

УДК 687.552.2

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ДЕТСКОЙ ГИГИЕНЫ (КРЕМ ПОД ПОДГУЗНИК)

Вакульская Д.С., студ., Землянская Н.В., ст. преп.

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
г. Гродно, Республика Беларусь*

Средства детской гигиены представлены широким ассортиментом товаров, которые ежегодно совершенствуются. В этой области производится множество инновационных продуктов, а технологии улучшаются очень быстро.

По причине частого ношения памперсов и неправильного ухода у ребенка могут появиться раздражения на коже. К ним относятся опрелости, покраснения, пеленочный дерматит, сыпь и шелушение. Для предупреждения и устранения подобных явлений созданы специальные кремы под подгузник.

Крем под подгузник должен выполнять две основные функции: защищать кожу младенца от возможных проблем и устранять уже появившиеся симптомы. Идеальным кремом должен быть такой, который имеет доказанную эффективность, а его действие схоже с естественной функцией кожи с формированием длительного барьера для сохранения оптимального уровня влажности. В его составе не должно быть ненужных ингредиентов, раздражающих, токсичных или ингредиентов с недокументированной безопасностью [1]. Формула крема обычно включает: цинк, пантенол или тальк, масла природного происхождения, экстракты лечебных трав, витамины, воду. В состав могут входить молочная кислота, аллантоин и другие полезные компоненты.

Ассортимент продукции в сегменте на сегодняшний день очень широкий, он отличается по составу, стоимости, особенностям консистенции, виду упаковки. Низкий и средний ценовой сегмент представлен продукцией компаний «Ушастый нянь», «Витекс», «Sowelu», «Jonson's baby». Премиум сегмент – это кремы «Mustela Bebe», «Bubchen», «Weleda», «Chicco».

Целью данного исследования явилось изучение потребительских предпочтений на рынке средств детской гигиены (крем под подгузник) для выявления потребностей потенциального покупателя.

Использовался метод опроса покупателей с помощью заранее составленной анкеты (опросного листа): в г. Гродно – в различных торговых точках. В процессе исследования были выявлены мнения покупателей о факторах, влияющих на выбор товара.

На основании проведенных выборочных маркетинговых исследований установлено:

- наиболее значимыми факторами при покупке крема под подгузник является эффективность применения, гипоаллергенность, приемлемая цена, натуральный состав, экономичный расход, приятный запах, консистенция и скорость впитывания крема. Минимальные значения характеризуют такие группы факторов, как анестезирующий эффект, срок годности, удобство и дизайн упаковки, спорная эффективность при долгом использовании; легкость смывания крема с рук родителей и одежды.
- большинство опрошенных респондентов отдает предпочтение кремам, в составе которых содержатся натуральные ингредиенты;

- большинство опрошенных считает, что эффективность применения крема является определяющим фактором при совершении покупки;
- наибольшим предпочтением у большинства потребителей пользуются крема низкой и средней ценовой категории.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Минакина, О. Л. Пеленочный дерматит у детей: как мы можем с ним справиться? / О. Л. Минакина // РМЖ. – 2015. – № 3. – С. 187–191.