

видом товара. Ее прозрачный фон прекрасно оттеняет логотип, цвета свеклы и другую важную информацию.

Таким продуктом могут стать овощные снеки, технология изготовления которых подразумевает обогащение продукта вкусо-ароматической смесью из высушенных трав и сохранения в себе всех необходимых витаминов для организма. Питание человека всегда было наиболее сильным и устойчивым фактором среды, оказывающим постоянное влияние на состояние его здоровья. Поэтому на данный момент стоит стратегическая задача – создание инновационного

продукта, который имел бы популярность среди населения и был способен не только быстро утолять голод, но и поставлять в организм человека ингибиторы свободно радикального окисления – антиоксиданты.

Список цитированных источников

1. Мы то, что мы едим [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://volozhincrb.by/informatsiya/informatsionnaya-strategiya-zozh/631-my-to-chto-my-edim.->. – Дата доступа: 20.04.2023.

2. Исследование влияния предварительного порообразования на кинетику процесса сушки при получении снеков из моркови [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vliyaniya-predvaritelnogo-poroobrazovaniya-na-kinetiku-protsesta-sushki-pri-poluchenii-snekov-iz-morkovi>. – Дата доступа: 05.05.2023.

3. Маркетинговые исследования агентства FDF group. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studopedia.net/10_25442_sektsiya--obshcheobrazovatelniy-tsikl.html. – Дата доступа: 05.05.2023.

4. Мой здоровый рацион [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://health-diet.ru/base_of_food/sostav/353110.php. – Дата доступа: 07.05.2023.

5. Доказано: полиэтилен экологичнее дерева и хлопка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cherpack.net/dokazano-polietilen-ekologichnee-bumagi-i-hlopka.html>. – Дата доступа: 08.05.2023.

УДК 339.18

Ровнейко М. А.

Научный руководитель: м. э. н., ст. преподаватель Бережная Г. Г.

АКТУАЛЬНОСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА СЛУХОВОЙ И ЗРИТЕЛЬНЫЙ КАНАЛЫ СЕНСОРНОГО ВОСПРИЯТИЯ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ- КОММЕРЦИИ

В условиях цифровой трансформации общества меняются способы работы бизнеса с целевой аудиторией, появляются новые отрасли в экономике и маркетинге (в частности, экономика электронного бизнеса, электронный маркетинг). Кроме того, происходит перестройка способов продуктивного взаимодействия электронной коммерции с маркетингом, основанным на работе с каналами сенсорного восприятия.

Сенсорный маркетинг представляет собой современное направление инновационного маркетинга, основанное на воздействии на органы чувств потребителя и позволяющее эффективно решать проблемы успешного развития бизнеса, в том числе и в цифровой среде. Это направление маркетинга имеет в качестве инструментов воздействия на потребителя пять каналов сенсорного восприятия, что позволяет ему быть актуальным трендом современных маркетинговых коммуникаций. Ввиду своих особенностей в цифровой бизнес-среде применимо воздействие на два канала сенсорного восприятия:

- слуховой;
- зрительный.

К слуховому каналу сенсорного восприятия в электронном маркетинге можно отнести музыкальное сопровождение сайтов. На современном этапе звуковое и музыкальное сопровождение сайта выполняет следующие задачи:

- важный элемент маркетинговой стратегии продвижения продукта;
- эффективный инструмент привлечения и удержания внимания пользователя;
- создание неповторимой атмосферы веб-сайта;
- усиление степени воздействия информации на клиента;
- способствование запоминанию сайта;
- повышение имиджа интернет-страницы;
- рост конкурентоспособности компании.

Однако следует обратить внимание на следующий факт: музыка на сайте допустима в том случае, если она имеет смысловую нагрузку, поскольку Интернет представляет собой в основном визуально-текстовую среду и есть ряд психологических особенностей в реакции пользователя на неинформативную фоновую музыку.

Для зрительного канала сенсорного восприятия важен цветовой дизайн сайта. Цвет – важный инструмент оптимизации конверсии веб-страницы, и брендинговые агентства превратили этот факт в свой бизнес. Абсолютно верным будет утверждать, что психология восприятия цветового оформления сайта имеет значительное воздействие на отношение целевой аудитории к интернет-ресурсу. Приведём результаты исследований:

- 42 % покупателей составляют мнение о веб-сайте на основе его дизайна и цветовой гаммы,
- 52 % потребителей откажутся от его повторного посещения в случае неудачного оформления [1].

Цветовой дизайн веб-страницы должен быть тщательно продуман, чтобы через зрительный канал сенсорного восприятия вызвать у клиента положительные эмоции и расположение, заслужить его внимание и признание.

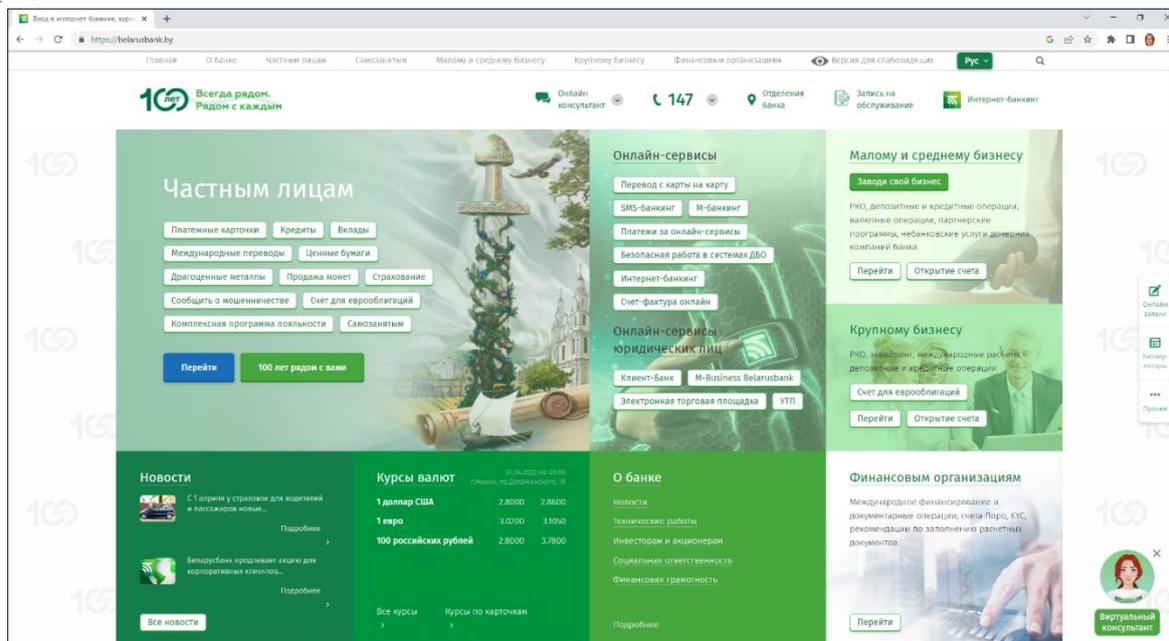
Наиболее удачные цвета для оформления деловых веб-страниц:

- синий;
- зелёный;
- цвета брендбука.

Синий символизирует уверенность, надёжность, интеллект, а зелёный проще всего воспринимается глазом и символизирует рост.

В качестве примеров можно привести цветовое оформление ряда успешных компаний:

- зелёное – ОАО «АСБ Беларусбанк», Белмаркет;
- синее – Белорусская торгово-промышленная палата, ООО СП «Санта Бремор», Facebook.



На рисунке 1 визуализировано удачное цветовое решение главной страницы сайта ОАО «АСБ Беларусбанк».

Рисунок 1 – Главная страница сайта ОАО «АСБ Беларусбанк» [2]

Актуальным будет назвать современные иллюстративные тенденции веб-дизайна:

- мистицизм;
- новый взгляд на ризографию;
- возрождение панка;
- линейный дизайн в стиле ретро;
- аэрографический сюрреализм;
- несовершенная ботаника;
- космическая психоделия 90-х;
- комбинация измерений;
- кислотная графика;
- экспериментальный эскапизм;
- сложные композиции;
- абстрактные градиенты [3].

Современный тренд при оформлении интерфейсов – применение крупной типографики. Обычный шрифт уже считается неактуальным, как и стандартно

расположенный сверху и выровненный по центру заголовков. Крупные шрифты всё реже сочетаются с графикой, потому что они способны самостоятельно успешно притягивать внимание пользователей и сделать сайт уникальным и запоминающимся [4].

На рисунке 2 представлена страница сайта французского художника-модельера Изабель Моранты, выполненная в современном тренде – с использованием крупной типографики.



Рисунок 2 – Страница сайта Изабель Моранты [4]

Таким образом, так как в наше время потребители предпочитают приобретать товары посредством обращения к интернет-ресурсам, то возросла роль интернет-маркетинга, что привело к тому, что сенсорный маркетинг обращён на службу электронной коммерции. Рассмотренные слуховой и зрительный каналы сенсорного восприятия служат важным инструментом психологического стимулирования целевой аудитории – они позволяют увеличивать трафик на сайте компании, повышают лояльность потребителя, конверсию онлайн-продаж, что, в свою очередь, имеет социально-экономический эффект.

Список цитированных источников

1. Какие 3 самых популярных цвета для оформления сайтов? [Электронный ресурс] / LPgenerator. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2014/12/16/kakie-3-samyh-populyarnyh-cveta-dlya-oformleniya-sajtov/>. – Дата доступа: 18.04.2023.
2. ОАО «АСБ Беларусбанк» [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – Режим доступа: <https://belarusbank.by/>. – Дата доступа: 21.04.2023.
3. 12 вдохновляющих трендов графического дизайна на 2023 год [Электронный ресурс] / Uprock. – Режим доступа: <https://www.uprock.ru/articles/12-vdohnovlyayushchih-trendov-graficheskogo-dizayna-na-2023-god>. – Дата доступа: 30.04.2023.
4. Огромные буквы: актуальный тренд в веб-дизайне. Часть 2 [Электронный ресурс] / Uprock. – Режим доступа: <https://www.uprock.ru/articles/ogromnye-bukvy-aktualnyy-trend-v-veb-dizayne-chast-2>. – Дата доступа: 30.04.2023.