

соответствие интерьерному стилю. Это подтверждает актуальность пользовательски-ориентированного подхода в дизайне [2].

### **Литература**

1. Голованова, М. В. Функционализм как базовый принцип формообразования в дизайне светильников начала XX века / М. В. Голованова // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2013. – № 1(26). – С. 166-170.
2. Панкратов, Д. А. Эстетика и конструктивные решения в дизайне светильников / Д. А. Панкратов // Вестник дизайнера. — 2020. — № 3(10). — С. 52–58.

### **ДИЗАЙН УПАКОВКИ КОСМЕТИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ: ЭСТЕТИКА И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ**

Осветимская А.А., Жалобицкая Э.А., Жуковец М.Ю.  
Научный руководитель: к.т.н., доцент Медяк Д.М.  
Белорусский национальный технический университет

Дизайн упаковки для косметических изделий играет ключевую роль в восприятии бренда и его продукции. Упаковка не только защищает содержимое, но и служит важным инструментом маркетинга. В современном мире, где конкуренция на рынке косметики крайне высока, упаковка должна сочетать в себе как эстетические, так и функциональные качества. Эта работа посвящена исследованию этого баланса, а также изучению примеров успешных решений в дизайне упаковки для косметических изделий.

Начнем с рассмотрения терминологии, что такое эстетика и эстетичная упаковка.

Эстетика с греческого переводится как чувственное восприятие. У каждого человека свое видение красивого, поэтому на рынке косметики не может повторяться один и тот же дизайн.

Эстетика упаковки – это первое, что бросается в глаза потребителю. Она включает в себя цвет, форму, упаковочные материалы, графическое оформление. Эстетически привлекательная упаковка может привлечь внимание покупателя на полке магазина и создать положительное первое впечатление о продукте.

Чтобы полностью погрузиться в тему эстетики упаковки и создать свои образцы, рассмотрим самые эстетически привлекательные и популярные бренды косметики и парфюмерии:

1. Chanel No. 5. Классическая упаковка этого легендарного аромата отличается простотой и элегантностью. Прямоугольная форма флакона и

минималистичный дизайн подчеркивают престиж и статус бренда. Использование прозрачного стекла позволяет увидеть продукт, что добавляет дополнительную ценность.

2. Lush. Бренд Lush использует упаковку из переработанных материалов, что соответствует их философии экологичности. Яркие цвета и креативные названия продуктов делают упаковку привлекательной для молодой аудитории, создавая ассоциации с натуральными ингредиентами.

3. Fenty Beauty. Бренд Рианны Fenty Beauty предлагает уникальную упаковку с геометрическими формами и металлическими акцентами. Это создает ощущение современности и инноваций, что привлекает целевую аудиторию – молодых женщин, стремящихся выделиться.

Функциональность упаковки включает в себя удобство использования, защиту продукта и возможность сохранения его свойств. Хорошо продуманная упаковка должна обеспечивать легкость в открывании, дозировании и транспортировке.

Примерами функциональной упаковки являются:

1. Airless-флаконы. Такие флаконы используются для кремов и сывороток. Они защищают содержимое от воздействия воздуха, что позволяет дольше сохранить активные ингредиенты. Примером является упаковка от бренда Estée Lauder, которая обеспечивает максимальную защиту от окисления.

2. Упаковка с дозатором. Бренд Clinique использует упаковку с помпой для своих увлажняющих кремов. Это позволяет точно дозировать количество продукта и обеспечивает гигиеничность их использования.

3. Сумки для путешествий. Многие бренды, такие как Sephora, предлагают мини-версии своих популярных продуктов в удобной упаковке для путешествий. Это делает их более доступными для потребителей, которые хотят взять любимую косметику с собой.

Наилучшие решения в дизайне упаковки достигаются путем нахождения гармонии между эстетическими и функциональными аспектами. Например, упаковка может быть визуально привлекательной, однако, если она неудобна в использовании, потребитель может отказаться от покупки.

К брендам, которые соблюдают баланс эстетичности и функциональности в упаковке, можно отнести:

1. Tatcha. Упаковка средств этого бренда сочетает в себе восточную эстетику с современными функциональными решениями. Например, их кремы упакованы в элегантные жестяные банки с удобными крышками, которые легко открывать одной рукой.

2. Glossier. Бренд Glossier использует минималистичный дизайн с акцентом на простоту использования. Эта упаковка не только выглядит стильно,

но и обеспечивает легкость в применении благодаря удобным тубикам и флаконам.

3. Kylie Cosmetics. Упаковка продукции Kylie Jenner сочетает в себе яркий и запоминающийся дизайн с функциональностью. Например, помады упакованы в стильные тубы с удобными аппликаторами, что делает их использование простым и комфортным.

После анализа удачных решений в упаковке, с помощью искусственного интеллекта были созданы три дизайна упаковки, соответствующие требованиям эстетики и функциональности (Рисунок 1):

1. Минималистичная упаковка с Airless (вакуумными) флаконами.
2. Фактурная упаковка с дозатором.
3. Косметическая продукция в удобной косметичке для путешествий.

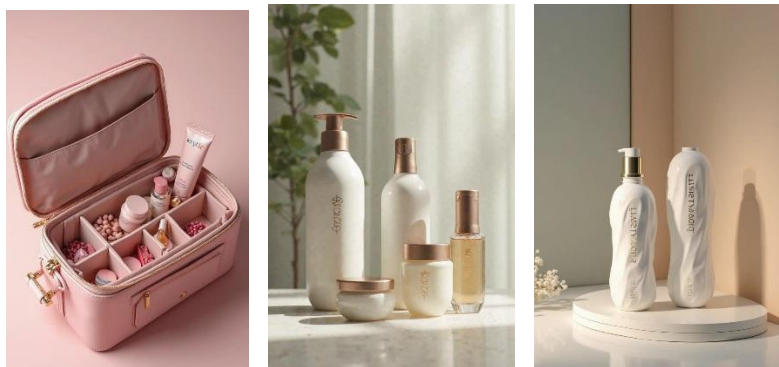


Рисунок 1 – Визуализация упаковок с помощью ИИ

Дизайн упаковки для косметических продуктов – это сложный процесс, требующий учета множества факторов. Успешная упаковка должна быть не только эстетически привлекательной, но и функциональной. Примеры таких брендов, как Chanel, Lush, Estée Lauder и Glossier демонстрируют, как можно достичь этого баланса.

В конечном итоге, упаковка является неотъемлемой частью брендинга и маркетинга косметических продуктов. Она влияет на восприятие потребителя и может стать решающим фактором при выборе товара на полке магазина. Поэтому производители должны уделять должное внимание как эстетике, так и функциональности своей упаковки, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке.