

Изучение отношения потребителей к упаковке плиточного шоколада компании “Коммунарка”

Отчёт о результатах [маркетингового исследования](#).



Тема исследования: Изучение отношения потребителей к упаковке плиточного шоколада компании “Коммунарка”.

Цель исследования: Разработка мероприятий по совершенствованию упаковки “Коммунарки” на основе результатов анализа проведённых исследований.

Методы исследования: Анализ вторичной информации, фокус группа, глубинное интервью, наблюдение, опрос, базовые методы анализа, дисперсионный, корреляционный, регрессионный, дискриминантный, факторный, кластерный анализы, многомерное шкалирование.

Ключевые гипотезы:

1. На выбор шоколада влияет дизайн его упаковки.
2. Потребители не отличают упаковку шоколада “Коммунарка” от других белорусских брендов.
3. Потребители предпочитают шоколад в более экологичной упаковке.
4. Цена влияет на выбор шоколада фабрики “Коммунарка”.
5. Потребители считают упаковку шоколада “Коммунарка” неконкурентоспособной по сравнению с другими брендами.
6. Потребители считают, что “Коммунарке” необходимо придерживаться единого стиля в упаковке.
7. Потребители не обращают внимание на информативность упаковки.
8. Потребители предпочитают различные графические изображения на упаковке.
9. Потребителям нравятся некоторые существующие дизайны упаковки шоколада “Коммунарка”.
10. Потребители не готовы покупать качественный недорогой шоколад в непривлекательной упаковке.

Результаты фокус-группы:

- Средний возраст респондентов 20 лет.
- Для более чем 80% опрошенных упаковка имеет важное значение.

- Большинство опрошенных не обращают внимание на экологичность упаковки продуктов питания. Были получены ассоциации и чувства потребителей по поводу упаковки, они различались в зависимости от линейки шоколада. Например, упаковка шоколада «Любимая Аленка» у большинства ассоциировалась с детством, мамой, Новым Годом, вызвала добрые, теплые чувства, приятные ощущения, «Столичный» шоколад ассоциировался с чем то серьезным, взрослым, а упаковки линейки «шоколад горький с начинкой пюре из ...» не вызывал ассоциаций и приятных ощущений.
- Было выявлено, что респонденты не различают белорусские бренды шоколада (Коммунарка, Спартак). Можно предположить, что это связано со схожестью дизайна упаковок данных брендов (например, крафтовая упаковка). Опрашиваемые также назвали упаковки, дизайн которых им нравится: «Любимая Аленка», «Столичный», «Красная шапочка», «Мишка на поляне», «Беловежская пуца», «Сорванец», а также шоколад в крафтовой упаковке.
- Респонденты считают, что дизайн остальных шоколадок следует изменить: если шоколад с начинкой добавить изображение этой начинки, писать на видном месте процент содержания какао бобов, сделать упор на современный дизайн, четко отразить разницу между некоторыми шоколадками, сделать шрифт более читабельным, крупным, а также создать свой единый фирменный логотип.
- Опрашиваемые составили собственный рейтинг дизайна упаковки таких брендов как Коммунарка, Alpen Gold, Nestle, Рошен, Milka, все опрашиваемые поставили Коммунарку на 5 место в рейтинге, то есть определили дизайн ее упаковки как самый худший из предложенных. Также респондентам нравится политика компании «разные линейки шоколада разные упаковки», однако на всех линейках должно быть что то общее.

Результаты глубинного интервью

Респондентом в проведенном глубинном интервью выступила студентка, которая проходила практику на ОАО «Коммунарка». Глубинное интервью проводилось в привычной для респондента обстановке, дома, продолжалось около часа. Основные выдержки из интервью представлены ниже.

1. **Об идеальном дизайне.** Идеальный дизайн упаковки должен быть максимально простой, лаконичный, без лишних рисунков и картинок, но обязательно должна присутствовать вся информация о продукте.
2. **Устарела ли упаковка?** Упаковка устарела. Компания делает упор на сохранение традиций, но в целом они могли бы оставить одну линейку с традиционной упаковкой, а другие сделать немного посовременнее.
3. **Что не следует менять?** Упаковка «Коммунарки» достаточно информативна. Ни в коем случае не следует менять традиционные упаковки (Аленка, Столичный и т.п.), в этом их фишка.



Маркетинговое исследование подготовили студенты ФМк 3 курс группы ДМЦ Г.И. Окрестин, В.С. Петрович, Д.Н. Белевич, А.А. Козлова. Проверили: ассистент кафедры логистики и ценовой политики С.В. Артеменко; кандидат экономических наук, доцент кафедры логистики и ценовой политики О.Л. Ковалёва.

Подробнее с исследованием можно ознакомиться [здесь](#).