содержащих искусственных добавок и консервантов, к примеру, молочной продукции. В этой области идеи и мастерство дизайнеров не перестают удивлять. Принципы экодизайна для молочных продуктов применяются в первую очередь к материалу упаковки. Как правило, применяется упаковка, пригодная для вторичной переработки, или упаковка из натуральных природных материалов. В визуальном оформлении упаковки используются чистые цвета, мотивы природности, чистоты и натуральности» [9]. Экоупаковки и дизайны стремятся к минимизации отходов, используя эффективные конструкции, которые обеспечивают оптимальное использование материалов и сокращают объём упаковки без ущерба

для защиты продукта. К тому же такой дизайн часто включает в себя разработку новых форм и конструкций упаковок, которые не только экологически устойчивы, но и привлекательны для потребителей. Это может быть, например, уникальная упаковка, которую можно использовать повторно или разбирать на части для утилизации. А креативные упаковки часто бывают визуально привлекательными и способны эффективно передавать брендовые ценности и сообщения (рисунок 5). Использование различных цветовых сочетаний, графических рисунков и логотипов позволяет выделить продукцию на рынке и привлечь внимание покупателей (рисунок 6).



Рисунок 5 – Упаковка Ecolean



Рисунок 6 – Упаковка Pearlfisher

Заключение. Т. Шишенина в своей статье утверждала, что «визуальный дизайн играет важную роль в формировании и укреплении идентичности бренда. Это помогает создать связный визуальный язык, который соответствует ценностям, индивидуальности и сообщениям бренда» [10]. Можно сделать

вывод, что креативный дизайн упаковки является мощным инструментом PR, который способствует удачной маркетинговой стратегии компании и её общему успеху на рынке. Различные аспекты креативного дизайна упаковки, такие как графические элементы, формы, материалы и экологические решения, играют немаловажную роль в формировании уникального образа бренда, привлечении внимания потребителей и стимулировании продаж. Анализируя роль креативного дизайна упаковки в PR, можно сделать следующие **выводы:**

1. Креативный дизайн упаковки способствует созданию уникального и запоминающегося имиджа бренда, помогая ему выделиться среди конкурентов, что способствует уникализации продукта и привлечению внимания потребителей.
2. Упаковки, которые эстетически привлекательны и вызывают эмоциональный отклик у потребителей, обладают большим потенциалом быть замеченными и узнаваемыми, что важно для успешной маркетинговой стратегии и создания положительного восприятия бренда.
3. Применение последних трендов в дизайне и учёт ценностей и предпочтений целевой аудитории позволяют разработать упаковку, которая будет соответствовать актуальным запросам и станет привлекательной для потребителей.
4. Интеграция экологических инициатив в дизайн упаковки укрепляет имидж бренда и его позиции на рынке, учитывая возрастающий интерес потребителей к экологической безопасности и устойчивости продукции.
5. Непрерывное внедрение креативных решений в дизайн упаковки позволяет компаниям опережать конкурентов, привлекая внимание и удовлетворяя желания современных потребителей.

Самый лучший дизайн упаковки – это тот, который мастерски балансирует между полезной информацией и эстетикой, делая упаковку доступной и привлекательной для покупателей. Этичные бренды, сопровождаемые привлекательной упаковкой, подчеркивают важность

совершенствования взаимоотношений с клиентами.

Упаковка играет немаловажную роль в защите продукта от рисков и воздействий внешней среды. Чем привлекательнее, информативнее и проще упаковка продукта, тем выше вероятность, что покупатели обратят на него внимание на рынке и приобретут. Стоит помнить, что слишком яркая и броская упаковка не всегда привлекательна. Для ярких упаковок сложно подбирать правильные, так называемые смягчающие оттенки для текста и картинок.

Удачный дизайн упаковки не только делает бренд и продукт популярным и востребованным, но и создаёт фундамент для долгосрочных отношений с потребителями. Креативный дизайн способен удерживать позиции на рынке, а его постоянное обновление помогает привлекать внимание новых покупателей и удерживать интерес прежних.

Поступила: 16.04.24; рецензирована: 30.04.24;
принята: 06.05.24.

Литература

1. Как упаковка товара влияет на продажи? URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/02/10/kak-upakovka-tovara-vliyaet-na-prodazhi/> (дата обращения: 04.04.2024).
2. Кулик Е.В. Влияние дизайна упаковки товара на принятие потребителем решения о покупке / Е.В. Кулик // Развитие современных исследований: проблемы и перспективы: сб. докладов Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 29 января 2020 года. СПб.: ЕНМЦ «Мультидисциплинарные исследования», 2020. С. 116–119.
3. Конструирование и дизайн упаковки. URL: https://revolution.allbest.ru/manufacture/00263986_1.html (дата обращения: 02.04.2024).
4. Влияние упаковки на потребительский выбор. URL: <https://www.kontur-design.ru/service/sozдание-dizaina-upakovki/kak-upakovka-vliyaet-na-prodazhi.php> (дата обращения: 08.04.2024).
5. Лебедев А.В. Эволюция упаковки, её дизайн и дополненная реальность / А.В. Лебедев // Молодой учёный. 2016. № 9 (113). С. 196–200.
6. Белая река / White river. URL: <https://jolbors.com/works/view/1105> (дата обращения: 08.04.2024).
7. Руденко В.Р. История трёхмерной графики: материалы XIV Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: <https://scienceforum.ru/2022/article/2018029585> (дата обращения: 08.04.2024).
8. Костюкевич Е.К. Экологический дизайн пищевой упаковки / Е.К. Костюкевич // Качество продукции, технологий и образования: материалы XVI Международной научно-практической конференции, Магнитогорск, 30 апреля 2021 года. Магнитогорск: Магнитогорский гос. техн. ун-т им. Г.И. Носова, 2021. С. 154–155.
9. Примеры удачного экодизайна упаковки молочной продукции. URL: <https://koloro.ua/blog/dizain/primery-udachnogo-jekodizajna-upakovki-molochnoj-produkcii.html> (дата обращения: 08.04.2024).
10. Шишенина Т.Н. Особенности визуализации и дизайна как инструмент PR в Кыргызской Республике / Т.Н. Шишенина, Н.Л. Слободянок // Вестник КРСУ. 2023. Т. 23. № 10. С. 174–179. DOI: 10.36979/1694-500X-2023-23-10-174-179.