

Секция
«УПАКОВОЧНОЕ ПРОИЗВОДСТВО»

УДК 663.919

**Влияние особенностей конструкции и дизайна упаковки
для шоколада на предпочтения белорусских потребителей**

Борщевская Ю.В.

Научный руководитель Балабанова Т.Ф.

Белорусский национальный технический университет

Шоколад – одно из наиболее распространенных кондитерских изделий на сегодняшний день. По оценкам маркетологов 69 % белорусских потребителей приобретают кондитерские изделия, из них 96,7 % предпочитают шоколад. Основные характеристики, отличающие шоколад различных производителей: состав, наличие какао-порошка и его процентное содержание, наличие натуральных добавок, наличие ароматизаторов, идентичных натуральным.

Эти показатели определяют натуральность продукта и его вкусовые качества. Для потребителей имеет значение при выборе шоколада следующее: производитель, вкус, добавки, упаковка, дизайн.

Несмотря на то, что в этом списке упаковка и ее внешний вид стоит на последнем месте, именно она определяет возможность идентификации производителя. Упаковка играет наиболее важную роль при первом выборе продукта среди всего предлагаемого многообразия. Элементами упаковки являются: материал; конструкция (размеры, форма, наличие замков, «окон»); дизайн (цветовое и шрифтовое сочетание, декоративные элементы – тиснение фольгой, конгревное тиснение); логотип, товарный знак; информация.

Менее 5 % покупателей интересуются содержанием информации, нанесенной на оборотной стороне упаковки. Этот элемент оказывает наименьшее влияние на их предпочтения. Гораздо большее оказывается наличие на лицевой стороне упаковки знакомого логотипа, даже при выходе на рынок новой линейки шоколада уже известного производителя.

При анализе частоты покупок среди потребителей шоколада выявлена следующая тенденция (рисунок 1).

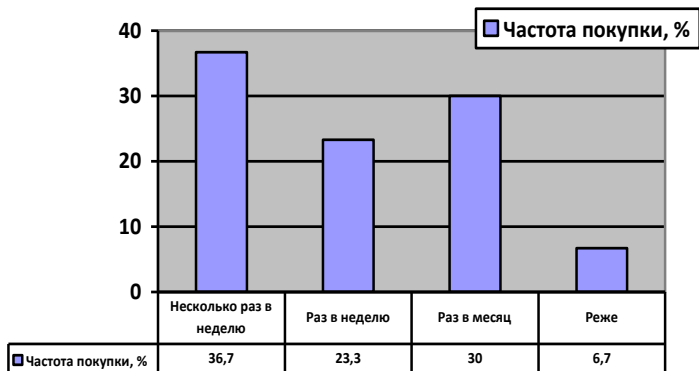


Рисунок 1. Тенденция потребления шоколада среди его покупателей

Основная масса потребителей шоколада приобретает его несколько раз в неделю (36,7 %). Также значительны процент составляют те, кто покупает шоколад лишь раз в месяц (30 %).

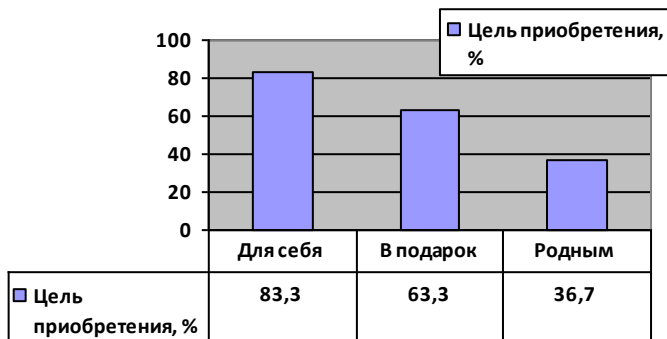


Рисунок 2. Распределение целей совершения покупки шоколада

Главной целью совершения покупки шоколада является покупка для себя (83,3 %), на втором месте стоит приобретение в подарок (63,3 %), и только потом – покупка родным (36,7 %). Такое отношение белорусских потребителей к шоколаду определяет их выбор данного продукта в упаковке, позволяющей оставить недоеденный шоколад «на потом» (картонная коробка, полимерная упаковка с клеевым швом многоразового пользования) – «Альпен Гольд»,

«Коммунарка», «Спартак». Не меньшей популярностью пользуются шоколадки малой массы (20–50 г), позволяющие употреблять продукт целиком за один раз – «Коммунарка», «Спартак», «Русский шоколад», «Альпен Гольд», «Нестле».

При приобретении изучаемого продукта в подарок потребитель в первую очередь ориентируется на производителя выбираемого продукта, дизайн упаковки и цену. В данном случае выбор осуществляется из шоколада, воспринимаемого белорусским потребителем наиболее качественным и престижным. Играет особую роль узнавание (постоянство дизайна, определенное сочетание цветов, торговый знак). Белорусские потребители отдают предпочтение шоколаду в упаковке традиционных цветов белый/красный (ассоциируются с национальной белорусской одеждой; белый – цвет чистоты, совершенства, натуральности; красный – цвет страсти, любви, силы и богатства) – «Коммунарка», «Нестле», а также в упаковке, богато или изысканно оформленной (с тиснением фольгой, насыщенного фиолетового или шоколадного цвета, пастельных цветов; фиолетовый – цвет благородства, власти, мудрости) – «Кэдбери», «А.Коркунов», «Спартак».

Белорусские потребители отдают предпочтение маркам наиболее известных производителей шоколада, которые уже долгое время распространены на белорусском рынке, хорошо узнаваемы, доступны по цене и имеют широкую аудиторию постоянных покупателей – «Коммунарка» (знают 86,2 %, покупают 48,3 %), «Альпен Гольд» (58,6 % и 37,9 % соответственно), «Нестле» (62 % и 34,5 % соответственно), «Спартак» (58,6 % и 24,1 % соответственно). В линейке данных марок присутствует шоколад различного веса (от 20 до 200 г). Упаковка «Альпен Гольд» из полимерных материалов с клеевой полосой повторного вскрытия признана белорусскими потребителями наиболее удобной в пользовании, ее дизайн неизменен и хорошо выделяет продукт на прилавке. «Коммунарка» и «Спартак» – отечественный шоколад, популярность которого указывает на приверженность белорусов национальным традициям и некоторый консерватизм при выборе нового продукта; широкий спектр различных добавок и наличие как бумажной, так и картонной упаковки удовлетворяют требования основной массы покупателей.