

Студенческий конкурс на лучший дизайн упаковки как отражение процессов реальной экономики

Подведены итоги 26-го международного студенческого конкурса на лучший дизайн упаковки «**Заводной апельсин 2021**» (www.zavodnoy-apelsin.ru). Несмотря на пандемию, традиционно в нем приняли участие студенты из университетов и колледжей России (российские вузы в этом году были представлены из Владимира, Кемерово, Костромы, Красноярска, Москвы, Омска, Орла, Переславля-Залесского, Пятигорска, и Тулы), а также из Армении, Беларуси и Украины (протокол конкурса см. на сайте www.magpack.ru).

Почему конкурс продолжает оставаться актуальным, устойчивым, все 26 лет? Причин этому, на мой взгляд, несколько. Главная из них – то, что конкурс организован не учебным заведением, а отраслевым (а точнее сказать – межотраслевым) производственным негосударственным журналом «Тара и упаковка» в сотрудничестве с ГК «Дубль В». Ежегодно конкурс проходит при поддержке ведущих предприятий и организаций упаковочной индустрии. В независимое жюри входят специалисты отрасли, профессиональные дизайнеры, журналисты отраслевых изданий, представители отраслевых объединений предпринимателей и торгово-промышленных палат. Отличительной особенностью этого студенческого конкурса является то, что преподаватели университетов и колледжей ни в его организации, ни в жюри – не участвуют...

Ежегодно организаторы издают и распространяют иллюстрированный каталог победителей. Кроме того, конкурс проходит при информационной поддержке ведущего журнала упаковочной индустрии «Тара и упаковка», ведущего портала упаковочной индустрии Unipack.ru и ряда отраслевых изданий и университетских сайтов.

Вероятно, другой важной причиной долгожительства нашего конкурса является то, что он появился и развивался практически одновременно с рождением в 90-е годы и развитием новой для российской экономики упаковочной отрасли. Ведь именно в те годы, по инициативе журнала «Тара и упаковка», в системе высшего образования, впервые в нашей стране, была создана новая образовательная специальность «Технологии и дизайн упаковочного производства», а чуть позднее в рамках кафедр дизайна и промышленной графики появилась специализация «Дизайн упаковки».

Конечно, конкурс привлекает не только студентов, получающих дипломы и призы производственного конкурса, но и их преподавателей, которые в условиях рыночной экономики и сложнейших условиях реконструкции системы образования, ищут новые направления и возможности подготовки специалистов и их последующего трудоустройства.

А что же реально дает наш конкурс его участникам кроме дипломов и призов? В процессе подготовки проекта студент, зачастую самостоятельно, независимо от образовательных процессов, знакомится с «миром упаковки». Приходя в магазин, он самостоятельно наблюдает за тем, какие упаковки пользуются успехом у покупателей. Мысленно он иногда становится и маркетологом, и ритейлером, и мерчендайзером... Таким образом, он получает зачатки брендинга, реально начинает понимать значение и роль упаковки в жизни человека. Получает представление конкуренции, о влиянии упаковки на

увеличение объемов продаж, на покупательную способность, о ее влиянии на окружающую среду и экологию. Иными словами – идет процесс самообразования. Преподавателю же, зачастую, просто необходимо заложить основы, задать тему.

Студент, зачастую сам придумывает фирменное, конкурентоспособное название упаковываемого продукта, разрабатывает (или использует существующую) конструкцию. Оформляет ее с учетом национальных или экспортных особенностей. Участвуя в конкурсе, студент знакомится историей дизайна упаковки, с технологиями ее изготовления, с элементами рыночной экономики, получает опыт конкурентной борьбы.

Кстати, наверное, главное в нашем конкурсе не победа. Главное – само участие, возможность «с головой окунуться» в тему, познакомиться с упаковками-«конкурентами», реально познакомиться с будущей профессией, попробовать свои силы в ней.

В заключение отмечу, что в конце 2021 года наконец-то возобновит свою работу наш **Музей истории и дизайна упаковки** (www.museumpack.ru). Он распахнет свои двери для посетителей в туристической зоне Сергиева Посада Московской области. И наиболее интересные, креативные образцы упаковок – победители конкурса «Заводной апельсин», попадут в архив Музея и станут доступными для специалистов отрасли, дизайнеров и всех интересующихся.

***Председатель Оргкомитета конкурса,
Главный редактор журнала «Тара и упаковка»
Игорь Смиренный
www.ismiren@mail.ru***