

---

339.138+159.9.072.533

**Yarosh Olga Borisovna,**

Doctor of Economics,  
Professor of the Department of Marketing, Trade and Customs,  
Institute of Economics and Management (structural subdivision),  
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Simferopol, Russian Federation.

**Muratova Guzel Sabrievna,**

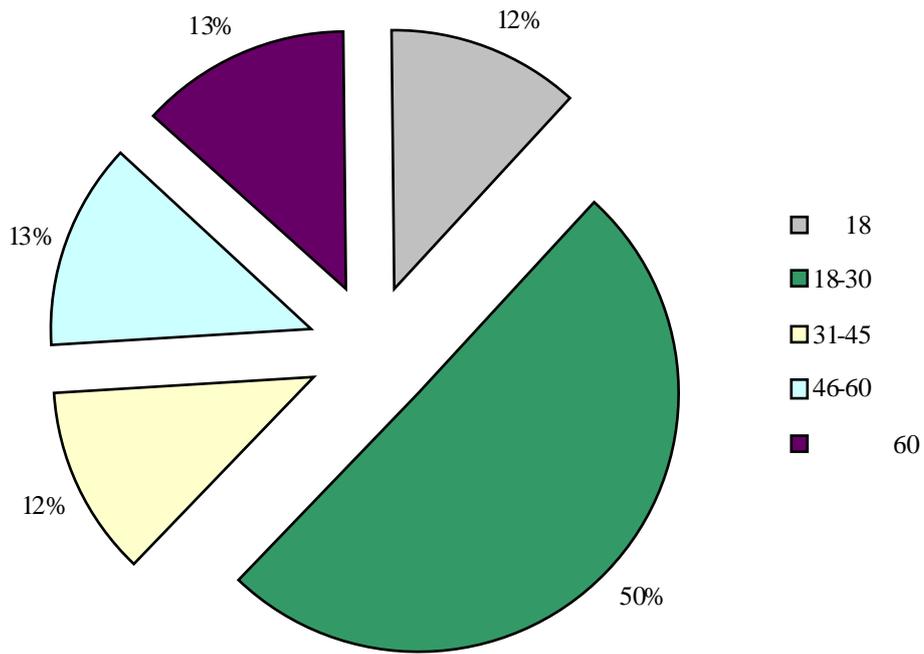
Masters degree in training 38.04.06. «Trading business»,  
Institute of Economics and Management (structural subdivision),  
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Simferopol, Russian Federation.

## **STUDY OF VISUAL VISIBILITY OF VARIOUS BRANDS OF MINERAL WATER BASED ON AITRACKING DATA**

«Gaze Recorder»,

Every day, the consumer is faced with a huge number of logos, but only a few are remembered in his mind. Successfully achievable brands, competitors. Logos are one of the most important elements of visual communication. Studying the visual visibility of various brands using mineral water as an example using data allows the company to make qualitative changes in





.1.

( )

«GazeRecorder»

», 1 (12-13 ) 1. « (10-11 » « 7-8 », « », « », « », « ») (« ») ( ) («

[12, 13]



. 2.

( )

1.

\*

« »	7,125	
« »	13,875	
«Eco water»	12,625	
« »	12,00	
« »	12,50	
« »	7,625	
« »	8,25	
« »	8,75	
« »	10,625	
« »	10,00	

\*

60

3.

1

( « », « »).

« », «Eco water».

2

« ».

« » « ».

183



.3.

( )

3

« »,

4 « »,

», « ».

5,

« »,

», «Eco water» « ».

6

: « »,

» « ».

7

« »,

8

», « »,

» «Eco water»

, - )

( « » — 62,5 %  
» — 75 % , «

» — 62,5 % )

, «Eco water» — 37,5 % , « » — 37,5 %

» — 12,5 % (« »),

« », « », « »), ( « »)

», « »), [14]:

«Eco water»),

« »), (« », « »).

»).

[15]

« » « ».

60

[16].

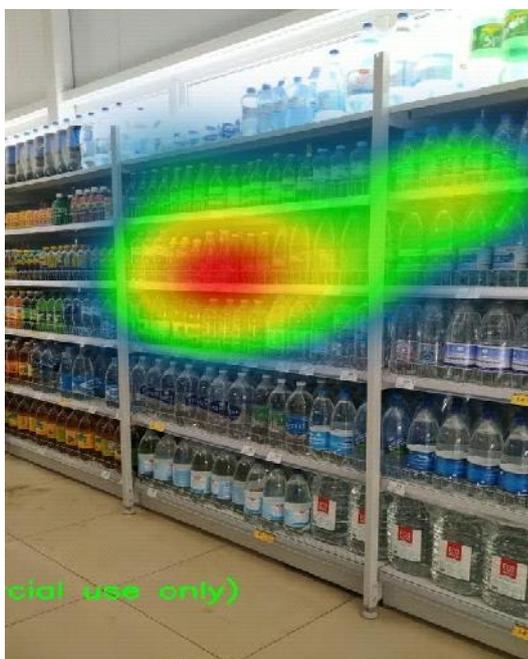
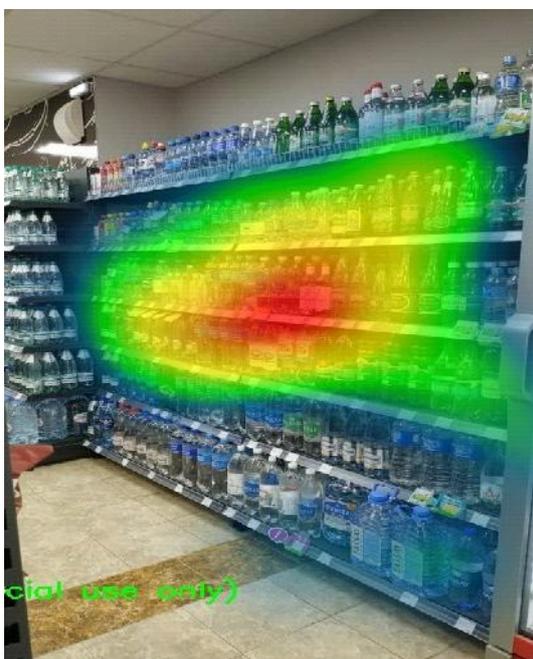
4



.4.)

( 4 « » ).  
 : , [17, . 15].  
 4 , : « », « », « ».  
 ».

- ( .5).



.5. (

5 , « » « ».  
 : , - .  
 , :  
 , ,  
 , , [18, . 44,  
 19. . 712].

( .6).



. 6.  
)

(

6: « -  
: « -  
», « Eco water». -  
« », -  
6 -  
« », « » -  
».  
eye-tracking -  
-  
, , , , -  
, , , , -  
( « ») ( « », « ») -  
, « », « » «Eco  
water».

1. : // :  
- — 2019. — .42-46.

2. . . . — 2016. — 3 (24). — . 50–53. / . . . , . . . //
3. . . . — 2016. — 3. — . 232–246. / . . . , . . . -
4. . . . — 2016. — 21-1. — . 35–36. / . . . , . . . //
5. »/ . . . // . . . — 2016. — 2. — . 110–116. «
6. . . . — 2017. — 1-2 (32). — . 172–177. / . . . //
7. . . . — 2016. — 2. — . 91–98. / . . . ,
8. . . . : . . . — 2016. — 2. 1. — . 24–30. / . . . //
9. . . . , 2012. — 240 . / . . . . — .:
10. : « . . . », 2020. — 270 . / . . . . . —
11. . . . : . . . — 2018. — 7. — . 149–153. / . . . //
12. [ . . . ]. — : usabilitylab.ru/services/glossarij/eye-tracking/ ( : 27.04.2020).
13. [ . . . ]. — 2016. — : lpgenerator.ru/blog/2016/09/21/nejromarketing-biometricheskie-issledovaniya-i-teplovye-karty-dlya-velicheniya-vovlechenosti-potrebitelej/ ( : 27.04.2020).
14. Ben-Haim N. Heatmap for Logo Detection using OpenCV (Python): / N. Ben-Haim [Electronic Resource]. — 2018. — Access Mode: www.learnopencv.com/heatmap-for-logo-detection-using-opencv-python/ (date of the application: 27.04.2020).
15. eye-tracking / . . . [ . . . ] // . . . — 2016. — 2 (106). — . 227–230. — : moluch.ru/archive/106/25349/ ( : 27.04.2020).
16. : flex-n-roll.ru/blog/neyro/ ( : 27.04.2020). : [ . . . ]. — 2018. —
17. . . . : / . . . . — .: . , 2007. — 95 .
18. . . . : . . . / . . . , . . . . — .: . : . . . , 2014. — 152 .
19. . . . : / . . . ; . . . — .: . . . , 2015. — 760 .

#### SPISOK LITERATURY

1. Muratova G.S. Neyromarketing: sushchnost' i metody / G.S. Muratova // Transformatsiya khozyaystvennykh svyazey i torgovoy politiki regiona v usloviyakh realizatsii federal'nykh tselevykh programm: sbornik materialov Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. — 2019. — S. 42–46.
2. Luneva Ye.A. Aytrekning v sisteme sovremennykh tekhnologiy neyromarketinga / Ye.A. Luneva, N.G. Skobelkina // Sibirskiy torgovo-ekonomicheskyy zhurnal. — 2016. — 3 (24). — S. 50–53.
3. Ababkova M.Yu. Aktual'nyye problemy neyroetiki v marketingovykh issledovaniyakh / M.Yu. Ababkova, N.N. Pokrovskaya // Konfliktologiya. — 2016. — T. 3. — S. 232–246.
4. Gil'manov I.I. Neyromarketing kak sovremennyy vid marketinga / I.I. Gil'manov, D.V. Idrisov // Vysshaya shkola. — 2016. — 21-1. — S. 35–36.
5. Zakharchenko A.S. Upravleniye otnosheniyami s potrebitelyami na osnove tekhnologiy neyromarketinga i «bol'shikh dannykh» / A.S. Zakharchenko // Kliyenting i upravleniye kliyentskim portfelem. — 2016. — 2. — S. 110–116.
6. Molchanov V.S. Neyromarketing kak klyuch k ponimaniyu povedeniya potrebiteley / V.S. Molchanov // Ekonomika i sotsium. — 2017. — 1-2 (32). — S. 172–177.
7. Chechina Ye.S. Primeneniye neyromarketingovykh tekhnik pri postroyenii reklamnykh kommunikatsiy / Ye.S. Chechina, Ye.YU. Polyakova // Zhurnal U. Ekonomika. Upravleniye. Finansy. — 2016. — 2. — S. 91–98.
8. Shteyn O.I. Neyromarketing kak effektivnyy instrumentariy vozdeystviya na potrebitelya / O.I. Shteyn // Ekonomika i upravleniye: teoriya i praktika. — 2016. — T. 2. 1. — S. 24–30.
9. Lindstrom M. Uvlekatel'noye puteshestviye v mozg sovremennogo potrebitelya / M. Lindstrom. — M.: Al'pina Biznes Buks, 2012. — 240 s.
10. Vizual'nyy neyromarketing: fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya / pod. red. O.B. Yarosh, V.Ye. Reutova. — Simferopol': IT «ARIAL», 2020. — 270 s.
11. Yarosh O.B. Neyromarketing: novyye vozmozhnosti v issledovanii potrebitel'skogo povedeniya / O.B. Yarosh // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. — 2018. — 7. — S. 149–153.
12. Kostin A. Sovremennyye ay-trekery i ikh vozmozhnosti dlya yuzabiliti-testirovaniya: stat'ya / A. Kostin, M. Korolev [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: usabilitylab.ru/services/glossarij/eye-tracking/ (data obrashcheniya: 27.04.2020).

- 
13. Neyromarketing: biometricheskiye issledovaniya i teplovyye karty dlya uvelicheniya vovlechenosti potrebiteley: stat'ya [Elektronnyy resurs]. — 2016. — Rezhim dostupa: [lpgenerator.ru/blog/2016/09/21/nejromarketing-biometricheskie-issledovaniya-i-teplovye-karty-dlya-uvelicheniya-vovlechenosti-potrebitelej/](http://lpgenerator.ru/blog/2016/09/21/nejromarketing-biometricheskie-issledovaniya-i-teplovye-karty-dlya-uvelicheniya-vovlechenosti-potrebitelej/) (data obrashcheniya: 27.04.2020).
14. Ben-Haim N. Heatmap for Logo Detection using OpenCV (Python): / N. Ben-Haim [Electronic Resource]. — 2018. — Access Mode: [www.learnopencv.com/heatmap-for-logo-detection-using-opencv-python/](http://www.learnopencv.com/heatmap-for-logo-detection-using-opencv-python/) (date of the application: 27.04.2020).
15. Spirin I.A. Issledovaniye i primeneniye eye-tracking tekhnologii na cheloveke / I.A. Spirin [Elektronnyy resurs] // Molodoy uchenyy. — 2016. — 2 (106). — S. 227–230. — Rezhim dostupa: [moluch.ru/archive/106/25349/](http://moluch.ru/archive/106/25349/) (data obrashcheniya: 27.04.2020).
16. Neyromarketing v deystvii: zhelaniya pokupatelya vydast vzglyad: stat'ya [Elektronnyy resurs]. — 2018. — Rezhim dostupa: [flex-n-roll.ru/blog/neyro/](http://flex-n-roll.ru/blog/neyro/) (data obrashcheniya: 27.04.2020).
17. Dymshits, M.N. Potrebitel'skaya loyal'nost': mekhanizmy povtornooy pokupki / M.N. Dymshishch. — M.: Vershina, 2007. — 95 s.
18. Aleksina S.B. Merchandayzing: ucheb. posobiye / S.B. Aleksina, G.G. Ivanov. — M.: ID FORUM: NITS INFRA-M, 2014. — 152 s.
19. Nordfal't Y. Riteyl-marketing: Praktiki i issledovaniya / Y. Nordfal't; per. s angl. — M.: Al'pina Pablsher, 2015. — 760 s.

26 2020

30 2020