УДК 76.01:621.798.1:004.9
ID ORCID 0000-0001-6403-1592

Ганоцька О. В.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ДИЗАЙН УПАКОВКИ МАЙБУТНЬОГО: ПРОГНОСТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Ганоцька О. В. Дизайн упаковки майбутнього: прогностичні тенденції розвитку. *У статті розглядаються основні тенденції розвитку дизайну упаковки, які в майбутньому закріплять свої позиції та нададуть можливості разом із подальшим розвитком новітніх технологій та матеріалів з'явитися принципово новим зразкам упаковки. Споживча упаковка — це складова частина продукту, її властивості безпосередньо впливають на конкурентоспроможність товару, а якість упаковки сьогодні 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, а також проаналізувати прогностичні тенденції розвитку дизайну упаковки.*

Ключові слова: *графічний дизайн, дизайн упаковки, прогностичні тенденції, універсальність, екологія, інноваційність.*

Ганоцкая О. В. Дизайн упаковки будущего: прогностические тенденции развития. *В статье рассматриваются основные тенденции развития дизайна упаковки, которые в будущем закрепят свои позиции и дадут возможность вместе с последующим развитием новейших технологий и материалов появиться принципиально новым образцам упаковки. Потребительская упаковка — это составная часть продукта, ее свойства непосредственно влияют на конкурентоспособность товара, а качество упаковки сегодня во многом определяет предпочтения потребителя. При насыщенности рынка большим количеством близких по качеству товаров упаковка становится определенным фактором конкурентной борьбы. Поэтому сегодня, работая над упаковкой, дизайнеру необходимо постоянно отслеживать изменения в эстетических, функциональных и технологических требованиях, предъявляемых обществом, рынком и производством, а также проанализировать прогностические тенденции развития дизайна упаковки.*

Ключевые слова: *графический дизайн, дизайн упаковки, прогностические тенденции, универсальность, экология, инновационность.*

Hanotska O. Future Packaging Design: Prognostic Development Trends.

Background. *Manufacturers are turning to designers with suggestions for creating something extraordinary, supernatural and innovative with the ever-increasing number of packaging for goods. Some manufacturers can boast of original packaging of their products, but most of non-standard ideas are still concept projects. Eco-packaging, smart packaging, flavoring, multifunctional and versatile packages that speak or glow are predicted to be actively used in the future.*

The purpose *of the article is to identify prognostic trends in the development of packaging design in the future and to characterize them.*

Results. *The twentieth century has brought some achievements in the field of packaging production, but the environmental situation is aggravated, the only way out is the transition to the use of environmentally friendly and organic materials. Thus, one of the main trends in the world related to the design of packaging is the improvement of environmental situation. Today the direction of eco-packaging develops in several directions: first of all, it is the usage of environmental materials, secondly, it is the introduction of new eco-materials for creation of food packaging, and thirdly, it is renewal of the packaging, it means the introduction of new functions or creation of a multifunctional packaging that does not become litter. The idea of making polymeric materials subject to biodegradation has been at the center of attention of scientists around the world for over forty years. According to the International Organization for Standardization, biodegradable plastics are polymers whose decay occurs under the influence of bacteria, fungi and algae. Despite the fact that the cost of such packaging is higher than usual, many large retail chains, supermarkets began to use the packaging made of biodegradable materials. Therefore, manufacturers increase the production of such packaging and materials for its production.*

Another point is the program devoted to so-called "active" packaging systems. "Active packaging systems" are designed for food products with an extended shelf life. Thus, protection of goods is carried out not only passively but also actively. So-called "smart" materials, on the contrary, are designed to reflect the state of a food product. These can be integration into packaging materials that come in contact with food, components that change color if the food product is spoiled, or those that prove that the product has been kept at constant temperature throughout the shelf life of retail chain. Environmental aspect and safety of usage are among technological advantages of "smart packaging".

Innovative development in the field of environmental packaging is directed to edible packaging. This packaging does not leak and doesn't let oxygen go out. It is made from a protective electrostatic gel, formed by the interaction between natural edible particles, nutrients and polysaccharides. This package is well combined with any kinds of gastronomy.

Today, innovative packaging developments of the future relate to specific replacement of plastic packaging. This package is a drop-shaped container for water. It is ed-

Рецензент статті: Дейнеко Ж. В., кандидат технічних наук, доцент кафедри медіасистем і технологій, Харківський національний університет радіоелектроніки

Стаття надійшла до редакції 25.01.2018

ible, durable, hygienic, biodegradable, easy and cheap to produce. It is made from seaweed extract.
A very interesting development of introduction of the latest technology into design is the idea of packaging with a built-in voice device. The VTT Research Center believes that it is a growing market, and in the future, when this technology becomes cheaper, such original packaging will become a common occurrence.
The latest development is packaging with a diagnostic function, that is, packaging with a built-in chip-scanner, which will determine the impact of the product on the human body. Perhaps in the near future package-informers will encourage humanity to more serious approach as for food choice. It is necessary to turn to the theme of universal packaging design too. So, universal packaging is able to adapt to the consumer, and not to adjust the consumer and his life to it. It can change shape, color, provide accessible and understandable information to any consumer and it can be easily recycled.
Regarding present basic trends in the design of packaging, it is necessary to distinguish the handmade technique, because handmade packaging has always been appreciated by consumers. With the help of the original wrapper the manufacturer emphasizes that his product is designed individually, taking into account all its advantages and tastes. In addition, flavored packaging materials that were used in packaging production were presented at the latest packaging design exhibitions. Nowadays the introduction of flavoring in packaging design is another innovative idea that has a great potential for development.
***Conclusions.** It is likely that the packaging of the future will be a convenient and maximally protected container, which will give not only visual and tactile information, but will also affect other receptors. The prognostic trends in packaging design can be outlined in the following areas: eco-packaging, which will be made from environmentally friendly materials that are subject to rapid biodegradation, from edible materials, and also will be multifunctional packaging; smart packaging with digital labels that describe product quality; "Active" packaging, which provides certain properties of the product in a long-term storage; package with built-in voice device; packaging using flavored materials; handmade packaging, which reflects originality and authenticity; universal packaging that can fit under certain conditions and interactive packaging.*

***Keywords:** graphic design, package design, prognostic development trends, universality, ecology, innovation.*

Постановка проблеми. Останні десятиріччя свідчать про виокремлення пакувального дизайну України в спеціалізовану галузь графічного дизайну, а також демонструють становлення окремих сфер виробництва, які забезпечують виробництво пакувальних матеріалів, виготовлення спеціального устаткування, розробку дизайну упаковки, поліграфію тощо. При постійно зростаючій кількості упаковок для товарів виробники звертаються до дизайнерів із пропозиціями щодо створення чогось незвичайного та інноваційного. Деякі виробники вже можуть похвалитися оригінальними упаковками своєї продукції, проте більшість нестандартних ідей поки що залишаються концепт-проектами. Упаковки з вбудованими звуковими пристроями, екоупаковки, smart-упаковки, ароматичні, багатофункціональні та універсальні — згідно з прогнозами, все це буде активно використовуватися в майбутньому.

Зв'язок роботи з важливими науковими або практичними завданнями. Стаття написана відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри графічного дизайну Харківської державної академії дизайну і мистецтв, а також за підсумками стажування у Харківській організації Спілки дизайнерів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У першу чергу хотілося б зупинитися на вагомій роботі доктора Гордона Л. Робертсона (Gordon L. Robertson) «Food Packaging: Principles and Practice». Це вже третє оновлене та розширене видання автора, відомого знавця та консультанта з цього питання (MTech and PhD in food technology, professor in the School of Agriculture and Food Science at the University of Queensland in Brisbane, Australia), в цій роботі він надає новітню інформацію про нові та активні технології упаковки харчових продуктів, інтегруючи концепції з хімії, мікробіології та інженерії [11].

Також серед новітніх теоретичних робіт з дизайну упаковки є книга В. М. Кривошея «Упаковка в украинских реалиях», у якій автор ретроспективно повідомляє історичні факти, реальні події та статистичні дані у минулому, теперішньому та майбутньому української пакувальної індустрії. Також у книжці наведені висловлювання відомих професіоналів, спеціалістів у пакувальній галузі України та світу [5].

Стосовно нових перетворень у галузі дизайну зазначає у своїй статті «Дизайн постіндустріальної епохи: нові виміри, нові вимоги» відомий український теоретик О. В. Бойчук: «Минуло вже декілька десятиліть з того часу, як цивілізоване суспільство вступило в постіндустріальну епоху. Англійською мовою цю епоху вчені охрестили терміном "Sustainable Era" ("Ера сталого розвитку"), а головними її складовими визначили такі морально-гуманістичні ознаки, як гармонізація відношень людини з природою, інформатизація суспільства, верховенство знань, креативність робітників» [1, с. 67]. Зокрема О. В. Бойчук наголошує, що стратегія збалансованого гуманітарно-економічного розвитку суспільства «визначає нові виміри і висуває дизайну нові вимоги, головні з яких: інноваційна спрямованість, економічна доцільність, екологічна орієнтованість проектних розробок» [1, с. 71].

Мета статті — виявити прогностичні тенденції розвитку дизайну упаковки в майбутньому та охарактеризувати їх.

Виклад основного матеріалу дослідження. XX століття привнесло певні здобутки у галузі виробництва упаковки, особливо з винаходом пластмас, які стали даром промислових технологій та певним благом для людства. Однак сьогодні ситуація кардинально змінюється, оскільки масштаби забруднення пластиком продовжують набирати обертів і, за прогнозами фахівців, якщо все триватиме так і далі, то до 2050 року людство стоятиме на межі екологічної катастрофи. Глобальність проблеми полягає в тому, що приблизно 33 % всього пластику використовується одноразово, після чого викидається, а цей матеріал органічно не розкладається. Єдиний вихід із цієї ситуації, що дозволяє зменшити забруднення планети пластиком, — це перехід до використання екологічно чистих та органічних матеріалів. Такі вироби самостійно розкладаються і переробляються в природі, при цьому не виділяючи токсичні речовини.

Тематики екологічного дизайну торкаються у своїй роботі «Екологічний дизайн: до проблеми формування засад професійної освіти» В. М. Голобородько та О. В. Соболєв: «Екологічний дизайн має стати єднальною ланкою між матеріальними потребами людини, культурою суспільства й довкіллям. Будь-який дизайн-проект сьогодні повинен пропагувати екологічні цінності у вигляді: уваги до відтворювальних, збережених і охоронних відносин із природою; установки на причетність до цілого, тобто сприйняття себе як частини існуючого, проектованого або функціонуючого цілого» [4, с. 17].

Таким чином, одна з головних тенденцій у світі, яка стосується розробки дизайну упаковки, — це покращення екологічної ситуації. Дизайн екоупаковки сьогодні розвивається за декількома напрямками: це, в першу чергу, використання екологічних матеріалів, по-друге, впровадження нових екоматеріалів задля створення їстівної упаковки, по-третє, подовження життя упаковки, тобто введення нових функцій або створення багатофункціональної упаковки, яка не стане сміттям. Ідея виготовлення полімерних матеріалів, що піддаються біорозпаду, перебуває у центрі уваги вчених усього світу вже понад сорок років. За визначенням Міжнародної організації зі стандартизації, пластики, які біорозпадаються, — це полімери, розпад яких відбувається під впливом бактерій, грибків і водоростей. Зрозуміло, що застосування таких пластиків мінімізує шкідливу дію на екологію навколишнього середовища. Великі перспективи належать матеріалам, виготовленим із кукурудзи. «Один із нових матеріалів, що біорозпадається, успішно вийшов на ринок, — це Mater-Bi, який був запатентований в Італії ще 1995 року компанією Novamont. Він є сумішшю кукурудзяного крохмалю, полівінілового спирту і полікапролактону» [2]. Пластики з кукурудзи розпадаються повністю. Незважаючи на те, що для повного впровадження технології вимагається провести ще низку досліджень, уже зараз у пакувальній індустрії існує безліч продуктів із цих матеріалів: у Європі поширені продуктові й побутові пакети з подібних пластиків, пляшки з подібних матеріалів використовуються у Європі й Канаді. Кількість інновацій у цій галузі постійно зростає. Хоч особливу увагу вчені приділяють крохмалю і целюлозі, останні п’ять років зростає інтерес до використання альтернативних матеріалів — пектину, полісахаридів, що поєднуються з полівініловим спиртом, олією зерен рапсу. Перспективним є полімер молочної кислоти — полілактид, продукт бактерійної ферментації кукурудзи, цукрового буряка. За своїми фізичними показниками він схожий із низкою відомих синтетичних полімерів (кристалічним полістиролом, гнучким ПВХ) і повністю біорозпадається.

Іншим моментом є програма, присвячена так званим активним пакувальним системам, які розроблено для застосування в пакуванні харчової продукції з подовженим терміном придатності продукту в умовах тривалого зберігання. Вони можуть бути розроблені на додаток до компонентів, які безпосередньо призначені для харчового виробництва, або для абсорбції деяких субстанцій із харчових продуктів. «Термін “активна упаковка” з’явився у науково-технічній літературі на початку 90-х рр. XX ст… Активна упаковка містить спеціальні додатки (поглиначі газів і вологи, ароматизатори, антимікробні й ферментні препарати), які сприяють покращенню товарного вигляду та збереженню органолептичних властивостей харчової продукції, тобто ознак, що впливають на органи чуття» [2]. Саме активна упаковка має властивість не тільки подовжувати строки зберігання продукту, але й змінювати на краще склад продукту — а це справа дуже корисна та перспективна. Захист товару здійснюється тепер не тільки пасивно, а й активно. Активна упаковка швидко розповсюджується у заокеанських країнах.

Так звані «розумні» ж матеріали, навпаки, розроблені для відображення стану харчового продукту. Це можуть бути інтеграції у пакувальні матеріали, що контактують із харчовими продуктами, компоненти, які змінюють колір у випадку, якщо харчовий продукт зіпсований, або ті, що

доводять, що продукт зберігався при постійній температурі протягом усього терміну зберігання в мережі роздрібної торгівлі тощо. Здається, що бум на «розумну упаковку» в найближчі декілька років тільки збільшиться. Нещодавно на ринок були випущені програмований контейнер для рідин, етикетки на фрукти, такі види упаковок покликані повідомляти, наскільки свіжі продукти всередині. Ще одна функція, що була інтегрована в упаковку, — механізм відліку часу, щоб полегшити встановлення точного часу використання виробів. Ця система розроблена у першу чергу для косметичної упаковки. Особливий дизайн дозволяє оснастити вже існуючу упаковку таймерами, не тільки покликаними забезпечити своєчасне використання препаратів, а й запрограмованими на подання сигналу при невчасному відкритті упаковки.

Компанія «SmartPack» виводить на ринок революційну розробку у сфері зберігання, змішування і використання складних багатокомпонентних продуктів. Найближчим часом нова технологія може з'явитися на українському ринку упаковки для рідин. Принципово нова упаковка для рідин технологічна і проста у використанні. Вона дозволяє розмежовано зберігати компоненти продукту без додавання консервантів. Готовий продукт споживач отримує в результаті одного оберту кришки — безпосередньо перед використанням. Змішування відбувається миттєво, завдяки чому не втрачаються корисні властивості продукту, а термін його зберігання значно збільшується. Серед технологічних переваг «розумної упаковки» — екологічність і безпека використання. Нова технологія дозволяє не вдаватися до застосування елементів, що розриваються та викидаються. Завдяки моментальному приготуванню потрібної суміші вона повністю виключає контакт користувача з компонентами до змішування.

Інноваційною розробкою в галузі екологічної упаковки є напрям їстівної упаковки. Ідея натуральної упаковки для твердої їжі — WikiPearl — народилася у біоінженера, професора Гарвардського університету Девіда Едвардса (David Edwards). Деякий час він розглядав можливість застосовувати для харчових продуктів і напоїв натуральну упаковку — на зразок тієї, в якій природа «зберігає» фрукти та овочі. Девід Едвардс вказує: «Натхненна природою, технологія WikiFoods може служити упаковкою для широкого кола продуктів харчування і напоїв, геть виключаючи необхідність у пластиковій чи поліетиленовій упаковці, замінюючи останні упаковкою з натуральних інгредієнтів. Як і шкірка овочів та фруктів, упаковка WikiFoods працює не тільки як бар'єр проти втрати води і забруднень, вона також є дуже смачною і містить поживні елементи» [9]. Після довгого дослідження зі своїми студентами, Девід Едвардс продовжив розробку у співпраці з дизайнером Франсуа Азамбургом (François Azambourg) і біологом Доном Інгбергом (Don Ingber). Ця новітня технологія отримала головний приз за інновацію на виставці SIAL 2012 і набула широкого визнання, а натхненні реакцією громадськості і потенційних партнерів учені організували компанію під назвою WikiFoods Inc. Ця упаковка не пропускає воду та кисень, виготовлена із захисного електростатичного гелю, утвореного шляхом взаємодії між натуральними їстівними частинками, поживними речовинами і полісахаридами.

Ще один приклад їстівної упаковки — це желейні склянки Jelloware з агар-агару, які розробила дизайнер студії «The way we see the world». Такі склянки цілком можуть їсти навіть вегетаріанці, тваринний желатин у них замінений рослинним агар-агаром, колір їм надають харчові барвники, а смак — ароматизатори. Якщо ж потрібно викинути тару, її повністю поглинають мікроорганізми.

Нещодавно лондонський startup Skipping Rocks Lab розробив упаковку майбутнього, яка може стати певною заміною пластикової упаковки. Ця інноваційна упаковка має назву «Ooho» (www.skippingrockslab.com/ooho!.html) і являє собою краплеподібну ємність для води, досить міцну, гігієнічну, таку, що біологічно розкладається, їстівну і яку легко і дешево виробляти, вона створена з екстракту морських водоростей, її можна не тільки їсти, а й без шкоди для природи викинути, така упаковка швидко розчиняється та зникає. Технологія розроблялася два роки, зараз її творці патентують цей метод, за допомогою якого вже зовсім скоро вони збираються почати виробництво Ooho, а поки що шукають інвесторів і намагаються привернути до свого винаходу більше уваги. На їхню думку, їстівна і недорога обгортка зможе вирішити проблему пластикових відходів і зменшити забруднення навколишнього середовища. Їстівні контейнери Ooho можуть стати практичною упаковкою для напоїв різних смаків. Засвітившись на різних заходах і запустивши пробну партію у виробництво, startup сподівається розкрутити ідею, а вже за кілька років скласти гідну конкуренцію самим TetraPak [6].

На даний момент цікавим прикладом є метод виготовлення упаковки з морських водоростей, яка швидко біорозкладається. Індонезійська компанія, що запропонувала це унікальне рішення, готова виготовляти упаковку довгострокового зберігання, при цьому таку, яка добре розчиняється в теплій воді. Пакувальні матеріали, виго-

товлені з індонезійських морських водоростей, вирішують одразу кілька проблем. У першу чергу, це чудове рішення проблеми у боротьбі із забрудненням у самій Індонезії, оскільки ця країна є другою за величиною, яка забруднює Світовий океан пластиковими відходами. Основна маса з них — це упаковка від продуктів харчування. «Організація Evaware розробила таку упаковку в двох напрямках використання: перший — розкладається мікроорганізмами, призначається для упаковки мила та інших промислових товарів; другий варіант, який застосовується як упаковка продуктів харчування, наприклад, чайних пакетиків, приправ, круп та кави, тобто така упаковка не має смаку і запаху і зникає в теплій воді, до того ж вона насичена вітамінами та мінералами» [7].

Перейнявшись японським духом новацій і футуристичного дизайну, італійський дизайнер Андреа Понті (Andrea Ponti) представив свій новий концепт екологічної упаковки Life. Нова ідея полягає в тому, що ця упаковка являє собою щільний пакет із паперу та бавовни, без жодних хімічних чорнил, фольги та поліетилену, такий, що чудово утримає воду. Головною «фішкою» екологічної упаковки Life є те, що вона обходиться без пластикового горлечка: в ній використаний спеціальний запірний механізм, який теж зроблений із щільного картону. «Звичайно, не варто забувати, що целюлозно-паперова промисловість — це також один із найсерйозніших забруднювачів навколишнього середовища, проте автор наполягає на тому, що пакет із паперу без пластикових частин швидко розкладеться в навколишньому середовищі» [8].

У попередній статті [3] розглядалася тема інтерактивної упаковки, яка сьогодні також набуває певної популярності. «Упаковка, яка дозволяє отримати значно більше інформації про товар та виробників, а також надає продукту додаткових властивостей: привертає увагу, вносить елементи гри, є інтерактивною. І це унікальний інструмент взаємодії зі споживачем, який допомагає прийняти рішення про покупку в місцях продажу, поставити питання, відправити відгук, здійснити повторну покупку або розповісти про покупку в соцмережах. Основні тенденції у дизайні інтерактивної упаковки — це упаковка з нанесенням різноманітних кодів та міток, що при скануванні надають потрібну інформацію; розумна упаковка з індикаторами, що повідомляють про придатність продуктів до споживання. Одним із перспективних напрямів є використання доповненої реальності у дизайні упаковки товарів, а також упаковка з функцією open & play. Це може стати корисним і для споживача, і для розкриття рекламної концепції» [3, с. 52].

Дуже цікавою розробкою щодо впровадження новітніх технологій у дизайн є ідея упаковки з вбудованим голосовим пристроєм. Наприклад, нова упаковка завдяки спеціальним кодам несе в собі різну інформацію, яка може бути непомітно вбудована в будь-яке надруковане зображення. Спеціальний зчитувальний пристрій у формі авторучки використовується для розшифровки закодованої в зображенні інформації та її відтворення у вигляді аудіофайлів. Радіочастотні мітки NFC або мітки зв’язку ближньої дії (NFC) від Центру технічних досліджень VTT можуть наноситися на будь-яку упаковку, а споживач може активувати код на упаковці за допомогою свого смартфона, оснащеного спеціальним застосунком для NFC. Він завантажує текст, аудіофайли або інтернет-сторінки з інформацією про продукт, яку можна прочитати або прослухати на телефоні. В одному з прикладів, наведених у дослідженні [3], йдеться про мітку NFC, нанесену на фармацевтичні препарати, на якій персоналом аптеки записані голосові інструкції з його застосування, щоб допомогти, наприклад, слабким на зір і незрячим пацієнтам. Наразі кількість смартфонів, які підтримують технологію NFC, обмежена. Однак це зростаючий ринок, і в майбутньому, коли дана технологія стане більш дешевою, така оригінальна упаковка стане звичним явищем.

Дизайнери британської студії Mind Design (Лондон, Велика Британія) є авторами оригінальної упаковки з вбудованим голосовим пристроєм для Lacoste. Спільно з відомим дизайнером Томом Діксоном (Tom Dixon) вони розробили брендинг і упаковку для двох сорочок поло фірми Lacoste. Як графічне рішення було обрано техніку рельєфного тиснення. Для Techno сорочки поло відтворено лейбл, який при натисканні на кнопку говорить голосом дизайнера Тома Діксона. Тобто в даному випадку упаковка сама розповідає про свої переваги і рекламує товар (рис. 1).

Новітньою розробкою також є упаковка з функцією діагностики. У різних країнах світу порізному намагаються обмежити вживання алкоголю і цигарок. Найчастіше держава домагається бажаних результатів за допомогою підвищення цін на дану категорію продуктів. Цілком ймовірно, що скоро з’явиться інший спосіб залучення людини до здорового способу життя — упаковка з вбудованим чіпом-сканером, що визначатиме вплив продукту на організм людини, зокрема, наприклад, на рівень холестерину або кислотний баланс. Можливо, в недалекому майбутньому упаковки-інформатори будуть використовуватися не тільки у сфері виготовлення тютюново-алкогольної продукції, а й для всіх товарів, що

Рис. 1. Mind Design & Tom Dixon, упаковка для двох сорочок поло фірми Lacoste. Лондон, Велика Британія, 2014 [URL : http://www.minddesign.co.uk/show.php?id=189&pos=6&cat=6]

спонукатиме людство більш серйозно підходити до вибору продуктів харчування.

Необхідно також звернутися до тематики універсального дизайну упаковки. Наприклад, російське брендингове агентство «Quantum Graphics» (Москва) представило футуристичну концепцію дизайну упаковки для лінійки молочних продуктів (рис. 2): «Упаковка майбутнього, на наш погляд, — це універсальна упаковка, здатна підлаштовуватися під споживача, а не підлаштовувати споживача і його побут під себе. Ідея нашої упаковки полягає у тому, що ви можете ліпити з неї те, що вам потрібно. Вам не доведеться думати, як вмістити її на полиці холодильника, де багато інших товарів і предметів, не доведеться думати, як її легко відшукати серед інших упаковок, вам навіть не доведеться думати, що ж написано у складі продукту. Усе це поєднує у собі універсальна упаковка: надайте їй потрібну форму, оберіть колір, який сподобався. Після вживання продукту не думайте про утилізацію, а просто помістіть пляшку у струмінь гарячої води, і вона розчиниться, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу і не забруднюючи його. У наш побут уже увійшла тенденція до використання іконок і смайликів, і це змусило нас замислитись про те, що у майбутньому відпаде необхідність використовувати слова на упаковках. Тому в дизайні упаковки використані універсальні іконки, які є зрозумілими для всіх споживачів» [10].

Стосовно сьогоденних основних трендів у дизайні упаковки потрібно виділити техніку hand made, оскільки упаковки ручної роботи завжди цінувалися споживачами: за допомогою оригінальної обгортки виробник підкреслює, що його товар розрахований на кожного окремо, враховуючи всі його переваги і смаки. Останнім часом на міжнародних конкурсах з дизайну упаковки тако-

Рис. 2. Quantum Graphics. Ідея універсальної упаковки. Москва, Російська Федерація, 2016 [URL : http://www.qgraphics.ru/e-to-u/]

му напрямку приділяють багато уваги. Крім того, на останніх виставках з дизайну упаковки було презентовано ароматизовані пакувальні матеріали, які використовувалися при виробництві упаковки та етикетки. Впровадження ароматизації у дизайні упаковки — це ще одна новаторська ідея, яка має сьогодні великий потенціал розвитку.

Висновки. Цілком ймовірно, що упаковка майбутнього являтиме собою зручну і максимально захищену ємність, яка не тільки передає візуальну і тактильну інформацію, а ще й впливає на інші рецептори. Новітні концепти дизайну упаковки є популярним напрямком серед організаторів міжнародних конкурсів з дизайну упаковки. Прогностичні тенденції у дизайні упаковки можна окреслити наступним чином:

1. Екоупаковка, тут мається на увазі три напрямки: упаковка з екологічних матеріалів, що піддаються швидкому біорозпаду; упаковка з їстівних матеріалів, а також подовження життя упаковки — упаковка open & play, багатофункціональна упаковка.
2. «Розумна» етикетка або упаковка (smart package) з цифровими мітками, індикаторами температури та якості продукту, яка реагує на зміну зовнішніх умов і під їх впливом відображає інформацію про товар.
3. «Активна» упаковка, тобто застосування в пакуванні харчової продукції з подовженим терміном придатності додаткових речовин, що надають певних властивостей продукту в умовах тривалого зберігання.
4. Упаковка з вбудованим пристроєм, що передає голос, музичний супровід або певні звуки, які інформують покупця про властивості товару, його відмінні особливості або готовність харчового продукту до вживання.

5. Упаковка з використанням ароматизованих матеріалів, що дозволяє доповнити певний візуальний образ продукту.
6. Артупаковка, або упаковка hand made — самобутня, аутентична, неповторна та оригінальна.
7. Універсальна упаковка, яка здатна підлаштовуватися під певні умови.
8. Інтерактивна упаковка, тобто упаковка з доповненою реальністю (електронною графікою), яка відображає всю інформацію в електронному вигляді.

Література:

1. Бойчук О. В. Дизайн постіндустріальної епохи : нові виміри, нові вимоги [Текст] / О. Бойчук // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. — 2017. — № 5. — С. 66–72.
2. Будникова О. А. Утилизация полимерных материалов. Немецкий опыт и российская реальность [Електронний ресурс] / О. А. Будникова, Б. О. Будников // Пакет. — 2005. — № 10. — Режим доступу : http://www.kursiv.ru/kursivnew/paket_magazine/archive/34/12.php (дата звернення : 25.01.2018). — Назва з екрана.
3. Ганоцька О. В. Інтерактивна упаковка: нові можливості у дизайні [Текст] / О. В. Ганоцька // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. — 2017. — № 3. — С. 43–52.
4. Голобородько В. М. Екологічний дизайн: до проблеми формування засад професійної освіти [Текст] / В. М. Голобородько, О. В. Соболєв // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. — 2017. — № 2. — С. 13–17.
5. Кривошей В. Н. Упаковка в украинских реалиях [Текст] / В. Н. Кривошей. — Львов : Украинская академия печати, 2017. — 288 с. : ил.
6. Ларионов В. Ooho — дешевая и съедобная альтернатива пластиковой упаковке [Електронний ресурс] / Вячеслав Ларионов // Hi-news.ru : Новости высоких технологий : [веб-сайт]. — 18.04.2017. — Режим доступу : https://hi-news.ru/technology/ooho-deshyovaya-i-sedobnaya-alternativa-plastikovoj-upakovke.html (дата звернення : 23.01.2018). — Назва з екрана.
7. [Никитина К.] Уникальная съедобная упаковка из морских водорослей [Електронний ресурс] / shance [Ксения Никитина] // Родовид : [блог]. — 23.01.2018. — Режим доступу : https://rodovid.me/soznatelnoe_potreblenie/unikalnaya-sedobnaya-upakovka-iz-morskih-vodorosley.html (дата звернення : 25.01.2018). — Назва з екрана.
8. Пакеты из бумаги с водой: экологичная упаковка будущего [Електронний ресурс] // Novate.ru : интернет проект. — [2007–2018]. — Режим доступу : http://www.novate.ru/blogs/190511/17662/ (дата звернення : 03.01.2018). — Назва з екрана.
9. Съедобная упаковка для продуктов уже не миф [Електронний ресурс] // Узнай все : [информационный портал]. — Режим доступу : https://uznayvse.ru/interesting-facts/siedobnaia-upakovka-dlia-produktov-uzhe-ne-mif.html (дата звернення : 24.01.2018). — Назва з екрана.
10. Упаковка будущего от Quantum Graphics [Електронний ресурс] // Unipack : [отраслевой портал]. — 2 декабря. — 2016. — Режим доступу : https://news.unipack.ru/62949/ (дата звернення : 25.01.2018). — Назва з екрана.
11. Robertson G. Food Packaging: Principles and Practice [Текст] / Gordon L. Robertson. — 3rd ed. — London : CRC Press, 2012. — 733 p.

References:

1. Boichuk, O. V. (2017). Dyzain postindustrialnoi epokhy: novi vymiry, novi vymohy [Design of post industrial epoch: new perspectives, new requirements]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv — Bulletin of Kharkov State Academy of Design and Arts, 5*, 66–72. (In Ukrainian).
2. Budnikova, O. A. & Budnikov, B. O. (2005). Utilizatsiya polimernykh materialov. Nemetskii opyt i rossiiskaya real'nost' [Utilization of polymer materials. German experience and Russian reality]. *Paket — Package, 10.* Retrieved from http://www.kursiv.ru/kursivnew/paket_magazine/archive/34/12.php. (In Russian).
3. Hanotska, O. V. (2017). Interaktyvna upakovka: novi mozhlyvosti u dyzaini [Interactive packaging: new opportunities in design]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv — Bulletin of Kharkov State Academy of Design and Arts, 3*, 43–52. (In Ukrainian).
4. Holoborodko, V. M. & Soboliev, O. V. (2017). Ekolohichnyi dyzain: do problemy formuvannia zasad profesiinoi osvity [Environmental design: the problem of formation of professional education foundations]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv — Bulletin of Kharkov State Academy of Design and Arts, 2*, 13–17. (In Ukrainian).
5. Krivoshei, V. N. (2017). *Upakovka v ukrainskikh realiyakh* [Packing in Ukrainian realties]. Lvov : Ukrainskaya akademiya pechati. (In Russian).
6. Larionov, V. (2017, April 18). Ooho — deshevaya i s"edobnaya al'ternativa plastikovoi upakovke [Ooho — a cheap and edible alternative to plastic packaging]. *Hi-news.ru.* Retrieved from https://hi-news.ru/technology/ooho-deshyovaya-i-sedobnaya-alternativa-plastikovoj-upakovke.html. (In Russian).
7. Nikitina, K. [shance]. (2018, January 23). Unikal'naya s"edobnaya upakovka iz morskikh vodoroslei [Unique edible packaging from seaweed]. *Rodovid.* Retrieve from https://rodovid.me/soznatelnoe_potreblenie/unikalnaya-sedobnaya-upakovka-iz-morskih-vodorosley.html. (In Russian).
8. Pakety iz bumagi s vodoi: ekologichnaya upakovka budushchego [Paper bags with water: ecological packaging of the future]. (2007–2018). *Novate.ru*. Retrieved from http://www.novate.ru/blogs/190511/17662/. (In Russian).
9. S''edobnaya upakovka dlya produktov uzhe ne mif [Edible packaging for food is no longer a myth]. (N. d.). *Uznai vse — Learn all.* Retrieved from https://uznayvse.ru/interesting-facts/siedobnaia-upakovka-dlia-produktov-uzhe-ne-mif.html. (In Russian).
10. Upakovka budushchego ot Quantum Graphics [Packing of the future from Quantum Graphics]. (2016, Desember 2). *Unipack.* Retrieved from https://news.unipack.ru/62949/. (In Russian).
11. Robertson, G. L. (2012). *Food Packaging: Principles and Practice.* (3rd ed.). London : CRC Press. (In English).