

УДК 339.138

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕЛОРУССКОГО ОРНАМЕНТА КАК СРЕДСТВА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ: ЦЕЛИ И УМЕСТНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОРНАМЕНТА

М.А. САВЧЕНКО*(Представлено: канд. ист. наук, доц. О.Г. КОРДЮКЕВИЧ)*

Рассматривается использование элементов белорусского орнамента для продвижения продукции на упаковках товаров таких отечественных производителей, как «Слодыч», «Коммунарка», «Онега» и др. Орнамент часто используется как современный тренд для украшения упаковки, однако не всегда уместно и соответственно смыслу символов. Иногда элементы орнамента используются для ассоциации с хорошим белорусским качеством.

Процессы глобализации мировой экономики обуславливают обострение конкурентной борьбы на мировых рынках. Динамичность бизнеса и информационная насыщенность актуализируют поиск и внедрение наиболее эффективных способов продвижения товаров и услуг. Предприятия бизнеса и деятели рынка одинаково обеспокоены снижением приверженности потребителей торговой марке, которая возникает в результате роста числа доступных товаров и активизации мер по стимулированию сбыта. [1, с. 37] Маркетинг – неотъемлемая часть рыночной экономики. В современном мире изобилия различных маркетинговых средств и приёмов, конечной целью этой деятельности часто является не столько продвижение товаров, сколько желание продать эти товары любой ценой. В этих условиях методы продвижения продукции становятся все более изощренными. Фирмы-продавцы для убеждения потребителей применяют самые разные способы. Они могут использовать любую информацию, доводы и стимулы. [1, с. 24]

В последнее время в Беларуси появилась тенденция использования белорусских национальных символов для продвижения товаров. Мы часто можем заметить белорусский орнамент на различных предметах, начиная с одежды и заканчивая упаковками продовольственных товаров. Дизайнеры и маркетологи не упускают возможности использовать элементы белорусского орнамента и поддержать этот модный тренд, однако используются ли эти символы уместно? Ведь известно, что элементы орнамента не только украшают предметы и одежду, но и несут в себе определённый смысл, определённое значение. В своей работе я изучала использование белорусского национального орнамента на упаковках продовольственных товаров белорусского производства, среди них известные белорусские производители «Слодыч», «Коммунарка», «Брестский мясокомбинат», «Молочное раздолье», «Лепелька», «Витебское молоко», «Сваяк», «Онега» и другие.

1. Печенье «Слодыч».

В 2015 году «Слодыч» принял решение «омолодить» свой бренд. Фабрика поменяла упаковку у 50% своей продукции, главное изменение – использование белорусского языка. [2] Также «Слодыч» использует элементы белорусского орнамента на упаковке печенья. Фабрика выпускает печенье «Белорусские узоры», на упаковке этого печенья используются элементы белорусского орнамента, также украшающие само печенье. Символ, используемый на упаковке, не придуман дизайнерами, в белорусской культуре он имеет значение: «зямя пладавітасць, росквіт». Также у «Слодыча» есть печенье «Васильковий Слодыч», на самом печенье и на его упаковке используется один из белорусских национальных символов – василек. В данном случае нельзя сказать, что элемент орнамента используется неуместно, его значение вполне подходит для такого мучного продукта, как печенье.

2. Конфеты «Белорусские» от «Коммунарки».

Упаковка конфет «Белорусские» представляет собой белорусский орнамент красного, зелёного и белого цветов в соответствии с цветами белорусского флага. [3] Орнамент на упаковке напоминает нам орнамент, который использован на белорусском флаге, однако на упаковке он видоизменён и не несёт в себе никакого смысла, то есть использован лишь в качестве украшения.

3. «Брестский мясокомбинат» объявил о ребрендинге в июле 2015 года. Компания пропагандирует «простоту и душевность» в противовес идее «высокой пафосной кухни», и новый логотип чётко выражает эту идею. В его основе архетипичный белорусский орнамент, который подчёркивает любовь ко всему

родному, простоту, доброту, силу и уверенность. Логотип выполнен с использованием традиционного красного цвета и дополнен белым – символ чистоты, и золотым – символ качества. Ромб в этом случае подчеркивает лидерство. [4] В случае «Брестского мясокомбината» можно точно сказать, что орнамент на упаковке основан на элементах белорусского орнамента, однако эти элементы изменены и не несут никакого смысла, а значит, использованы только в качестве украшения.

4. Компания «Онега» также провела ребрендинг, теперь на упаковке чипсов белорусский язык и белорусский орнамент. Центральным элементом орнамента является «восьмирог», однако немного видоизменённый. «Васьмірог» означает мужское начало, сакральный, чистый, целомудренный костёр, очищающую энергию. [5] В данном случае производитель использовал элементы орнамента лишь как часть украшения упаковки, не придавая этому смысла, который несёт сам элемент «восьмирог».

5. В феврале 2017 на полках магазинов обратил на себя внимание «Сваяк» в обновленном дизайне. Бренд «Сваяк» с момента своего выхода, а это был 2010 год, оставался практически неизменным, поэтому обновления коснулись всех основных элементов: дизайна бутылки, этикетки и колпака. [6] На этикетке «Сваяка» употреблено несколько реально существующих символов с глубоким смыслом. На фоне букв мы можем увидеть элемент, который обозначает сокральную, чистую землю, очищение святым, небесным огнём. Второй символ, выгравированный непосредственно на самой бутылке, напоминает нам элемент, который в белорусской культуре называют «Крыж» или «хрэшчык». Этот элемент одновременно обозначает и мужское начало через элемент «крест» (святость, небесный костёр), и женское начало через элемент «ромб» (целомудрие, святость, чистота). [5]

Элементы белорусского орнамента часто используются на упаковках молочной продукции белорусского производства. Белорусские молочные продукты у стран-соседей ассоциируются с хорошим качеством, именно поэтому белорусские производители молочной продукции используют на упаковках белорусский орнамент и белорусский язык как отличительный знак качества.

Среди таких производителей Полоцкий молочный комбинат, который под маркой «Молочное раздолье» выпускает молочную продукцию с использованием на упаковке орнамента красного и зеленого цвета. [7] На этих упаковках орнамент очень напоминает нам орнамент на белорусском государственном флаге, однако здесь он видоизменён и используется только в качестве отличительного знака.

Лепельский молочноконсервный комбинат под маркой «Лепелька» тоже выпускает молочную продукцию с использованием белорусского орнамента на упаковке. Лепелька использует ромбы различных цветов (чаще красного и зелёного) также только для украшения упаковки и ассоциации у потребителя с хорошим белорусским качеством. [8]

Белорусы часто смеются над лозунгами «Купляйце беларускае!», однако наши соседи не только считают нашу продукцию качественной, но иногда используют это мнение в своих целях. Так, украинский производитель молочных продуктов «Laska» использует белорусский орнамент на упаковке и называет свои продукты «белорусскими», хотя сами продукты приготовлены в Украине, и этот факт часто становится сюрпризом для потребителей. В качестве примера можно использовать мороженое «Белая бязроза», также приготовленное в Украине, однако оно уже имеет пометку «приготовлено из белорусского масла».

Некоторые зарубежные производители не только используют белорусский язык и символы на упаковках, но и нагло крадут дизайн некоторых белорусских компаний. Украинская компания «ОЛИС ЛТД» на упаковке своего майонеза использовала три языка, среди них и белорусский, ведь упаковка содержит надпись «Нацыянальныя беларускія традыцыі», кроме этого упаковка очень напоминает торговую марку «Брест-Литовск» от «Савушкина продукта». [7]

Таким образом, можно сказать, что белорусский орнамент используется на упаковках товаров не всегда уместно и соответственно смыслу используемых символов. Производители не всегда задумываются об уместности размещения тех или иных символов на упаковках своих товаров, чаще орнамент используется как модный и современный тренд для украшения упаковки. Кроме того, элементы орнамента используются на упаковках товаров (чаще молочной продукции) для ассоциации у потребителя с хорошим белорусским качеством товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти ; под общ. ред. С.Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001.

2. Официальный сайт ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slodych.by/pressroom/>. – Дата доступа: 27.03.2017.
3. Официальный сайт компании «Коммунарка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kommunarka.by/catalog/konfety_s_pralinovymi_nachinkami/beloruskie_1119/. – Дата доступа: 30.03.2017.
4. Брестский мясокомбинат объявил о ребрендинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/keysy/brestskiy-myasokombinat-obyavil-o-rebrendinge/>. – Дата доступа: 05.04.2017.
5. Белорусские орнаменты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ornaments.shuma.by/>. – Дата доступа: 05.04.2017.
6. «Сваяк» : Новости компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mzv.by/press-czentr/novosti-kompanii/2017/restajling-brenda-svayak.html>. – Дата доступа: 05.04.2017.
2. Официальный сайт ОАО «Полоцкий молочный комбинат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.polotskmilk.by/ru/production/cheese/>. – Дата доступа: 10.04.2017.
3. Официальный сайт компании «Лепелька» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lepelka.by/#>. – Дата доступа: 11.04.2017.
4. Как иностранные компании используют белорусскость [Электронный ресурс] // Новостной портал Белорусский партизан. – Режим доступа: <http://www.belaruspartisan.org/m/economic/352379/>. – Дата доступа: 13.04.2017.