

УДК 339.138+336.12

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЕЛОРУССКОГО ОРНАМЕНТА
КАК СРЕДСТВА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ:
ОБЩЕЕ ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ДАННОМУ ЯВЛЕНИЮ****М.А. САВЧЕНКО***(Представлено: канд. ист. наук, доц. О.Г. КОРДЮКЕВИЧ)*

Рассматривается использование элементов белорусского орнамента на упаковках отечественных продовольственных товаров. Отношение молодых людей к данной тенденции выявляется с помощью методов социологического опроса. Большинство опрошенных считают, что белорусский орнамент привлекает внимание потребителя.

В современном мире сложные модели производства, динамичность бизнеса, чрезвычайная информационная насыщенность актуализируют поиск и внедрение наиболее эффективных способов продвижения товаров и услуг. Изобилие маркетинговых и рекламных средств часто ставят целью не донесение информации, а продажу товара любой ценой. Многообразные, ставшие нам привычными, рекламные средства в отношении современного потребителя зачастую оказываются недейственными. 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 к использованию белорусских национальных символов для продвижения товаров. Всё чаще в сфере продовольствия мы можем заметить белорусский национальный орнамент и другие национальные символы на упаковках. Одна из основных целей моей работы – проведение микроисследования среди молодёжи с целью выявления степени влияния белорусского орнамента на упаковке товаров на потребителя.

Привлекает ли орнамент внимание потребителей? Возможно, ассоциируется с хорошим качеством товара и способствует увеличению продаж? На эти и другие вопросы я искала ответ с помощью социологического опроса.

Мною было опрошено 30 девушек и 30 парней, средний возраст опрашиваемых – 18,86 лет. Опрашиваемым было предложено выбрать одну из картинок, на которой упаковка, по их мнению, наиболее привлекательна. В опросе я использовала только продукцию белорусского производства.

В первом вопросе я предложила опрашиваемым 4 вида упаковок варёных колбас: «Мясковит», «Лакомый край», «Инкофуд» и «Брестский мясокомбинат». За упаковку «Мясковит» проголосовало 50% молодых людей, за упаковку «Лакомый край» не проголосовал ни один человек, за упаковку «Инкофуд» проголосовало 4%, и за «Брестский мясокомбинат», упаковка которого выполнена с использованием архетипичного белорусского орнамента традиционного красного цвета, дополненного белым – символом чистоты, и золотым – символом качества, проголосовало 46% опрашиваемых. [2]

Во втором вопросе я предложила опрашиваемым выбрать одну из четырёх упаковок печенья белорусского производства. За упаковку печенья «Витьба» проголосовало 70% опрашиваемых, за упаковку «Спартак» - 10%, упаковка печенья кондитерской фабрики «Конфа» привлекла внимание 2% опрашиваемых, упаковку печенья «Слодыч», на которой присутствует белорусский язык и элементы белорусского орнамента выбрали 18% молодых людей.

В третьем вопросе молодые люди выбирали между упаковками белорусских чипсов «Мира», «Бульба чипсы», «Антикризисные» и «Онега», на упаковках которой с недавних пор – белорусский язык и элементы белорусского орнамента. Молодые люди проголосовали соответственно 8%, 32%, 25% и 35%.

Далее молодым людям было предложено выбрать между упаковками белорусских конфет. В данный вопрос я включила конфеты «Карнавальная маска» от «Спартак», за которые проголосовало 20% молодых людей, конфеты «Щедрая коровушка» от фабрики «Красный мозырянин», упаковка которых привлекла внимание 14% опрашиваемых, конфеты «Белорусские» от «Коммунарки», которые были выбраны 26% молодых людей, и конфеты «Белорусские» от «Коммунарки», упаковка которых представляет собой белорусский орнамент красного, зелёного и белого цветов в соответствии с цветами белорусского флага, выбрало большинство - 40% опрашиваемых. [3]

И, наконец, в пятом вопросе нужно было выбрать между этикетками на алкогольной продукции белорусского производства. Сваяк «Стандарт», на бутылке которого мы видим элемент белорусского

орнамента «восьмирог», был выбран половиной опрошенных - это 50%, Бульбашь «Клюквенную» выбрали 30% молодых людей, этикетка «Сябры» привлекла внимание 14% опрошенных, водка «Батькова» понравилась 6%-ам опрошенных.

Кроме того, молодые люди ответили на несколько дополнительных вопросов. На вопрос «Нравится ли Вам белорусский орнамент?» 74% молодых людей ответили положительно и 26% - отрицательно. На вопрос «Хотели ли бы Вы чаще видеть белорусский орнамент или белорусские символы на упаковках товаров?», 46% опрошенных ответили, что хотели бы видеть белорусских орнамент на упаковках товаров, 42% - отрицательно, и 12% ответили, что хотели бы видеть на упаковках белорусский орнамент только в тех случаях, когда он используется уместно.

Также я узнала у молодёжи, привлекает ли покупателя белорусский орнамент на упаковке, и способствует ли он повышению продаж, по их мнению. 48% молодых людей считают, что белорусский орнамент привлекает внимание и способствует повышению продаж продукта. 32% ответили, что, по их мнению, белорусский орнамент на упаковках не привлекает внимание покупателя и не способствует повышению продаж продукта. Остальные 20% ответили, что орнамент может привлекать внимание покупателя, но не всегда способствует повышению продаж продукта, так как для многих людей приоритетнее качество продукта, а не его упаковка.

Таким образом, можно сказать, что, по мнению молодёжи, орнамент на упаковке продовольственного товара далеко не всегда играет решающую роль при покупке этого товара. Кроме этого, некоторым молодым людям вовсе не нравится белорусский орнамент, от этого зависели и их ответы на другие вопросы. Однако многим парням и девушкам орнамент и другие белорусские символы все же нравятся, и, если в целом дизайн упаковки современный и красивый, а также если орнамент на ней использован уместно, то такая упаковка, несомненно, будет привлекать внимание покупателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти ; под общ. ред. С.Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001.
2. Брестский мясокомбинат объявил о ребрендинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/keysy/brestskiy-myasokombinat-obyavil-o-rebrendinge/>. – Дата доступа: 05.04.2017.
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.