



УДК 7.05:621.798

## ПРОЕКТНІ СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ УПАКОВОК

Студ. В.В. Райниш, гр. Д-41

Науковий керівник доц. Н.В. Скляренко<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Луцький національний технічний університет

**Мета і завдання.** Метою дослідження є виділення проектних стратегій створення альтернативних упаковок. Альтернативна упаковка – це упаковка, яка з позицій дизайну розглядається як вторинна продукція. Така упаковка після споживання продукту використовується як новий об'єкт, що не пов'язаний із упакованим товаром, забезпечуючи підвищення комунікабельності упаковки та її екологічність. Засобами дизайну можна продовжити термін існування упаковки на ринку, формуючи повний цикл життя упаковки як вторинної продукції.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є багатофункціональні упаковки, які виступають вторинною продукцією. Предметом дослідження є проектні стратегії створення альтернативних упаковок.

**Методи та засоби дослідження.** Дослідження аспектів проектування упаковки як вторинної продукції здійснено в контексті екологічного підходу. Альтернативна упаковка як вторинна продукція досліджена з позицій дизайну, застосовані методи композиційного, структурно-функціонального та естетичного дизайн-аналізів. В цьому контексті набуває важливого значення переосмислення способів взаємодії упаковки та споживача. Методика проектування упаковки як вторинної продукції сприятиме підвищенню соціальної комунікабельності.

**Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів.** У роботі вперше розглянуто упаковку як вторинну продукцію. Проаналізовано проектні стратегії створення альтернативних упаковок в контексті екологічного підходу. Розглянуто екологічне мислення як частина процесу проектування такої упаковки;

**Результати дослідження.** З кожним роком вимоги до якісних характеристик упаковок стають жорсткішими. Це пов'язано з винайденням нових технологій, необхідністю збереження навколишнього середовища та збільшення асортименту харчових продуктів, які потребують якісного упакування.

Останнім часом набули розвитку дослідження, пов'язані з екологічними розробками упаковки. Загальну інформацію про екологічне проектування подають В.О.Свірко, О.В. Бойчук, В.М. Голобородько, А.Л. Рубцов, О.В. Кардаш, О.В. Чемакіна [1]. Частина досліджень торкаються матеріалів для створення упаковки, їх безпеки для споживачів [1] та способів утилізації упаковки [2]. Т.Б. Шилович окреслив шляхи розв'язання проблем збору та утилізації використаних упакувань [3]. О.С. Телетов [4] з позицій маркетингу обґрунтовує необхідність інноваційних складових: екологічної, комунікативної та ресурсозбереження у розробках упаковок, що становить комплексний підхід порівняно із фрагментарним, що існує сьогодні.

Розроблена класифікація стратегій створення альтернативної упаковки передбачає: 1) програмування поведінки споживача; 2) підвищення еко-свідомості; 3) підвищення соціальної комунікабельності.

В основу розробки проектних стратегій закладено необхідність оптимізувати зусилля і ресурси, необхідні для підтримки балансу між довкіллям і діяльністю людини. Саме в цьому полягає науково-практична цінність упаковки як вторинної продукції.

Використання принципу модульності для проектування упаковки як вторинної продукції засвідчило формування модульних систем, що стали відмінним маркетинговим засобом програмування поведінки споживача. Такий рекламний крок передбачає купівлю окремих частин або можливість їх заміни з метою отримання цілісного продукту. Проблема використання частини і цілого, тобто структурних особливостей модульних систем, у проектуванні образу середовища життєдіяльності людини, відсутність гармонійної взаємодії



структури і функції на фоні інтенсивного розвитку технологічного та інформаційного оточення обґрунтовує необхідність системного підходу до кожної дизайн-розробки упаковки як вторинної продукції.

Модульна продукція сьогодні залучається фахівцями і до сфери дизайну упаковки. Запровадження цих методів у дизайн альтернативної упаковки забезпечує розробку рекламної кампанії як цілісної покрокової стратегії. Аналогії знаходимо у просуванні бренду «Ростішка» російської компанії «Данон», що базується на використанні пазлів-магнітиків з динозавриком Діно, які дуже люблять колекціонувати малюки. Рекламні комунікації торкаються дитячого сегменту, запроваджуючи модульні «додатки» інформаційно-ігрового характеру (одиночні фрагменти на кожному продукті спонукають до постійної їх купівлі з метою складання цілого зображення). Аналогічна стратегія запроваджена і для упаковки. Споживач зацікавлений у купівлі значної кількості продуктів з метою отримання упаковок від них. Формування такої комунікативної системи або способу позначення ідеї має соціально-культурне підґрунтя, торкаючись духовних основ життя людини.

Стратегії підвищення еко-свідомості та соціальної комунікації пов'язані із посиленням взаємодії між упаковкою і людиною, що базується на екологічному підході.

Як приклад синтезу трьох окреслених напрямків стратегії проектування було здійснено власну розробку шахів з коробки цукерок Open/play «Sweet game». В основі проектування упаковки як вторинної продукції лежать актуальність, функціональність, оригінальність, екологічність і ергономічність. Об'єднавши шоколад і ідею коробки (шахової дошки), створено унікальну коробку-гру. Тривалий термін використання упаковки забезпечується можливістю постійної комунікації між людьми, що даруватиме радість і позитивні емоції. Поява таких дизайн-розробок, що характеризуються швидкою зміною форми та призначення, несуть риси інтерактивності та ґрунтуються на принципах екологічності, дозволяє уникнути нагромадження непотрібних зайвих речей.

**Висновки.** У публікації розкрито проектні стратегії створення альтернативних упаковок та розроблена їх класифікація: 1) програмування поведінки споживача; 2) підвищення еко-свідомості; 3) підвищення соціальної комунікабельності. Синтез окреслених проектних стратегій дозволяє використати альтернативну упаковку як засіб впливу на поведінку споживача, а також з метою керування поведінкою людини на рівні підсвідомості.

Проектування упаковки як вторинної продукції у ХХІ ст. задає методичні підвалини альтернативного дизайну альтернативної упаковки, що базується на екологічному мисленні та сприяє підвищенню комунікативності людини.

**Ключові слова.** Альтернативна упаковка, класифікація, проектування, стратегії.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Свірко В.О., Бойчук О.В., Голобородько В.М., Рубцов А.Л., Кардаш О.В., Чемакіна О.В. Дизайнерська діяльність: екологічне проектування. Науково-методичне видання. Київ: УкрНДІ ДЕ, 2016. 196 с.
2. Способи утилізації упаковки. URL: <http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/sposobi-utilizatsii-upakovki> (дата звернення: 13.01.19)
3. Шилович Т. Б. Основи конструювання упаковок. Конспект лекцій з «Навчальної дисципліни з основ конструювання упаковок». Київ, 2017. С. 46-52.
4. Телетов О. С., Шатова В. М. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу. *Маркетинг інновацій*.. 2014, №2. С.11-20