

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО ВИГЛЯДУ УПАКОВКИ ТОВАРУ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ

доц. Біловодська О.А., студент гр. Мк-01 Молибог М.А.

На сьогоднішній день не секретом є те, що упаковка має значний вплив на вибір покупки товару споживачами. Серед великої кількості однакового товару очевидно, що споживач придбає той товар, який буде привабливішим, зручнішим та яскравішим. Характеристики основних елементів упаковки наведені у табл. 1.

Таблиця 1 – Характеристика основних елементів упаковки, які впливають на вибір споживачів

Характеристика упаковки	Загальний опис
Колір	Має певний психологічний та емоціональний вплив на споживача, зазвичай повинен асоціюватися з самим товаром та створювати певний образ. Більшу увагу споживачі звертають на світлі та теплі відтінки. За даними досліджень, проведеними багатьма компаніями, кожен колір асоціюється у споживачів з певним емоціональним станом, що є немало важливим фактором при здійсненні купівлі товару. Наприклад, червоний колір асоціюється у споживачів з високою температурою, тому виробники часто використовують його в упаковках гострих кетчупів, приправ. Також важливим є те, як читається текст на відстані споживачами. Дослідження компанії «British colour council» з'ясувало, що найкраще читається надпис жовтого кольору на чорному, чорного – на оранжевому, жовтому і навпаки [1]
Екологічність	Останнім часом, більшість людей починає звертати увагу на екологічність упаковки, можливість її вторинної переробки, оскільки людство починає розуміти загрозу погіршення екологічного стану навколишнього середовища
Форма або зручність у використанні	Основними аспектами зручності у використанні упаковки є: (доступність, зручність зберігання, легкість використання в спеціальних цілях, легкість у позбавленні, можливість повторного використання, вплив на зовнішнє середовище. Серед не досить зручних у використанні упаковок можна назвати: молоко в пластмасових пакетах, вакуумні упаковки сирів чи м'ясних виробів, упаковки масла, які не можливо міцно закрити знову [3]
Естетичність	Зовнішнє оформлення упаковки – це перше, на що звертає увагу споживач. Естетична привабливість є важливим критерієм при виборі споживачами в групі кондитерських товарів, косметики та товарів, які купують в подарунок. Для правильного сприйняття зовнішнього вигляду упаковки дизайнери і маркетологи визначають портрет споживача, а саме: стиль життя, вік, стать, обізнаність щодо товару, особистісний фактор, соціально-економічні та демографічні фактори [3]
Інформативність	На упаковці повинна бути зображена вся необхідна інформація про продукт, адже споживачі не куплять той продукт, в якому не буде інформації про склад товару чи про термін придатності. Кожна упаковка повинна інформувати споживача про характеристики того чи іншого товару
Матеріал виготовлення	Впливає на сенсорне сприйняття товару і залежить від його типу. Крім того, матеріал впливає на зберігання товару своєї цінності, смакових властивостей, безпечності і т.п.

Більшість покупок споживачів складають імпульсні закупівлі. Сама покупка товару є імпульсним процесом, який відбувається у людини підсвідомо. З метою визначення того, як зовнішній вигляд упаковки товару впливає на споживачів, було проаналізовано упаковку за такими характеристиками як: колір; форма або зручність; екологічність; естетичність; інформативність; матеріал виготовлення.

Таким чином, можна зазначити, що врахування вище зазначених елементів зовнішнього оформлення упаковки при розробці упаковки забезпечить підприємству успіх

реалізації свого товару, оскільки при виборі великої кількості товару споживач буде звертати увагу саме на зовнішнє оформлення упаковки.

1. Визуальное воздействие цвета упаковки на покупателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/>
2. Стюарт Б. Упаковка как инструмент эффективного маркетинга / Пер. с англ. В.В Грачева. М.: Изд-во МГУП, 1999. – 144 с.
3. Трыкова Т.А. Товароведение упаковочных материалов и тары: Учебное пособие / Т.А. Трыкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО», 2009. – 212 с.

Біловодська, О.А. Вплив зовнішнього вигляду упаковки товару на вибір споживачів [Текст] / О.А. Біловодська, М.А. Молибог // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 226-227.