

СТУДЕНТСЬКІ ФАНТАЗІЇ НА ТЕМУ ЕКСКЛЮЗИВНОЇ УПАКОВКИ

Ганоцька О.В., аспірант

Харківська державна академія дизайну і мистецтв.

Анотація. Дана стаття продовжує серію публікацій, в яких розглядається сегмент ексклюзивної упаковки. Особлива увага приділяється тематиці індивідуальної упаковки багаторазового використання для ювелірних виробів. Акцент робиться на тому, як це питання вирішують студенти кафедри графічного дизайну на заняттях з дисципліни «макетування та моделювання упаковки».

Ключові слова: ексклюзивна упаковка, дизайн, ювелірні вироби.

Аннотация. Ганоцкая О.В. Студенческие фантазии на тему эксклюзивной упаковки. Данная статья продолжает серию публикаций, в которых рассматривается сегмент эксклюзивной упаковки. Особенное внимание уделяется тематике индивидуальной упаковки многократного использования для ювелирных изделий. Акцент делается на том, как этот вопрос решают студенты кафедры графического дизайна на занятиях по дисциплине «макетирования и моделирования упаковки».

Ключевые слова: эксклюзивная упаковка, дизайн, ювелирные изделия.

Annotation. Ganotskaya O.V. Student imaginations on the theme of the exclusive packaging. The given article continues the series of publications about the segment of the exclusive packaging. The special attention is attended to the subject of the reusing of individual packing for the jewelry. An accent is done on that, as this question is decided by the students of department of graphic design on their practical training on the discipline of «modeling and design of packing».

Keywords: exclusive packaging, design, jewelry.

Постановка проблеми. Сьогодні упаковка – складова частина продукту, а її властивості безпосередньо впливають на конкурентоспроможність товару. Якість упаковки багато в чому визначає прихильність споживача. При насиченості ринку великою кількістю близьких за якістю товарів, упаковка стає певним чинником конкурентної боротьби. Тому сьогодні, працюючи над упаковкою, дизайнеру необхідно постійно відстежувати зміни в естетичних, функціональних і технологічних вимогах, які висуваються суспільством, ринком і виробництвом. Сьогодні потрібно зробити акцент на тому, що за рахунок збільшення асортименту товарів утворюється нова група продукції – елітна, яка у свою чергу потребує вже не стандартної, а ексклюзивної упаковки. Особливо важливим при такій ситуації є вирішення задачі створення образу продукту, тобто як саме дизайн упаковки сприяє виявленню певних характеристик продукту. Потрібно зауважити, що ювелірна продукція сама по собі є товаром, вартість якого знаходиться у високій цінній групі. І чим вишуканіший товар, більш висока ціна ювелірного виробу, тим, напевно, упаковка для нього повинна також відповідати високій цінній категорії.

Відмітимо, що за останні п'ять років виробництво в ювелірній галузі України збільшилося в 5 разів. Поліпшення економічної ситуації, рівня життя населення, вкорінення ювелірної продукції в суспільній свідомості як інвестиційного товару, митні бар'єри, відміна акцизу на ювелірні вироби,

перевага якісної вітчизняної продукції є основними чинниками, які зумовили дане зростання.

На сьогоднішній день, за інформацією Державної пробірної служби України, лівову частку всього об'єму випуску ювелірних виробів країни забезпечують 30 підприємств. Серед них – ВАТ «Київський ювелірний завод», ЗАТ «Харківський ювелірний завод», «Львівський ювелірний завод», Вінницьке ГП «Кристал», ЧПП «Аргентум» (Одеса), ТОВ «Ювелір сервіс» (Краматорськ), ТОВ «Багет фірми Беріг» (Донецьк), ЗАТ «Аурум» (Одеса), ТОВ «Краматорській ювелірний завод», ЧФ «Фаворит» (Харків), ЧФ «Аквамарин» (Харків), ТОВ «Арніка» (р. Київ), ТОВ «Гаразд» (р. Київ), ТОВ «Брюс» (р. Харків) та ін. Як видно, в основному це підприємства Київської, Харківської, Донецької та Одеської областей, тобто підприємства, розташовані в регіонах з найвищим попиту на ювелірні вироби.

В'язок роботи з важливими науковими або практичними задачами.

Стаття написана за темою та матеріалами дисертаційної роботи, відповідно до індивідуального плану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існує ряд публікацій, в яких розглядаються різні аспекти ексклюзивної упаковки для ювелірних виробів. Так, наприклад, В. Хойер торкається питання економічності виготовлення: «Будь яка упаковка є фактором витрат, пов'язаних з виробництвом товарів. Кількість витрат на упаковку повинна знаходитись у розумній пропорції до вартості товару в упаковці. Тому при створенні нового виду упаковки слід завжди звертати увагу на те, з якою мірою витрати на неї залежать від її функцій. Різноманітні витрати на пакувальні матеріали повинні відповідати економічній користі. Упаковка ніколи не повинна ставати самоціллю [5, с. 44]».

Дуже уваженою й обґрунтованою стосовно технологічного аспекту є публікація Д. Костюхіна «Дерев'яний парадокс. Немасова упаковка», де визначено, що такі матеріали, як дерево або фанера сьогодні практично перестали використовуватися в повсякденній масовій упаковці: «Сьогодні дерево, можна сказати, знаходить нове життя в презентаційній, елітній упаковці, і цінується якраз за рідкість і вкладену працю. Ідея такої упаковки здатна, спираючись на фізичні властивості матеріалу і технологію, утілитися в справжній витвір мистецтва [2, <http://www.kursiv.ru>]».

О. Бестужева у статті «Унікальная упаковка для драгоценного содержимого» зупиняється на матеріально-конструктивному аспекті ексклюзивного підходу у виготовленні упаковки і стверджує, що в умовах масового виробництва неможливо створювати упаковку для ексклюзивних виробів з технологічних і економічних причин. Тому поступово стали з'являтися невеликі фірми, що утворюють так звану «елітну упаковку» для дорогих малотиражних речей. Але назва «елітна» по суті своїй досить умовна. Така упаковка виробляється малим тиражем, з великою часткою висококваліфікованої ручної праці і з використанням дорогих матеріалів [1, с. 56]». Вона розглядає два

способи виготовлення «унікальної упаковки», які існують на сьогоднішній день: використання вже існуючих зразків «елітної упаковки» та спроба вирішити питання «ювелірними ж методами», тобто створити футляр-шкатулку, який сам став би окремим предметом ювелірного мистецтва.

Ексклюзивну упаковку розглядає Т.О. Сердобинська у своїй статті «Одежда для упаковки», надаючи їй статус упаковки подарункового типу, яка сама по собі є товаром і може бути предметом багаторазового використання. Вона визначає можливі галузі виробництва, де ексклюзивна упаковка буде доречною, та стверджує: «Ексклюзивна упаковка ніколи не буває чистим об'єктом пакувального ремесла, тільки упаковкою, а складається з поєднання корисного і красивого. В основі ж завжди лежить функціональність, яка спирається на красу, вишукування, естетику і незвичність [4, с. 116]».

Сучасні перетворення в галузі упаковки в основному базуються на її функціональному призначенні. Сьогодні стала вельми актуальною тема «другого життя упаковки», що також можна віднести до ексклюзивного сегменту дизайну упаковки. «Продовження життя упаковки» – надзвичайно поширена «начинка маркетингу» для сучасного виробництва. В світовій практиці існує безліч варіацій на цю тему. Один з таких способів представила Тетяна Кузнєцова у роботі «Новая технология маркетинговой терапии, или вторая жизнь упаковки»: «Еволюція упаковки набирає силу. Сучасний споживач досвідчений і прискіпливий. Догодити йому стає надзвичайно складно. Орієнтуючись на покупця, розробники нових маркетингових технологій сформуvalи нову тенденцію, на чолі якої, в першу чергу, стоїть функціональність, точніше, багатофункціональність продукту. В таких умовах позиціонування упаковки в очах споживача повністю порушує логічний ланцюжок покупки товару: після безпосереднього вживання продукту покупець не викидає упаковку, а використовує її як, наприклад, предмет інтер'єру, забезпечуючи тим самим «друге життя» упаковки. Крім того, вторинне використання упаковки вирішує також екологічні проблеми, пов'язані з упаковкою товару» [3, <http://www.kursiv.ru>].

Задача статті – визначення основних задач, які стоять перед дизайнерами при створенні ексклюзивної упаковки для ювелірних виробів.

Підготовка спеціалістів графічного дизайну потребує вивчення актуальних проблем і задач у галузі проектування упаковки. Дисципліна «Макетування і моделювання упаковки» є однією з профілюючих на кафедрі графічного дизайну Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Протягом навчання студенти цієї кафедри вивчають основні функції сучасної упаковки, вимоги, які до неї ставляться, а також умови виробництва та технології виготовлення, сучасні різновиди пакувальних матеріалів. Не обминається увагою і дуже цікава тема на сьогодні у галузі пакування – тема ексклюзивної, елітної упаковки. Більш детально студенти знайомляться з нею на IV курсі, коли виконують завдання по проектуванню упаковки багаторазового

використання для ювелірних виробів під керівництвом старшого викладача кафедри графічного дизайну – Сердобинської Тетяни Олександрівни.

Перед студентами ставиться непроста задача, при виконанні ексклюзивної упаковки, особливо для ювелірних виробів, потрібно враховувати безліч деталей. Насамперед, треба пам'ятати, що сьогодні споживач стає більш вимогливим і розбірливим, тому і виникає необхідність в більшій різноманітності товарів, але таких, що виробляються невеликими тиражами, а звідси й упаковок для них. Відомо, що зараз в нашій країні сформувалась певна кількість людей, які можуть собі дозволити мати в приватній власності дуже дорогі предмети декоративно-прикладного мистецтва, ювелірні вироби, колекціонувати найцінніші антикварні об'єкти. Следством цих змін стає і більш дбайливе відношення в суспільстві до подарунків. Все більш запитаними стають вироби виконані тільки уручну, на замовлення і в одиничному екземплярі, вони мають чималу ціну. Природно, що забезпечити такі речі упаковкою масового виробництва неможливо, тому виникає ідея створення для таких об'єктів ексклюзивної упаковки. Тепер покупець вже здатен платити за те, що куплена річ існує в обмеженій кількості екземплярів, а тому престижно її мати у себе. Звичайно, найчастіше такими товарами стають предмети, які ми даруємо, якими прикрашаємо своє життя. Проте, далеко не завжди, знайшовши і придбавши вподобану річ, можна підібрати для неї відповідну упаковку.

Цю проблему дуже вдало вирішують студенти кафедри графічного дизайну, утворюючи упаковку багаторазового використання для елітних товарів з таких матеріалів, як кераміка, деревина, шкіра, із застосуванням дорогоцінного каміння, металів та тканин, а також з використанням висококваліфікованої ручної праці. Саме в цьому завданні студенти можуть проявити свою творчу уяву повною мірою, дозволивши собі найсміливіші фантазії.

Студенти Харківської державної академії дизайну і мистецтв постійно приймають участь у різноманітних конкурсах на кращу упаковку і посідають найпрестижніші місця, отримують нагороди та премії. Так, наприклад, унікальна робота студента Тітова Євгена – ексклюзивна упаковка для чоловічих запонок зі шкіри, отримала І премію на Всеукраїнському конкурсі на кращу упаковку для ювелірних виробів – «Ювелір Артпром» весною 2004 року. Ця упаковка була виконана з урахуванням всіх сучасних вимог. Здається неможливим отримання такої складної зігнутої поверхні без стиків і підкромених деталей. Сьогодні натуральна шкіра – єдиний матеріал, який завдяки своїм унікальним властивостям, дозволяє вирішувати ці задачі (рис. 1).

В результаті постійних пошуків найбільш досконалого рішення створюється футляр-шкатулка, який сам стає окремим предметом ювелірного мистецтва, який доповнює і підкреслює вишуканість того, що в ньому міститься. Ціна такої упаковки відповідає високій вартості виробу. Проте, ціна упаковки, навіть дуже дорогої, не повинна перевищувати межу розумного. Окрім цього, така упаковка і сама вимагає дуже дбайливого відношення до себе. І в цьому



Рис. 1. Титов Євген.

Упаковка багаторазового використання зі шкіри для чоловічих запонок.



Рис. 2. Тарасова Ірина.

Упаковка багаторазового використання з деревини, у вигляді лева для кільця.

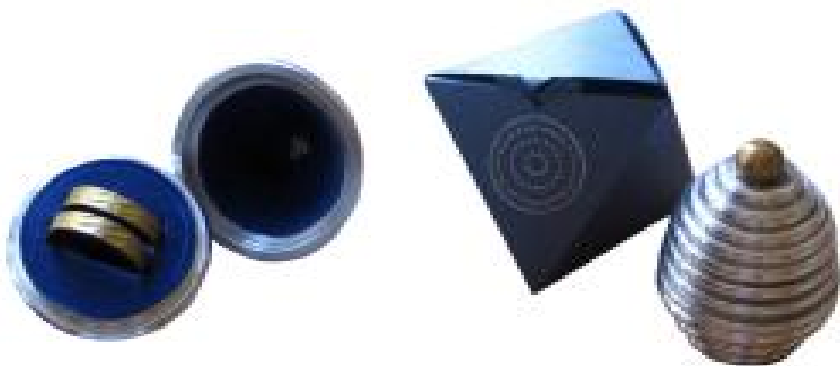
випадку доводиться виготовляти ще один додатковий захисний футляр з іншого матеріалу, як це зробила Тарасова Ірина у створенні упаковки багаторазового використання для каблучки (рис. 2).

Створені студентами упаковки ручної роботи для зберігання і демонстрації ексклюзивних виробів ювелірного мистецтва максимально підкреслюють всі достоїнства ювелірних виробів, створюють комфортне середовище для їх існування, додатково прикрашають, але не тьмарять собою головного – того скарбу, що знаходиться всередині. І зовні футляр виглядає так, що може служити прикрасою туалетного столику.

Отже, можна об'єднати всі задачі, що стоять перед творцями «унікальної упаковки». Перш за все, футляр повинен стилістично точно відповідати пакувальному виробу, це досягається тільки дизайнерською розробкою. Необхідно, щоб зовнішній вигляд футляра «по статусу» відповідав вмісту, тобто



*Рис. 3. Циганок Наталя.
Упаковка багаторазового
використання для брошки.*



*Рис. 4. Карпенко Світлана.
Упаковка багаторазового використання з металу для обручок*

якість виконання робіт і матеріалів, що використовуються, повинна бути бездоганною: матеріал повинен говорити про те, що всередині знаходиться дорога, ексклюзивна річ. Іноді гарний ефект досягається шляхом сполучення матеріалів, як наприклад, зробила у своїй роботі студентка Циганок Наталя, поєднавши кераміку з деревиною (рис. 3).

Упаковку треба виконувати так, щоб максимально забезпечувати збереження ювелірного виробу без зайвих кріпильних деталей. При знятті або відкритті кришки не повинно виникати необхідності виймати предмет для демонстрації, сам футляр покликаний максимально підкреслювати красу і унікальність вмісту. Термін життя такої упаковки повинен бути таким же, як і у речі, що зберігається в ній. Кажучи простіше, необхідно створити футляр такий же унікальний, одиничний, як і річ, для якої він створюється. Упаковка повинна бути невід'ємною частиною ювелірної прикраси. І це також вдалося Карпенко Світлані, яка вирішила задачі кріплення весільних обручок усередині футляра. Точні ложементи з синього оксамиту не тільки красиві, але і завдяки повному приляганню до виробу забезпечують його фіксацію у футлярі без яких-небудь додаткових деталей (рис. 4).

Висновки: Всі вказані задачі вимагають використання особливих матеріалів, висококваліфікованої ручної праці і порівняно більших тимчасових термінів. Відомо, що в інших країнах існують підприємства по виробництву ексклюзивних ювелірних предметів, які створюють при собі майстерні по виробництву «унікальної упаковки» для таких товарів. В нашій країні, на жаль, така тенденція поки що не спостерігається. Упаковку для ювелірних виробів вітчизняні виробники найчастіше замовляють за кордоном. Проте, потрібно пам'ятати, що висока собівартість такого виробництва тим не менше окупається у сфері реклами, репутації фірми, більш вигірної подачі продукції і кращої реалізації. Часто «ексклюзивна упаковка» сама стає частиною корпоративного стилю фірми, її візитною картою.

Література:

1. Бестужева Е. Уникальная упаковка для драгоценного содержимого / Е. Бестужева // Тара и упаковка. – 2004. – №4. – С. 56-59.
2. Костюхин Д. Деревянный парадокс. Немассовая упаковка / Д. Костюхин // Пакет. – 2003. – №4. – Режим доступа: http://www.kursiv.ru / kursivnew /paket_magazine / archive /21/58. php
3. Кузнецова Т. Новая технология маркетинговой терапии, или вторая жизнь упаковки / Т. Кузнецова // Пакет. – 2003. – № 6. – Режим доступа: http://www.kursiv.ru / kursivnew /paket_magazine /archive /23 /44. php
4. Сердобинская Т.А. Одежда для упаковки / Т.А. Сердобинская // Тара и упаковка. – 2005. – № 4. – С. 116.
5. Хойер В. Как делать бизнес в Европе; пер. Киреевой В. // Тара и упаковка.– 1992. – №4. – С. 44-46.

Надійшла до редакції 15.10.2007