

УДК 658.8:504.06

Онуфрієнко Н.Л.¹, Павлова В.В.²

¹ старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ-417 НУ «Запорізька політехніка»

ЕКО-ПАКУВАННЯ В СИСТЕМІ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Виробники, продавці та покупці обмінюються через пакування певною інформацією, так би мовити «ведуть бесіду між собою» за допомогою різноманітних образів, символів, стилів. Виробник товару або посередник мають певною мірою відповісти на наступні запитання, розробляючи нову еко-пакування: наскільки проект упаковки відповідає сутності товару, його ціні та іміджу; привертатиме упаковка увагу споживача; зберігатиме упаковка товар від пошкодження; полегшуватиме упаковка роботу продавця не тільки за умови його пересування, а і як засіб миттєвої комунікації покупця з товаром; достатньо проект упаковки відрізняється від упаковки аналогічних товарів конкурентів; проявляється екологічність пакування при використанні та утилізації, відсутнє еко-деструктивний вплив на довкілля тощо.

Польська дизайнерка Мая Сжипек запропонувала креативну та екологічну упаковку із сухої скошеної трави для яєць «Happy eggs». Пакування є стійким та за своїми характеристиками не поступається звичайній картонній упаковці. Еко-пакування із сіна має багато переваг: по-перше, це є візуальною комунікацією (незвичне та стильне рішення); по-друге, це є екологічність пакування (сіно – природний поновлюваний матеріал та його використання корисне для підтримки балансу в навколишньому середовищі).

Канадський студент розробив креативну концепцію екологічної банки для меду, яка виготовлена зі 100% бджолиного воску. Кришка для банки вироблена з дерева. Поширеною практикою є використання воску як матеріалу для виготовлення пакування, що є символічним, екологічним та привертає увагу з боку покупця.

Каліфорнійський винний бренд «Truett-Hurst» випустив напій у паперовій пляшці, що створена за концепцією «GreenBottle», що була запропонована дизайнером Кевін Шоу з агентства «Stranger & Stranger». «GreenBottle» виготовлена у формі пляшки з пресованої паперової маси та вакуумного пластикового вкладиша всередині. Обидві частини пакування цілком придатні до переробки (після використання вмісту пляшки, її паперову частину необхідно відділити від пластикової, згорнути і здати в пункт переробки).

Португальська студія «Rita Rivotti» розробила концепцію для бренду Tyto Alba, зробивши наголос на його екологічному іміджі. Головним акцентом концепту стала упаковка для пляшки з вином, що була виготовлена з дерева та мала круглий отвір посередині, перетворюючи її з коробки для пляшки на справжню шпаківню для пташок.

Американська компанія з виробництва доглядової косметики «Pangea Organics» вирішила допомогти довкіллю (щороку у світі вирубують понад 90 мільйонів дерев, щоб виготовити пакування для продуктів) і створила упаковку, яка збільшує кількість дерев. «Pangea» випускає органічне брускове мило в цілком екологічному контейнері (пакування створюють із пресованого переробленого паперу та води, але додають у суміш насіння ялинових дерев, тобто контейнер зі звичайної екологічної упаковки перетворюється на справжню розсаду) [1].

Авторка дизайну пакування для косметики OCN Лара Крензингер запропонувала виготовляти його із переробленого пластику, що був піднятий з дна океану. Назва бренду OCN — і океан як джерело корисних властивостей косметики, і як той, кому потрібна допомога [2].

За умов переходу України до економіки замкнутого циклу, що припускає собою діяльність, яка забезпечує розумне повторне використання, відновлення або переробку витратних матеріалів та сировини, еко-пакування все більше знаходить своє застосування у різних господарських сферах та галузях промисловості – використання в транспортній тарі для овочів, фруктів, ягід гофрованого картону. Однією з важливих властивостей гофрованого картону є відповідність екологічності, тому що гофрокартон виготовляється з вторинної сировини макулатури та підлягає утилізації шляхом повторної переробки [3].

Таким чином, еко-свідомість як виробника, так і споживача є одним із глобальних трендів: для виробників репутація eco-friendly стає однією із

можливостей поглибити лояльність або залучити нових клієнтів, тому дизайн пакування перестає бути лише візуальною привабливістю обгортки, споживачі все частіше звертають увагу на матеріал, з якої виготовлено пакування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Екологічний дизайн: 5 варіантів упаковок. *Bazilik* : веб-сайт. URL: <https://bazilik.media/ekolohichnyj-dyzajn-5-variantiv-upakovok> (дата звернення 05.04.2021).

2. Дизайн - підбірка еко свідомих пакувань. 9 «голих», органічних та інших eco-friendly рішень. *Telegraf* : веб-сайт. URL: <https://telegraf.design/dyzajn-pidbirka-ekosvidomyh-pakuvan> (дата звернення 05.04.2021).

3. Еко пакування: складова частина циркулярної економіки. *Публічне акціонерне товариство «Жидачівський целюлозно-паперовий комбінат»* : веб-сайт. URL: https://zhkpaper.com/eko_pakuvannya (дата звернення 05.04.2021).