

УДК 339.138

Г.В.Бабак (4 курс, каф. СиП), Д.С.Быльева, асп.

## КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЗИЦИИ ОСНОВНЫХ МАРОК ГИГИЕНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ ЖЕНЩИН

Главной целью исследования являлось определение основных качеств, оказывающих наибольшее влияние на выбор потребителем гигиенических средств. Вторичная цель – определить конкурентные позиции четырех основных марок гигиенических средств для женщин (Always, Libresse, Bella, Натали). В ходе исследования было опрошено двадцать пять девушек в возрасте от двадцати до двадцати пяти лет. Опрос проводился посредством анкеты, которая содержала в себе две основные части.

В первой части анкеты опрашиваемым предлагалось проранжировать четырнадцать основных качеств товара, влияющих на их выбор при покупке гигиенических средств. Проранжировать предлагалось следующие качества:

Известность марки

Дизайн

Упаковка

Степень впитываемости

Степень нейтрализации запаха

Надежность крепления

Одностороннее впитывание поверхности

Экономичность

Удобство в применении

Чувство комфортности

Степень сминаемости

Размеры

Мягкость поверхности

Использование натуральных материалов

В результате обработки полученной информации были выделены четыре качества товара, на которые в первую очередь обращают внимание опрашиваемые при выборе одной из марок гигиенических средств:

- удобство в применении
- степень впитываемости
- чувство комфортности
- степень нейтрализации запаха

На основе этих данных, используя многомерное шкалирование, были составлены карты восприятия (см. рис. 1), которые отражают позиции исследуемых марок гигиенических средств относительно двух пар качеств: удобство в применении - степень впитываемости, чувство комфортности – степень нейтрализации запаха. Анализируя рис. 1, можно отметить, что марка Always лидирует по обоим парам качеств. Также в правом верхнем квадрате, соответствующем наиболее желательным оценкам, расположена марка Libresse.

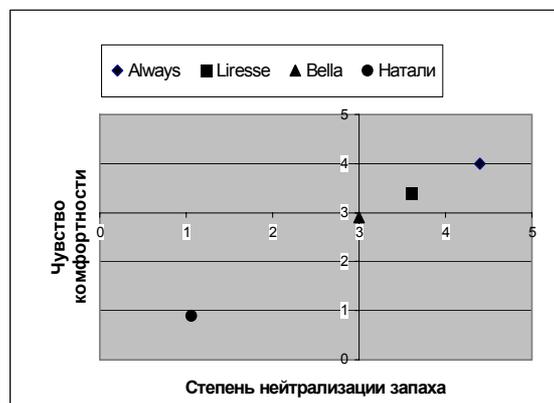
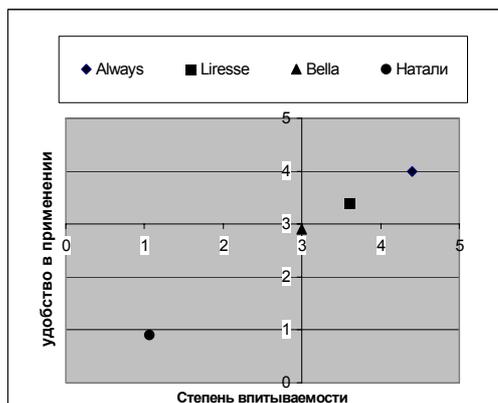


Рис. 1. Конкурентные позиции исследуемых марок

Во второй части опросника с помощью семантического дифференциала предлагалось оценить качества каждой из исследуемых марок гигиенических средств по пятибалльной системе. На основе восьми характеристик, которые оценивали опрошиваемые, были составлены профили четырех исследуемых марок (рис.2).

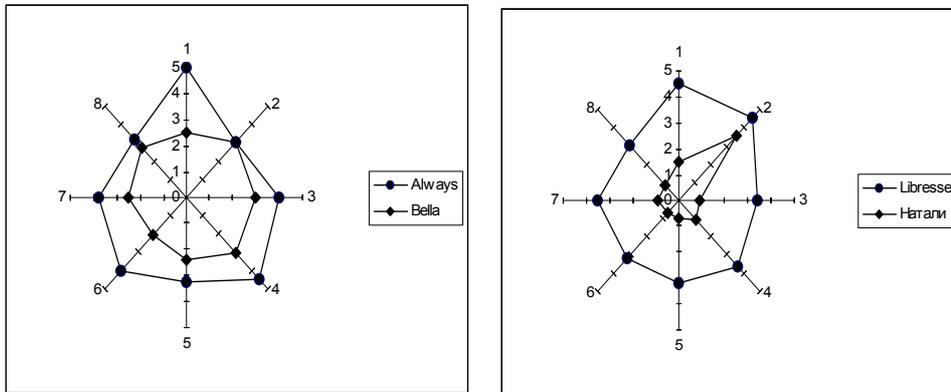


Рис.2. Профили исследуемых марок гигиенических средств 1 – цена, 2 – мягкость поверхности, 3 – удобство в применении, 4 – степень впитываемости, 5 – степень сминаемости, 6 – степень нейтрализации запаха, 7 – чувство комфорта, 8 - дизайн

Анализируя полученные профили, можно отметить, что марка Always лидирует по всем предложенным характеристикам, кроме второй (мягкость поверхности). Более высокой оценкой по этой характеристике обладает марка Натали, а лидером является Libresse. Марки Always и Libresse отличаются более высокой ценой по отношению к двум другим маркам.