

Богомолова А. А.

ЦВЕТ УПАКОВКИ ЗУБНОЙ ПАСТЫ КАК ФАКТОР ВЫБОРА

*Научные руководители: канд. мед. наук, доц. Мальковец О. Г.,
канд. мед. наук, ассист. Казакова Ю. М.*

Кафедра общей стоматологии

Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск

Актуальность. Современный человек ежедневно сталкивается с проблемой выбора, не обходит это и средства гигиены. В свободной продаже представлен огромный ассортимент зубных паст, ориентированных на разные категории покупателей. Для того, чтобы потребитель обратил внимание на продукт, компании используют маркетинговые ходы: это может быть соответствие трендам (по данным статистического источника Fortune Business Insights, наиболее востребованными зубными пастами являются отбеливающие, а рост заинтересованности в экологичности привел к повышению спроса на веганские пасты, которые не тестируются на животных и имеют максимально натуральный состав), наличие полезных компонентов (уголь для отбеливания, минеральные добавки и фториды для укрепления твердых тканей зубов и т.д.). Не обходится тут и без грамотной рекламы: по данным С. В. Сысоевой, 60% успеха рекламы продукта зависит именно от выбранного сочетания цветов, так как разные цвета вызывают разные эмоции. Подбирать цвета необходимо в соответствии с целевой аудиторией и регионом реализации пасты, так как в разных странах значение цвета может варьировать.

Цель: определить роль цвета упаковки зубной пасты как фактора выбора продукта потребителями.

Материалы и методы. Материалом исследования послужили данные анкетирования, проведенного с использованием Google Forms. Анкета включала 11 вопросов. В исследовании приняли участие 300 респондентов, являющихся студентами ВУЗов различных направлений (БГМУ, БГУ, МФТИ, СПбГУ) в возрасте 17-23 лет. Обработка полученных данных проводилась с использованием приложения Microsoft Excel.

Результаты и их обсуждение. Наиболее важными признаками, по которым респонденты выбирают зубную пасту, является бренд, стоимость пасты и наличие в ней минеральных веществ. Цвет упаковки не является ключевым фактором выбора при вдумчивом и осознанном выборе пасты, но, в то же время, не является последним по значимости фактором. Наиболее популярными брендами зубной пасты среди респондентов являются Colgate (21% респондентов), SPLAT (20%) и R.O.C.S. (9%). Зубные пасты белорусских брендов не имеют широкого распространения среди респондентов. При выборе зубной пасты исключительно по цвету упаковки наиболее популярным цветом выбора является белый (47% респондентов), наименее популярным – черный (6%). Разный цвет упаковки зубных паст вызывает разные ощущения у респондентов: белый цвет (47% респондентов) воспринимается как минималистичный, свежий, чистый; синий (22%) – как свежий, спокойный и привлекательный; зеленый (10%) – как экологичный, свежий и привлекательный; красный (7%) – как яркий, роскошный, надежный; серебристый (8%) – как спокойный, минималистичный и привлекательный; черный (6%) – как серьезный, привлекательный, роскошный, минималистичный. При выборе цвета самой зубной пасты между белой и черной 80% респондентов предпочтут белую. Цвет собственно зубной пасты практически не влияет на продолжительность чистки зубов и на настроение, однако сильнее влияет на настроение, чем на длительность чистки зубов.

Выводы. При вдумчивом и осознанном выборе зубной пасты цвет упаковки зубной пасты не играет ключевую роль, хотя является и не последним по значимости фактором. В такой ситуации ключевую роль играют бренд, стоимость и наличие минеральных добавок в составе паст. Однако в случае необходимости выбрать пасту быстро, цвет становится решающим фактором. Выбор цвета происходит в соответствии с ассоциациями, вызываемыми у человека данным цветом. Наиболее предпочтительными являются белый, синий и зеленый.