

## ВПЛИВ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ НА ВИБІР СПОЖИВАЧА

Упаковка є одним з найважливіших елементів маркетингу продукту. Вона відіграє важливу роль у процесі прийняття рішення про купівлю, впливаючи на сприйняття споживачем продукту, його цінності та переваг.

Законодавством зі стандартизації упаковка визначається як засіб чи комплекс засобів, що забезпечують захист товару і навколишнього середовища від пошкодження і втрат і полегшують процес обігу товарів. Упаковкою прийнято позначати все, у що можна помістити, загорнути або упакувати що-небудь, що має матеріальний вигляд [1].

Дизайн упаковки може впливати на вибір споживача як безпосередньо, так і опосередковано. Безпосередній вплив дизайну упаковки проявляється в тому, що він може:

- привертати увагу споживача оригінальністю і привабливістю, за допомогою яскравих кольорів, контрастних поєднань, незвичайної форми, використання 3D-ефектів, цікавих зображень або тексту;
- формувати позитивне сприйняття продукту, підкреслюючи його переваги за допомогою використання позитивних слів і фраз, символів, які асоціюються з позитивними емоціями;
- заохочувати споживача до купівлі, викликаючи у нього бажання придбати продукт за допомогою використання заклику до дії, спеціальних пропозицій, обмеженої кількості товару.

Опосередкований вплив дизайну упаковки виражається у значенні цінності продукту та споживчої поведінки. Дизайн упаковки може підвищити або знизити цінність продукту в очах споживача, вплинути на частоту покупки продукту або на кількість придбаної продукції. Саме тому упаковка має відповідати очікуванням споживача щодо якості, ціни та інших характеристик обраної продукції. Основними факторами, які впливають на ефективність дизайну упаковки наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Фактори, що впливають на ефективність дизайну упаковки

| Фактор                 | Приклад                                                                                                                              |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цільова аудиторія      | Дизайн упаковки повинен бути розроблений з урахуванням вікової, гендерної, соціальної та культурної приналежності цільової аудиторії |
| Цільові характеристики | Дизайн упаковки повинен підкреслювати ключові характеристики продукту, які важливі для споживачів                                    |
| Конкурентне середовище | Дизайн упаковки повинен виділяти продукт серед конкурентів                                                                           |

Дослідження, проведене компанією Packaged Facts в 2021 році, показало, що дизайн упаковки є важливим фактором при прийнятті рішення про покупку продукту. Дослідження було проведено серед 1000 споживачів у США. За результатами, 78% споживачів вважають, що дизайн упаковки є важливим фактором при прийнятті рішення про покупку продукту [2]. Серед найважливіших факторів, які споживачі враховують при оцінці дизайну упаковки, є:

- Привабливість (69%)
- Інформативність (67%)

- Зручність використання (64%)
- Креативність (62%).

Дослідження також показало, що дизайн упаковки може впливати на споживчу поведінку. Наприклад, 62% споживачів, які вважають дизайн упаковки важливим фактором при прийнятті рішення про покупку продукту, готові заплатити більше за продукт з привабливою упаковкою.

Висновок: Упаковка в сучасному маркетингу є важливим фактором, який впливає на споживачів та їх рішення про купівлю продукту. Вона визначає споживчу цінність продукту і може бути рішучим фактором у прийнятті рішення про покупку. Для ефективного дизайну упаковки важливо враховувати цільову аудиторію, цільові характеристики продукту та конкурентне середовище, бо відповідно до досліджень, більшість споживачів вважають дизайн упаковки важливим при прийнятті рішення про покупку, і готові заплатити більше за продукт з привабливою упаковкою.

Література:

1. Телетов О.С., Шатова В.М. Упаковка як об'єкт інноваційного маркетингу. URL: [https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014\\_2\\_11\\_20.pdf](https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2014_2_11_20.pdf).
2. Packaging Design Services Market. URL: <https://www.marketresearch.com/Coherent-Market-Insights-v4137/Packaging-Design-Services-34532696/> (дата звернення: 01.11.2023).

---

Під керівництвом: доц. каф. МТП, А.В. Пак