

Інформація — наша професія

Редакційна колегія

Цей лаконічний слоган вперше з'явився на сторінці редактора в журналі «Упаковка» № 1-2010 р. (№ 74 за загальним рахунком). З того часу він не покидає цю сторінку і символізує основний напрям діяльності працівників редакції часопису. Інформація — це своєрідна комунікація між редакцією, авторами статей та читачами журналу, які отримують нові знання про упаковку та всі її складові. З іншого боку, однією з основних функцій упаковки є її інформативність, яка також є важливим комунікаційним засобом між виробниками та споживачами продукції і доносить до споживача різноманітну інформацію про продукцію. Із цього погляду всілякі інформаційні заходи про упаковку у будь-якому вигляді — це додаткові знання як для професіоналів у сфері пакування, так і для пересічних споживачів, які кожного дня стикаються з продукцією в упаковці.

Зважаючи на це, редакція журналу «Упаковка» кожного року організовує та проводить різноманітні інформаційні заходи на виставкових форумах, інформаційно підтримує проведення конкурсів, конференцій, круглих столів, семінарів.

Зокрема, важливими заходами є конкурси на кращу упаковку та етикетку — «Українська зірка упаковки» та «Українська етикетка» відповідно. Вони беруть свій початок із 1999 р. Якщо кількома словами охарактеризувати їх, то це конкурси «не за гроші», купити перемогу в них не можливо. Важливою та характерною ознакою конкурсів є їхня висока професійність. Її забезпечують чіткі та змістовні умови, високопрофесійне журі, залучення до участі кращих українських компаній та дизайнерських центрів, умова щодо впровадження зразків упаковки та етикетки у серійне виробництво. Вражає кількість учасників конкурсів (щорічно від 20 до 50 компаній), які представляють майже всі регіони України (до 17 міст).

Таблиця 1.
Учасники конкурсів «Українська зірка упаковки» та «Українська етикетка»

Рік	Кількість		
	Зразки	Компанії	Міста
1999	87	27	11
2000	198	31	10
2001	225	35	10
2002	381	40	15
2003	455	52	17
2004	252	33	17
2005	220	32	16
2006	205	47	14
2007	197	39	14
2008	129	34	12
2009	91	24	10
2010	115	18	11
2011	91	20	13
2012	88	16	8
2013	87	24	15
2014	52	17	7

За всі роки проведення на конкурс було представлено 2873 зразків упаковки та етикетки (табл. 1). За підсумками 16 проведених конкурсів журі визначало переможцями зразки упаковок та етикеток 84 підприємств. Продукція 10 підприємств ставала переможцями 5 і більше разів (рис. 1). А зразки упаковки ПАТ «Укрпластик» 43 рази вигравали нагороди конкурсу «Українська зірка упаковки».

На час становлення журналу («Упаковка» № 1) Анатолій Козак, директор компанії «Пакет», писав: «На жаль, пакувальна індустрія України відстає від світового рівня. Ми не беремо участі у світових конкурсах на кращу упаковку. Тому світові зірки упаковки поки не для нас». Українські підприємства в 1998 р. вперше взяли участь у конкурсі на кращу упаковку World Star, який проводить Всесвітня організація пакувальників (WPO). З того часу вони брали участь в 16 конкурсах World Star. У цих конкурсах за перемогу змагалися 84 українські упаковки (рис. 2), перемагали — 45, вироблених 16 підприємствами (рис. 3). Серед них компанії «Укрпластик» (18 перемог), «Профі-Прес» (5 перемог), «Фоліо Плюс» (4 перемоги), «Бліц-Пак» та «Консюмерс-Скло-

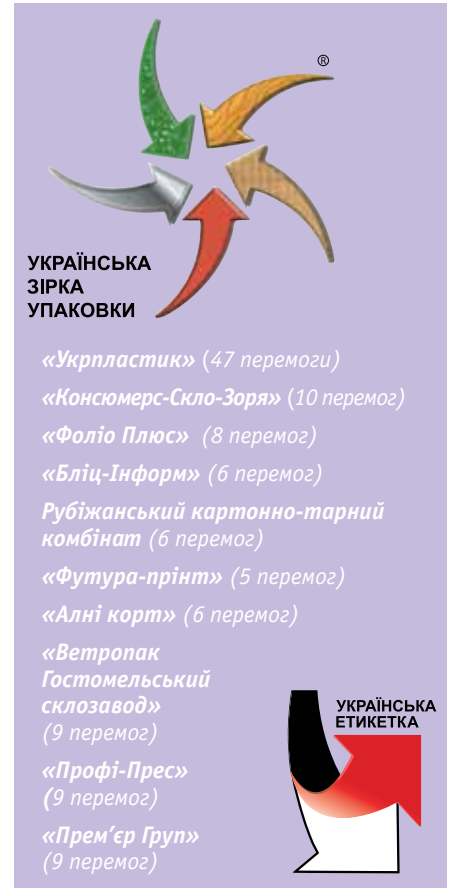


Рис. 1. Переможці (більше 5 разів) конкурсів «Українська зірка упаковки» та «Українська етикетка»

Зоря» (по 3 перемоги), «Ветропак Гостомельський склозавод» та «Експрес» (по 2 перемоги), а також по одній перемозі отримали компанії «Віденська кава», «Рубіжанський картонно-тарний комбінат», «Керам-Сервіс», «Прем'єр Груп», «Житомир-Полісакс», «Медіа Груп», «Гламур Пак», «Київський картонно-паперовий комбінат» та «Грін Оул». Усі ці перемоги свідчать про світовий рівень української упаковки, для виробництва якої застосовують найсучасніші технології та обладнання світових лідерів, використовують сировину, пакувальні матеріали та допоміжні пакувальні засоби найвищої якості. У тому, що рівень української

Кількість зразків

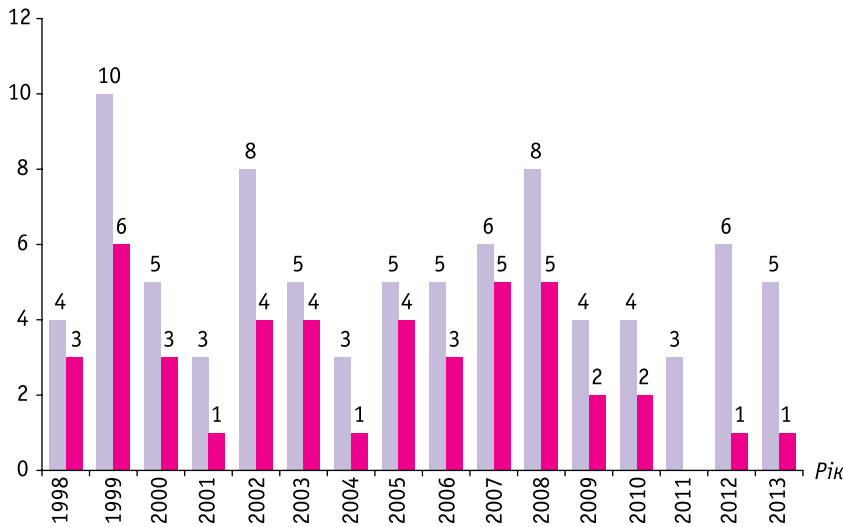


Рис. 2. Учасники (■) та переможці (■) конкурсу World Star від українських підприємств



- «Укрпластик» (18 перемог)
- «Профі-Прес» (5 перемог)
- «Фоліо Плюс» (4 перемоги)
- «Бліц-Пак» (3 перемоги)
- «Консюмерс-Скло-Зоря» (3 перемоги)
- «Ветропак Гостомельський склизавод» (2 перемоги)
- «Експрес» (2 перемоги)
- «Віденська кава» (1 перемога)
- Рубіжанський картонно-тарний комбінат (1 перемога)
- «Керам-Сервіс» (1 перемога)
- «Прем'єр Груп» (1 перемога)
- «Житомир-Полісакс» (1 перемога)
- «Медіа Груп» (1 перемога)
- «Гламур Пак» (1 перемога)
- Київський картонно-паперовий комбінат (1 перемога)
- «Грін Оул» (1 перемога)

Рис. 3. Українські компанії, зразки упаковки яких у різні роки перемагали в конкурсі World Star



Таблиця 2.
Конференції, підтримані часописом «Упаковка»

Назва	Термін проведення	Кількість			Аудиторія
		Проведення конференції	Доповіді	Учасники	
Конференція з проблем пакування	листопад	13	271	1 516	студенти
«Новітні технології пакування»	березень-квітень	12	152	836	магістранти, аспіранти
«Пакувальна індустрія (стан та перспективи)»	травень	7	150	486	фахівці вищої кваліфікації

упаковки належний, можна пере-свідчитись у будь-якому українському супермаркеті, де на власні очі кожний охочий може переконатися у високій якості та безпечності упаковки, порівнюючи її з тим, що міг бачити за кордоном.

Потужними інформаційними заходами, які надають максимальну кількість корисної теоретичної та практичної інформації, безперечно є семінари, конференції та дискусійні круглі столи. За всі роки свого існування журнал «Упаковка» підтримав, ставши інформаційним партнером, 88 таких заходів, на яких виголошено 853 доповіді, а серед учасників були присутні 7 318 фахівців.

Крім численних конференцій, семінарів, круглих столів та майстер-класів відомих дизайнерів, які проводяться в рамках інформаційних заходів на виставкових форумах, редакція часопису інформаційно підтримує серію конференцій, які організовані Клубом пакувальників та вибудовані у гармонійну систему, що охоплює фахівців різного рівня підготовки (табл. 2). Тематика цих конференцій обговорюється заздалегідь, вона, як правило, включає актуальні проблеми розвитку пакування і стосується всіх сфер пакувальної індустрії. Тематику конференції «Пакувальна індустрія» формує програмний комітет, який у жвавій дискусії вибирає найбільш сучасні та

актуальні напрями, за якими пропонує виступити з доповідями відомим фахівцям. Так, у різні роки тематика цієї конференції була сконцентрована на таких проблемах: безпечність пакувальних матеріалів та упаковки; інноваційні технології в пакувальному виробництві; упаковка для харчової продукції; технічне регулювання у виробництві упаковки та інші. Варто підкреслити, що конференції є потужним заходом, який додає знань та практичних навиків його учасникам. Журнал «Упаковка» на своїх сторінках анонсує багато інформаційних заходів, по закінченні яких надає докладний репортаж про найцікавіші моменти конференцій та семінарів.