МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СРЕДСТВ УХОДА ЗА ВОЛОСАМИ

Овсянников Артём Евгеньевич

студент кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

Шершов Данил

студент кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

Бескровных Александр

студент кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

Прядко Светлана Николаевна

доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

MARKETING RESEARCH OF THE REGIONAL MARKET FOR HAIR CARE PRODUCTS

Artem Ovsyannikov

Student Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

Danil Shershov

Student Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

Alexander Beskrovnykh

Student Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

Svetlana Pryadko

Associate Professor, Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

Аннотация. В статье представлены краткие результаты исследования регионального рынка ухода за волосами. Исследование проходило в ноябре 2021 года. Методом исследования выступил онлайн-опрос, проведенный при помощи сервиса Google Формы. В исследовании

Овсянников А.Е. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА СРЕДСТВ УХОДА ЗА ВОЛОСАМИ / А.Е. Овсянников, Д. Шершов, А. Бескровных, С.Н. Прядко // Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам LVI междунар. науч.-практ. конф. — № 1(56). — М., Изд. «МЦНО», 2022. — С. 10-15.

приняли участие 86 респондентов. Исследование показало высокий уровень осведомленности потребителей марки «Head And Shoulders».

Abstract. The article summarizes the results of a study of the regional hair care market. The study took place in November 2021. The research method was an online survey conducted using the Google Forms service. The study involved 86 respondents. The survey showed a high level of consumer awareness of the Head And Shoulders brand.

Ключевые слова: маркетинговое исследование; рынок ухода за волосами; онлайн опрос.

Keywords: marketing research, hair care market, online survey.

Актуальность проблемы и методика проведения исследования. В условиях неопределенности и нарастания кризиса все большее значение приобретает необходимость более качественного информационного обеспечения управленческих решений. Основой для принятия управленческих решений в области маркетинга являются маркетинговые исследования рынка, конкурентов, потребителей. Объектом проведенного маркетингового исследования выступил региональный рынок ухода за волосами. В качестве конкретного продукта был выбран шампунь марки «Head And Shoulders». Исследование проходило в виде онлайн-опроса при помощи сервиса Google Формы [1]. Для формирования выборки исследования был использован онлайн калькулятор выборки исследования [2]. Выборка исследования составила 86 респондентов. Проведенный опрос показал, что 40,7% респондентов покупают шампунь раз в 2-3 месяца, 32,6% делают покупку раз в 3-5 месяцев, остальная часть опрошенных, в свою очередь, делают покупки чаще (рис.1).

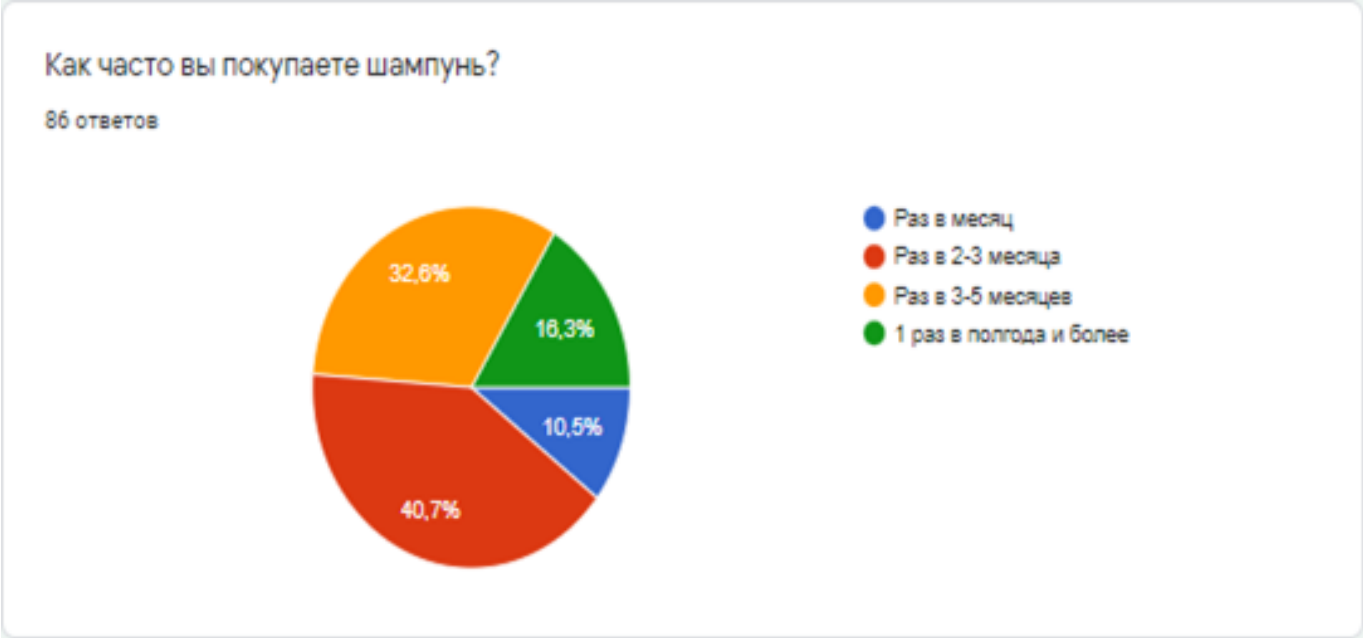

Рисунок 1. «Как часто вы покупаете шампунь?»

Почти половина опрошенных (46,5%) меняют марку шампуня раз в 2-6 месяцев; 23.3 % респондентов меняют марку раз в полгода; так как 20,9% - являются лояльными потребителями, и не меняют марку в течение долго времени.

Рисунок 2. «Как часто вы меняете марку шампуня?»

Исследование было проведено на примере торговой марки «Head And Shoulders». На основании данного опроса можно констатировать, что 79,1% опрошенных знают бренд «Head And Shoulders», что говорит о хорошей рекламе и распространенности среди покупателей.

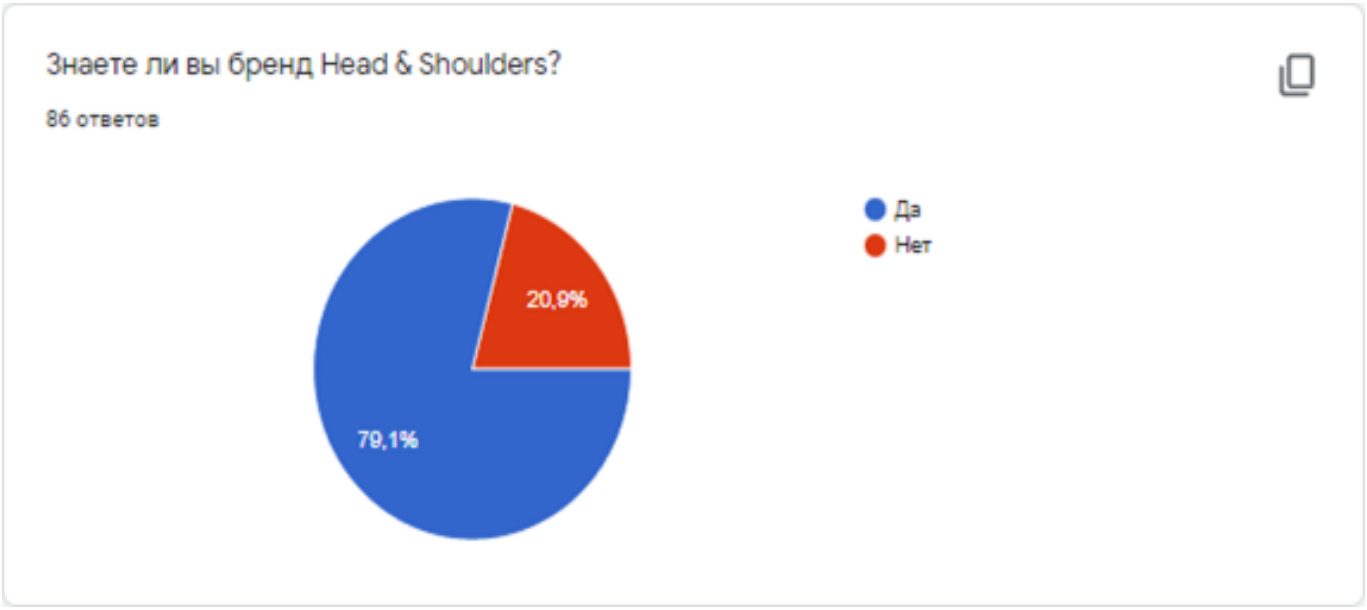

Рисунок 3. «Знаете ли вы бренд «Head And Shoulders»?»

На основании данного опроса мы можем сказать, что 45,3% всех опрошенных периодически пользуются шампунем марки «Head And Shoulders», что говорит о широкой распространенности данной марки на рынке города Белгород.

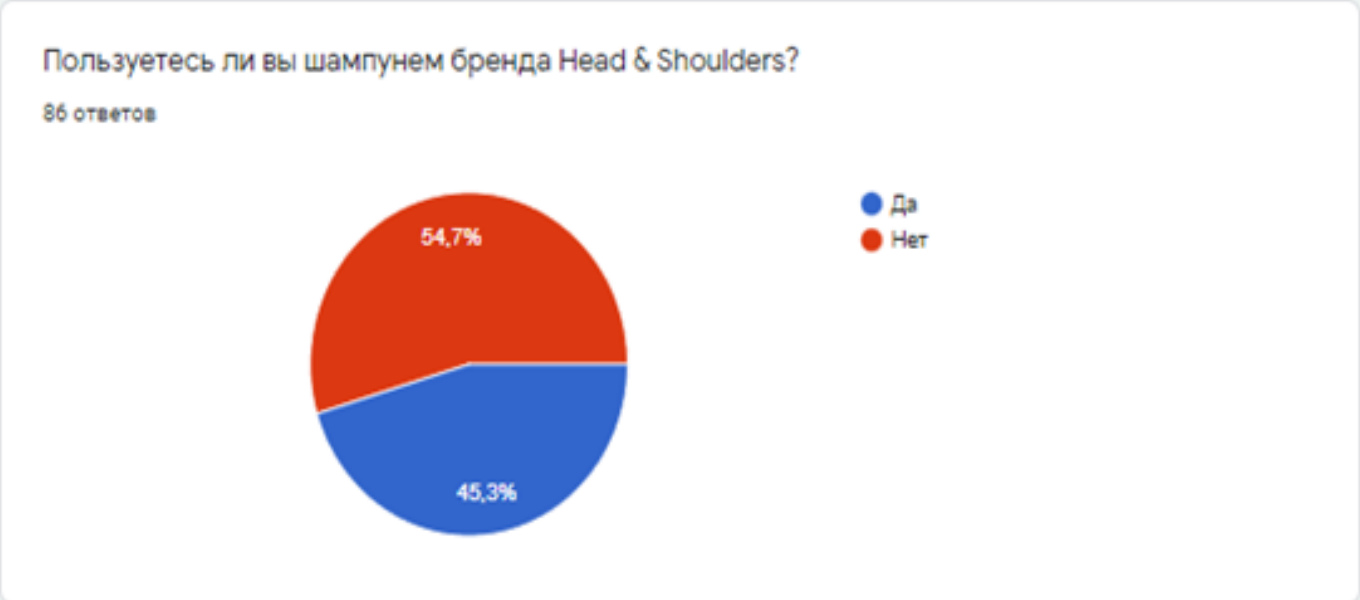

Рисунок 4 «Пользуетесь ли вы шампунем бренда «Head And Shoulders»?»

Нами были проанализированы ценовые ожидания покупателей Белгорода. На основании опроса можно проследить тенденцию покупки недорогих шампуней, например до 300 рублей шампуни покупают 32,6% опрошенных, до 600 рублей 39,5% опрошенных.

Рисунок 5 «Сколько денег вы готовы потратить на шампунь?»

Таким образом, исследование показало, что о шампуне марки «Head And Shoulders» известно почти 80 процентам всех опрошенных, а пользуются им почти половина. Почти половина опрошенных меняют шампунь раз в 2-6 месяцев, так как 20,9% не меняют её вовсе. Так же большинство опрошенных были мужчины в возрасте 20-30 лет. Так же большое влияние на выбор продукта влияет ценовая политика, чем ниже цена, тем выше спрос. Большинство респондентов использует шампунь раз в 2-3 дня. На основании вышесказанного, можно сделать вывод о том, что шампуни марки @Head And Shoulders» пользуются высокой популярностью и спросом на белгородском рынке.

Список литературы:

1. Официальный сайт Google Формы. Электронный ресурс. Режим доступа: https://docs.google.com/forms/d/1eMtmbgEloQsbk6AJGae8uJGn3LT4EYcZ92ddLHojG3E/edit

2. Расчет размера выборки: онлайн калькулятор socioline. Электронный ресурс. Режим доступа: https://socioline.ru/rv.php

3. Анализ российского рынка парикмахерских : итоги 2020 г., прогноз до 2025 г. Официальный сайт РБК. Электронный ресурс. Режим доступа: https://marketing.rbc.ru/research/39123/

4. Тхориков Б.А. Базовые элементы проектного управления в общественном секторе экономики //Актуальные вопросы экономики и управления. – 2017. – С. 138-142.