

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ ЭФИРНЫХ МАСЕЛ

М.А. СОКОЛОВА, В.В. ИЛЛАРИОНОВА, А.И. РЕШЕТНЯК

*Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2
электронная почта: sokolova-1995-marianna@yandex.ru, illarionovav@mail.ru*

Современный рынок российской косметической продукции представлен широким спектром разнообразных средств по уходу за кожей лица, тела, рук и волос. Однако среди потребителей возрастает спрос на косметику, обогащенную природными компонентами, способную оказывать желаемый эффект и не вызывать аллергические реакции. Одним из таких компонентов являются эфирные масла, которые нашли свое применение не только в косметологии, но и в ароматерапии, массаже и медицине. В связи с этим имеется необходимость более детального изучения осведомленности покупателей о полезных свойствах масел и их дальнейшего применения в парфюмерно-косметической сфере.

Ключевые слова: потребительский рынок, косметическая продукция, эфирные масла, респонденты, исследование.

Российский рынок косметической продукции достаточно разнообразен. По своему функциональному назначению парфюмерно-косметические товары предназначены для гигиены человека: для ухода за кожей лица, рук, тела, ухода за волосами, полостью рта, защиты от вредного воздействия солнца кожи рук, тела и т. д.[2] Этой группе товаров свойственна универсальность, то есть выполнение основной функции и дополнительных, например, очищение волос и их питание, освежение, лечение, защита.

Современная косметология переходит на производство многофункциональной, исключительно эффективной продукции, помогающей бороться с обширным спектром проблем. При этом учитывается растущий спрос потребителей на более эффективные ингредиенты природного происхождения. В центре внимания оказываются эфирные масла с оздоравливающим, бодрящим или, наоборот, успокаивающим действием. [3]

На сегодняшний день насчитывается порядка 200-т различных эфирных масел, которые оказывают, при грамотном применении, ярко выраженное лечебное действие, не вызывая побочных эффектов. Химический состав

эфирных масел достаточно сложный, включает от 120 до 500 неорганических веществ, обуславливающие их лечебные свойства. При этом эфирные масла обладают широким спектром биологической активности и при верном добавлении в рецептуры косметических средств не будут вызывать нарушения физиологических процессов организма.

Целью исследования являлось изучение предпочтений потребителей рынка косметической продукции в целом, а так же выявление частоты применения эфирных масел, с рассмотрением возможного предложения по реализации новой продукции.

Проводимые маркетинговые исследования были направлены на изучение потребительского рынка косметических средств и эфирных масел, и дали возможность подробно изучить предпочтения граждан, их ожидания, желания, а так же бюджетные возможности.

Анкетирование проводили в январе 2017 года среди разных возрастных категорий лиц, проживающих в основном в городе. Опрашивались студенты (60 %), госслужащие (5 %), домохозяйки (5 %), а так же работники по найму (25 %) и занятые другой деятельностью (5 %). Состав респондентов по половому признаку разделился следующим образом: 95 % опрошенных были женщины и 5 % - мужчины.

Для того, чтобы определить, для каких целей опрошенные приобретают эфирные масла и как они их используют, первоначально выясним, какими средствами ухода они уже пользуются и что хотят получить в итоге, а так же немаловажно определить ценовую политику данной продукции.

Установлено, что большинство опрошенных используют косметические средства 1-2 раза в день. И только малая доля – 1-2 раза в неделю (рисунок 1)

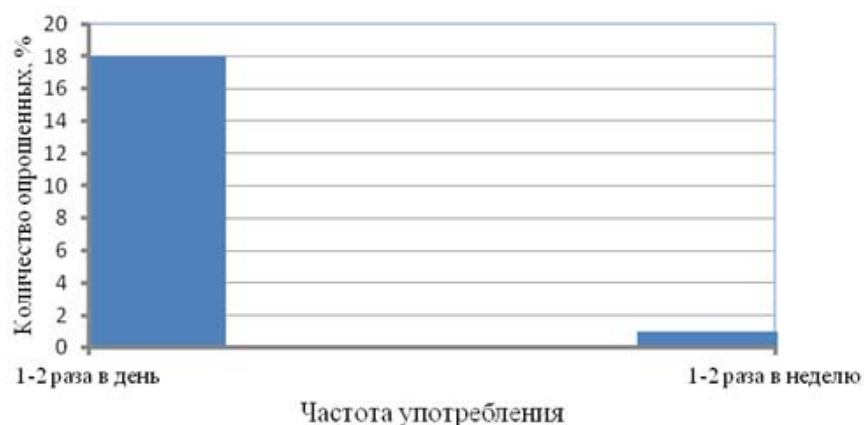


Рисунок 1 - Частота использования косметических средств

При выборе косметической продукции потребители большое внимание уделяют не известности марки, упаковке и цене, а, в первую очередь, качеству продукции. Кроме того, интересуются составом, который иногда бывает непонятен обычному покупателю, а так же тестировалась ли выбранная косметика на животных (рисунок 2)

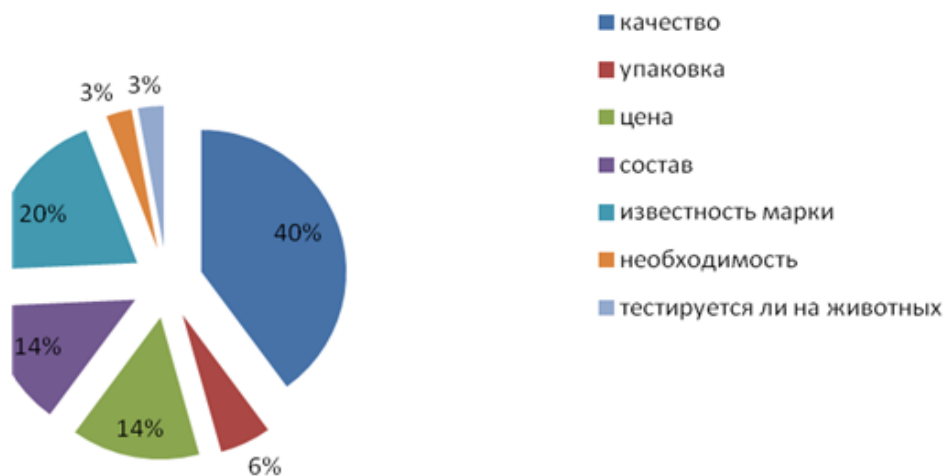


Рисунок 2 - Предпочтения потребительского рынка при выборе продукции

При выпуске новой продукции предприятию необходимо понять, какие торговые точки следует задействовать для реализации своей продукции. Для решения данного вопроса нами было определено, что большинство покупателей предпочитают приобретать косметику в сетевых магазинах (рисунок 3).



Рисунок 3 - Место приобретения косметических средств

Информацию о новой косметике потребители получают разными способами: благодаря телевидению 23 % потребителей, 35 % - благодаря интернету, 25% - при помощи друзей, 17 % - благодаря специализированной рекламе.

Среди огромного разнообразия косметических средств по уходу за собой наиболее необходимыми респонденты посчитали: шампуни (27 %), гели для душа (15 %), крема для рук и косметические масла (12 %), бальзамы для губ и косметические мыла (9 %), маски (4 %), прочие средства ухода (6%) (рисунок 4).

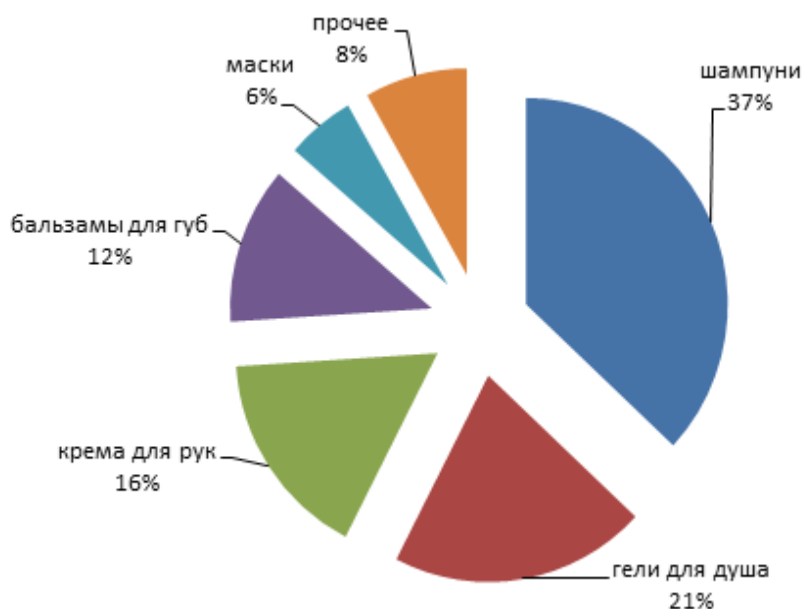


Рисунок 4 - Предпочтения покупателей при выборе продуктов косметологии

Анализ проведенного анкетирования показал, что респондентам наиболее удобно пользоваться косметикой, расположенной в тюбиках (63 %) и коробочках (21 %), наименьшие показатели были отмечены у косметики, продающейся в металлических шайбочках (13 %) и сачетах (3 %) (рисунок 5)

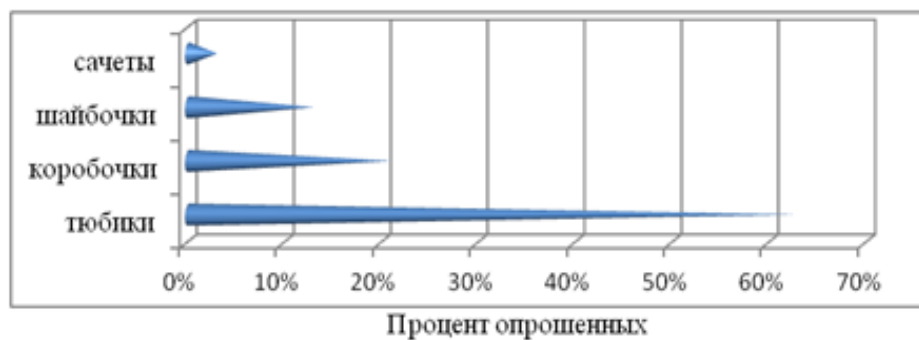


Рисунок 5 - Предпочтения в удобстве использования косметических средств

В ходе опроса респонденты имели возможность выразить свои пожелания фирмам косметических средств, которые они когда-либо использовали. Предложения поступали разные, более половины пожелали, чтобы продукция была гипоаллергенна, так как многие сталкивались с аллергическими реакциями организма на компонентный состав, рекомендовали повысить качество, использовать только природные компоненты, сделать цены доступными среднестатистическому покупателю[1]. Встречались и те, которых устраивало все в потребляемой продукции.

Чтобы понять, какая цена является наиболее приемлемой среднестатистическому покупателю, нами был поставлен вопрос о том, какое количество денежных средств они готовы потратить за 3 месяца на косметические средства. Было установлено, что 70 % опрошенных в среднем готовы потратить от 1,5 до 5 тысяч рублей, а 30% - от 500 до 1000 рублей (рисунок 6).

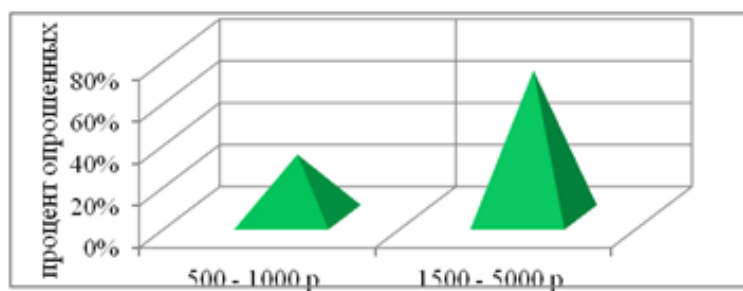


Рисунок 6 - Размер денежных средств, которые потребители готовы потратить на приобретение косметики

На вопрос о том, устраивает ли качество современной косметики, положительно ответили 75 % граждан, и 25 % ответили, что нет.

Как известно, большая часть косметических средств базируется на использовании в своих рецептурных составах природных компонентов, одними из которых являются эфирные масла. Было установлено, что 85 % людей в исследуемой группе знают о наличии такого компонента. Остальные же 15 % - нет.

Учитывая, что эфирные масла в настоящее время достаточно широко применимы в различных видах продукции, следующим этапом явилось исследование понимания потребителей о возможности применения эфирных масел в повседневной жизни.

Было установлено, что 70 % граждан используют их повсеместно. Для ароматизации помещений эфирные масла применяют 22 % потребителей, в виде добавления в косметические маски – 22 %, иная часть пользуется ими при походе в баню – 22 %, 10 % используют масла как средство для устранения усталости, 22 % - используют как компонент для создания натуральной косметики в домашних условиях и 2 % - для лечения

Из эфирных масел наиболее широко применяемым оказалось масло лаванды (21 %), цитрусовых (25 %) и эвкалипта (18 %). Меньшее применяют масло бергамота (7 %), ромашки (9 %), чайного дерева (7 %), мяты (5 %), корицы (4 %), иланг-иланга (2 %) и сандалового дерева (2 %). (Рисунок 7)

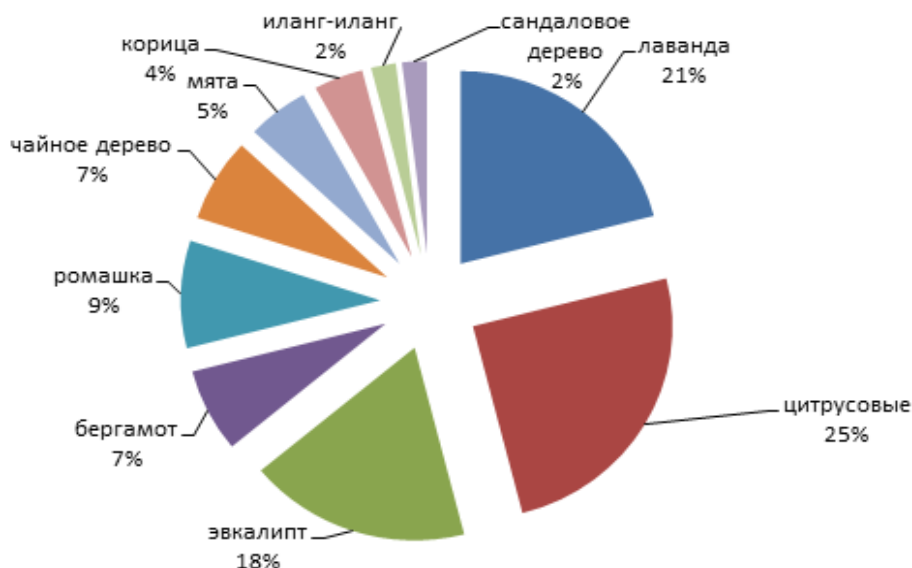


Рисунок 7 - Распространенность применения эфирных масел

Для продвижения на рынке новых косметических средств, производителя необходимо понимать, с какой целью люди приобретают косметическую продукцию и чего от нее ожидают. Установлено, что каждый из потребителей желает увидеть после использования косметических средств определенный эффект: 41 % хочет выглядеть ухоженно и привлекательно благодаря использованию косметики, 41 % считают, что таким образом решат проблемы лица и тела, всего лишь 3 % считают, что самое главное - это престижность косметики, а 15 % приобретают косметическую продукцию, чтобы побаловать себя приятными новинками

Наши исследования показали, что потребность в косметических средствах крайне высока, как и желание приобретать качественную продукцию по приемлемой цене.

Следует отметить, что при употреблении косметических средств у половины опрошенных проявлялась аллергическая реакция на синтетические компоненты косметических средств. Это наталкивает на мысль, что производителям следует пересмотреть состав своей продукции и найти альтернативу химически полученным компонентам в пользу природной косметики. Стоит задуматься о введении в рецептурные составы таких эфирных

<http://ntk.kubstu.ru/file/1608>

масел, которые практически не будут вызывать аллергических реакций (например масла ромашки, чайного дерева, мяты) [4]. Поэтому наше исследование было направлено так же и на изучение осведомленности граждан о пользе эфирных масел, а так же частоту их использования, с целью изучения спектров их потребления.

Эфирные масла нашли широкое применение в разных аспектах жизни человека. Многие из них практически не вызывают аллергических реакций, поэтому их стоит рекомендовать как природный компонент в рецептурные составы любых косметических средств, направленных на разнообразный уход за лицом, телом и волосами. Исходя из этого, производителям следует расширять сырьевую базу эфиромасличного сырья, разрабатывать новые, современные рецептурные составы косметической продукции. Следует также учитывать, что наиболее эффективна реклама в интернете, а продвижение продукции лучше всего осуществлять в крупных сетевых магазинах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гигиенические рекомендации по безопасному и эффективному применению косметических средств. Митрохин О.В. // Здоровье населения и среда обитания. 2013. № 7 (244). С 4-6
2. Комплексная оценка потребительских свойств новых образцов жидкого туалетного мыла премиум-класса. Илларионова В.В., Внукова Е.О., Гриценко Д.Г., Губа Е.Н., Вербицкая Е.А. // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2015. № 2-3 (344-345). С. 115-117.
3. Разработка рецептур жидкого туалетного мыла премиум-класса. Илларионова В.В., Смирнова Н.В., Гриценко Д.Г., Губа Е.Н., Филенкова М.В. // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2015. № 2-3 (344-345). С 67-70
4. Технология эфирных масел и фитопрепаратов: учеб. пособие. Тарасов В.Е. / КубГТУ – Краснодар.: Изд. ФГБОУ ВПО «КубГТУ», 2013. – 404 с.: ил.

*STUDY OF THE PECULIARITIES OF CONSUMER PREFERENCES WHEN
CHOOSING ESSENTIAL OILS*

M.A. SOKOLOVA, V.V. ILLARIONOVA, A.I. RESHETNYAK

*Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072,
e-mail: sokolova-1995-marianna@yandex.ru, illarionovav@mail.ru*

Contemporary market of Russian cosmetic products presents a wide range of different face, body hands and hair care products. However the demand on natural ingredient-rich cosmetics which can provide desired effect without allergic responses is rising up among consumers. One of these ingredients is volatile oils. Such oils can be used not only in cosmetology but also in aromatherapy, massage and medicine. Due to this there is a necessity of more detailed examination of consumer awareness about benefits of volatile oils and their further use in perfume and beauty sphere.

Key words: consumer market, cosmetic products, essential oils, respondents, study.