

УДК 339.13:66.61

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА СИНТЕТИЧЕСКИХ
МОЮЩИХ СРЕДСТВ**

Ирина Михайловна Новикова

кандидат технических наук, доцент

tditv2012@yandex.ru

Ольга Михайловна Блинникова

кандидат технических наук, заведующий кафедрой

o.blinnikova@yandex.ru

Ирина Владимировна Чаплыгина

студент

qw12er90@gmail.com

Мичуринский государственный аграрный университет

г. Мичуринск, Россия

Аннотация. В статье рассматривается рынок синтетических моющих средств (пятновыводителей) г. Мичуринска.

Ключевые слова: синтетические моющие средства, доля отечественный и импортных производителей, ассортимент пятновыводителей.

В настоящий момент синтетические моющие средства (СМС) занимают одну из самых важных групп товаров, которые пользуются ежедневным спросом. Современный ассортимент синтетических моющих средств очень разнообразен. Эта группа товаров обладает большим количеством потребительских и товароведческих свойств [1].

В настоящее время развитие рынка обеспечивается за счет роста производства продукции в России. Однако среди производителей на рынке доминируют крупные международные компании, которые, выкупив отечественные предприятия, производят продукцию на территории России. За счет активной маркетинговой стратегии и массивной рекламной поддержки своих марок эти компании вытесняют отечественных производителей.

Выпуском синтетических моющих средств в нашей стране занимаются около 70 предприятий. Имеющиеся на них производственные мощности составляют, по разным оценкам, от 940 тыс. тонн до 1,2 млн. тонн; перспектива роста мощности составляет 10-15% в год. При этом заметно выделяются пять крупнейших производителей, на которые приходится максимальная доля мощностей [2]

Объемы продаж синтетических моющих средств подвержены небольшим сезонным колебаниям. В весенне-летний сезон колебания характерны в сегменте моющих средств для цветных тканей и отбеливающих средств, что связано с увеличением количества стирок в данный период. В осенне-зимний сезон возрастает спрос на моющие средства для изделий из шерсти, причем пик покупок приходится на апрель, когда происходит смена гардероба и зимняя одежда стирается и убирается до следующего сезона [3].

Нами был исследован рынок синтетических моющих средств (пятновыводителей) г. Мичуринска. На рынке г. Мичуринска реализуется большое количество синтетических моющих средств (рисунок 1).

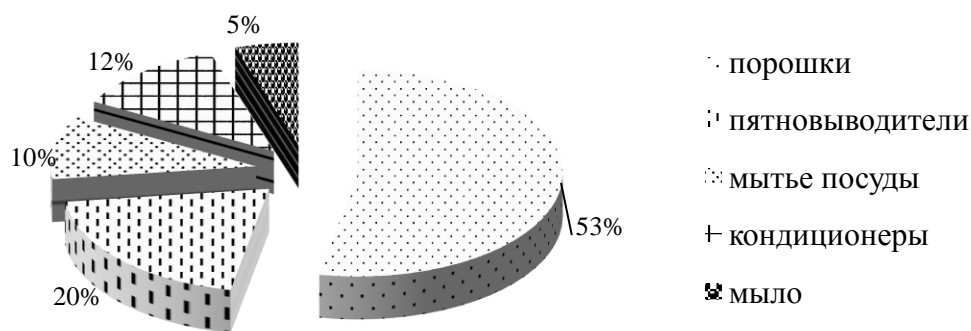


Рисунок 1 - Доля синтетических моющих средств в г. Мичуринск

Наибольшая доля представлена в реализации СМС 53% занимают порошки, 20% пятновыводители и 5% мыло.

На территории г. Мичуринске синтетические моющие средства реализуются как отечественных, так и импортных производителей. При этом выделяются пять крупнейших производителей СМС (рисунок 2).

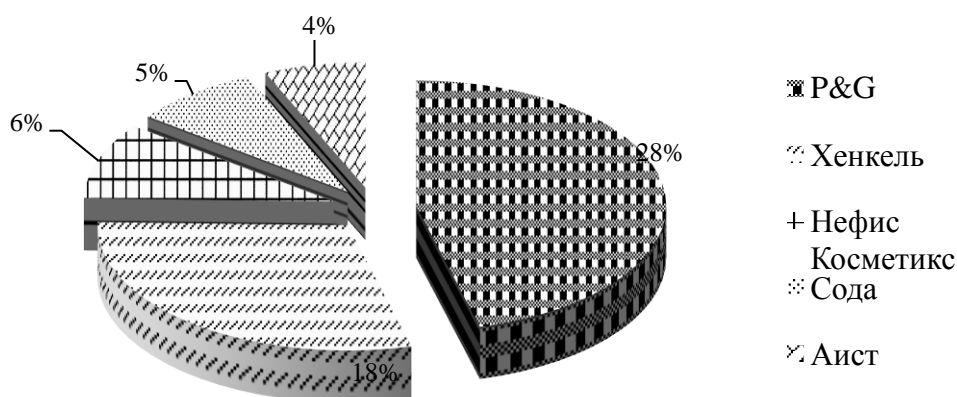


Рисунок 2 – Доля крупнейшие производители СМС

Как видно из рисунка лидирующими производителями являются P&G - 28%, Хенкель - 18%, Нефис Косметикс - 16%. Данные производители являются импортными. Отечественные производители Сода - 6% и Аист - 5% занимают меньший спрос.

Из рисунка 2 видно, импортный производитель преобладают на отечественном рынке из-за широкого ассортимента, современного дизайна упаковки, гибкой политики цен (рисунок 3)



Рисунок 3 – Доля отечественного и иностранного производителя синтетических моющих средств в г. Мичуринск

Исследования ассортимента пятновыводителей, реализуемых в торговых точках г. Мичуринска, показали, что реализуются следующие наименования и их доли на рынке (рисунок 4).

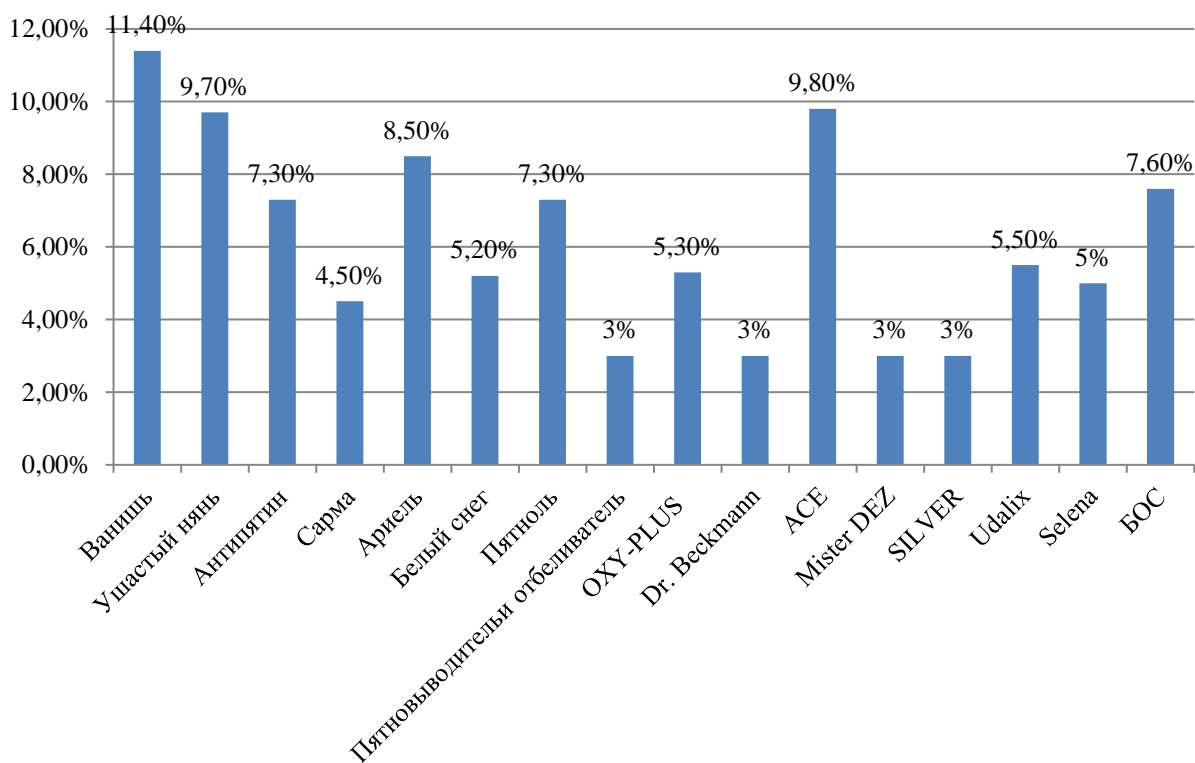


Рисунок 4 - Ассортимент пятновыводителей по маркам

Было выявлено, что наибольшую долю занимают "Ванишь" - 11,4%, "Ушастый нянь", "АСЕ" и "Ариель" более 8%; пятновыводители ниже 4% имеют самую малую долю на рынке г. Мичуринска.

Для удобства использования производитель выпускает пятновыводители в различной упаковке и массы.

Далее нами был проведен социальный опрос 100 респондентов методом анкетирования в г. Мичуринске. Данный метод позволил выявить предпочтения потребителей пятновыводителей.

В ходе анкетирования были получены следующие данные.

Пятновыводители приобретают покупатели женского пола в возрасте от 30 до 50 лет.

Самыми покупаемыми являются порошкообразные пятновыводители, упаковываемые в картонные и полимерные упаковки. Спрос на данный товар на рынке города составил 70%, т.к. они удобны в использовании, хранении, усиливают эффект стирки. На жидкие и гелиевые пятновыводители приходится 28% спроса населения. Спрос потребителя на твердые пятновыводители составляет 2% (рис.5).

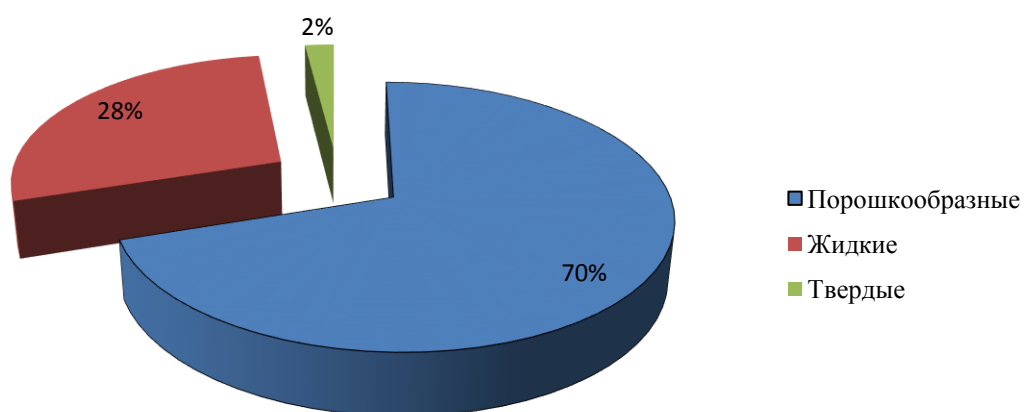


Рисунок 5 - Доля потребителей, учитывающие консистенцию пятновыводителей

Спрос населения на пятновыводители постоянно растет. Производителям приходится выпускать новые виды продукции, с добавлением в состав различных компонентов.

При выборе пятновыводителей потребитель руководствуется принципом, чем дороже, тем качественней и эффективней. Для 69,7% потребителей г. Мичуринска важна цена, до 23% качество, 7,3% потребителей важен производитель (рис. 6).

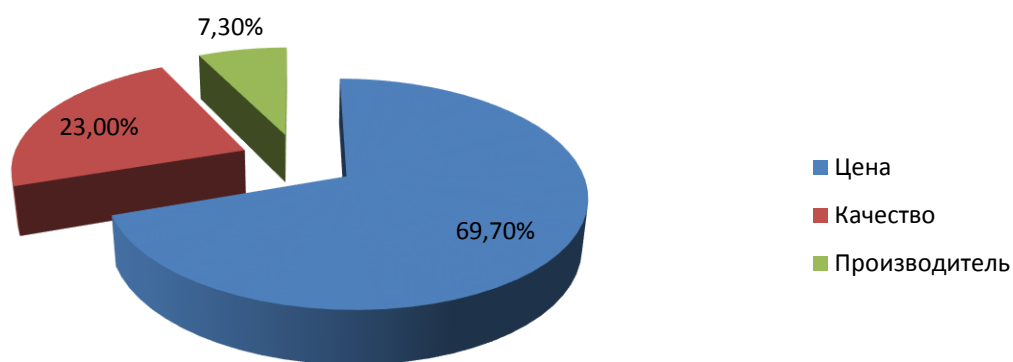


Рисунок 6 - Критерии выбора пятновыводителей

Большинство опрошенных покупателей предпочитают приобретать пятновыводители в специализированных магазинах, таких как "Семь дней", "Тибет", 5% в любом магазине.

Таким образом, можно сделать вывод, что пятновыводители находятся на втором месте после порошков по спросу потребителей. При покупке пятновыводителей потребителю важна цена и качество. Самыми покупаемыми пятновыводителями являются "Ванишь", "Ушастый нянь", "Ариель", "АСЕ". Данный пятновыводители всегда можно приобрести в магазине, будь это специализированный магазин бытовых товаров или же продуктовый, в котором реализуется непродовольственные товары.

Список литературы:

1. Абдрахманова Г. А. Синтетические моющие средства: польза и вред // Молодой ученый. 2015. № 9 (89). С. 60-62. URL: <https://moluch.ru/archive/89/17969/> (дата обращения: 09.10.2021).
2. Антимонов И. О., Апасова И. Н. Чистящие и моющие средства в быту, и их влияние на наше здоровье // Юный ученый. 2017. № 2.2 (11.2). С. 8-9. URL: <https://moluch.ru/young/archive/11/809/> (дата обращения: 19.10.2021).
3. Высокомолекулярные соединения / А.А. Тажер [et al.] // Серия А. 1975. Т. 17. № 12. С. 2766.

UDC 339.1

MARKET RESEARCH OF SYNTHETIC DETERGENTS MARKET

Irina M. Novikova

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
tditv2012@yandex.ru

Olga M. Blinnikova

Candidate of Technical Sciences, Head of the Department
o.blinnikova@yandex.ru

Irina V. Chaplygina

student
qw12er90@gmail.com

Michurinsk State Agrarian University
Michurinsk, Russia

Annotation. The article examines the market for synthetic detergents (stain removers) in Michurinsk.

Key words: synthetic detergents, share of domestic and foreign manufacturers, assortment of stain removers.

Статья поступила в редакцию 15.11.2021; одобрена после рецензирования 01.12.2021; принята к публикации 15.12.2021.

The article was submitted 15.11.2021; approved after reviewing 01.12.2021; accepted for publication 15.12.2021.