



УДК 76.01:621.798

## СУЧАСНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ ДИТЯЧИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ЗАСОБІВ

ГАНОЦЬКА Ольга, ВАН Жуньчжі  
Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна

*В роботі досліджуються тенденції розвитку дизайну упаковки дитячої фармацевтики, функціональний аналіз та раціональність дизайну фармацевтичної упаковки, що має посилити емоційний вплив на споживачів, та стимулюватиме споживчий ентузіазм, відіграючи при цьому рекламну роль, значною мірою підвищує конкурентоспроможність продуктів на ринку. Розгляд питань щодо проектування упаковки для дитячої фармацевтики базується на перспективах розвитку цієї галузі, а також привертає увагу до психологічних та естетичних потреб сучасних дітей, щоб дизайн був більш цілеспрямованим, унікальним, естетичним та розумним.*

**Ключові слова:** *дизайн упаковки, дитяча фармацевтика, мультифункціональність, концепт, передпроектне дослідження.*

### ВСТУП

Сьогодні зростання попиту на всі види товарів змушує пакувальну промисловість у розвитку товарів відігравати життєво важливу роль. Ми сподіваємось, що завдяки дослідженню цієї теми ми зможемо забезпечити дизайн упаковки дитячих фармацевтичних товарів ідеями, які можна впровадити та покращити маркетингову ситуацію на ринку зазначених товарів. На основі проведеного аналізу літературних джерел за темою було виявлено, що питанням дизайну упаковки для дитячих фармацевтичних препаратів було приділено певну увагу, зокрема деякі дослідники як наприклад Яо Вентінг [4] вказує на гуманізацію дизайну на основі дитячої когнітивної психології, а також намагається проаналізувати проблеми дизайну упаковки дитячих лікарських засобів та шляхи їх вирішення. Чен Мен з Хебейського університету науки і технологій запропонував деякі цілеспрямовані рішення щодо покращення дизайну упаковки дитячих лікарських засобів [3]. Для більш глибокого занурення за темою цього дослідження було розглянуто роботу Шона Адамса «Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти», де автор подає широкий спектр прикладів із різних галузей дизайну й досліджує прийоми та інструменти, які дизайнери використовують для впливу на аудиторію й донесення неявних повідомлень [1]. Крім того, цікавими порадами щодо пошуків нового візуального та концептуального рішення є видання Майкла Джонсона «А тепер спробуйте щось дивніше: як вижити в креативному бізнесі і лишатися невичерпним джерелом ідей». У цій роботі зібрано найкорисніші



поради, які дозволяють щодня створювати нові ідеї для розвинення креативних здібностей [2].

### **ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ**

У сучасному дизайні упаковки для дитячої фармацевтики на основі когнітивних, психологічних та фізіологічних особливостей дітей існує декілька функціональних особливостей. У поєднанні з характером та дозуванням ліків, а також іншими факторами, можна запропонувати наступні принципи дизайну дитячої упаковки ліків: легкість відкриття, легкість використання, легкість розрізнення, легкість зберігання тощо. Щоб дослідити, чи відповідає дизайн упаковки зазначеного товару принципам дизайну, та запропонувати певні заходи щодо вдосконалення відповідно до реальних потреб, було проведено передпроектний аналіз аналогів дизайну упаковки поширених на ринку дитячих лікарських засобів були виявлені основні аспекти, які мають враховуватися при створенні дизайну упаковки для дитячих фармацевтичних препаратів.

### **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ**

Цілком зрозуміло, що упаковка для фармацевтичних препаратів має бути безпечною, у якій передбачено запобігання щодо випадкового відкриття. Крім того, в дизайні упаковки має бути передбачено систему зручного дозування продукту. Інформативна частина має бути донесена у простій зрозумілій формі, помітна та легкозрозуміла інформація для батьків щодо правильного зберігання, дозування та безпеки. Щодо художньо-образної складової: використання привабливої і яскравої кольорової палітри; використання цікавих малюнків або бренд-персонажів, які зроблять упаковку більш дружелюбною та приємною для дитини. У сучасному дизайні упаковки для дитячої фармацевтики також має бути впроваджено інтерактивність та заохочення.

Дизайн-пропозиція студентки ОПП Дизайн візуальних комунікацій ХДАДМ Чень Цишань (кер. к.м. доц. О. Ганоцька) включає в себе елементи айдентики (неймінг бренду, логотип, бренд-персонаж тощо) і серію пакувань для дитячих фармацевтичних препаратів. Логотип mom – це дизайн англійського словесного знаку. Назва логотипу натхненна словом "mom", що є більш близькою вимовою слова "мама", оскільки матері є найважливішою підтримкою для своїх дітей, коли вони хворіють. Для формування позитивного іміджу бренду впроваджено бренд-персонажа – персонафіковане зображення груші, яка відіграє роль матері. Також в зазначеній стилістиці було створено низку персонажів, яких подано в ілюстративній формі в графічному рішенні упаковки.

Дизайн пляшки для фармацевтичних препаратів у рідкому агрегатному стані – зручна ергономічна форма, сучасні біополімерні матеріали, оснащення додатковими відсіками для ароматизації та смачної вітамінної цукерки. Даний варіант упаковки також враховує комунікативні функції, оскільки також має вплив на зони почуття малюка. Цей варіант упаковки представлений в груповій упаковці, розрахованій на тижневий прийом ліків. Кожна пляшечка відповідає певному емоційному забарвленню і позитивно впливає на свідомість малюка і процес лікування (рис.1).



**Рис.1.** Чень Цишань. Упаковка для рідких дитячих ліків «MOOM»

Другий варіант – дизайн пляшки для дозування та подрібнення ліків у вигляді пігулок. За конструкцією пляшка поділена на різні відсіки, де можуть розміщуватися певні ліки, завдяки кнопкам ліки можуть потрапляти у нижній відсік, де відбувається подрібнення. Дана конструкція також може бути оснащена таймером, що нагадує про час прийому ліків (рис. 2).



**Рис.2.** Чень Цишань. Упаковка для сипких дитячих ліків «MOOM»

Третій варіант за своєю формою нагадує традиційну китайську іграшку-гіроскоп, яка розповсюджена в Китаї вже більше 4000 років. Даний варіант передбачає впровадження ігрової функції упаковки, чим подовжує її життя, а також надає бренду впізнаваності та запам'ятованості. Запропоновано концепт дизайну дитячої фармацевтичної упаковки, який базується на сучасних тенденціях розвитку та технологічних інноваціях, спрямований на створення привабливого, безпечного та зрозумілого продукту для дітей та їх батьків (рис.3).



**Рис.3.** Чень Цишань. Упаковка для дитячих ліків «МООМ» з ігровою функцією

### ВИСНОВКИ

Виявлено низку функціональних особливостей у сучасному дизайні упаковки для дитячої фармацевтики на основі когнітивних, психологічних та фізіологічних особливостей дітей. У поєднанні з різноманітністю видів та дозуванням ліків та іншими факторами, запропоновано варіанти дизайну дитячої упаковки ліків, включаючи захисні, ергономічні, інформативні, комунікаційні, екологічні та естетичні функції, крім того поданий варіант дизайну упаковки демонструє включення елементів інтерактивності, та мультифункціональності, що сприятиме впізнаваності та популяризації зазначеного бренду.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.
2. Джонсон М. А тепер спробуйте щось дивніше: як вижити в креативному бізнесі і лишатися невичерпним джерелом ідей. Київ : ArtHuss, 2020. 256 с.
3. Чен М. Вступ до дизайну упаковки дитячих ліків. «Хебейська транспортна освіта», 2019.
4. Яо В. «Про гуманізований дизайн дитячої фармацевтичної упаковки». Північно-Західне мистецтво, 2014. С. 59-61.

### HANOTSKA O., WANG R. MODERN PERSPECTIVES OF PACKAGING DESIGN FOR CHILDREN'S PHARMACEUTICALS

*The paper explores trends in the development of packaging design for pediatric pharmaceuticals, functional analysis, and the rationality of pharmaceutical packaging design, aiming to enhance emotional impact on consumers and stimulate consumer enthusiasm, while also serving an advertising role that significantly increases the competitiveness of products in the market. The consideration of issues regarding the design of packaging for pediatric pharmaceuticals is based on the perspectives of the industry's development, as well as draws attention to the psychological and aesthetic needs of modern children, aiming for the design to be more purposeful, unique, aesthetic, and intelligent.*

**Key words:** *packaging design, pediatric pharmaceuticals, multifunctionality, concept, pre-project research.*