

ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ І ОСОБЛИВОСТЕЙ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПАРФУМЕРНО- КОСМЕТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кривошеєва А. С., Жадько С. В.

Національний фармацевтичний університет м. Харків, Україна

alina_nfau@mail.ru

Сучасний ринок парфумерно-косметичної продукції заповнений великою кількістю товарних пропозицій, що призводить до загострення конкурентної боротьби між виробниками. Споживачі мають надзвичайно багато можливостей для задоволення потреби у парфумерно-косметичних засобах, що ускладнює споживацький вибір. За допомогою позиціонування виробники парфумерно-косметичної продукції можуть виділити свій товари серед конкурентів, впливаючи безпосередньо на свідомість споживача. Процес позиціонування перш за все пов'язаний із виділенням окремих сегментів ринку, які складаються зі споживачів, що однаково реагують на один і той самий набір спонукальних стимулів маркетингу. Через політику сегментації ринку втілюється у життя найважливіший принцип маркетингу – орієнтація на споживача.

Метою роботи є аналіз особливостей сегментації і позиціонування продукції вітчизняного парфумерно-косметичного підприємства АТ «Ефект».

АТ «Ефект» працює на базі парфумерно-косметичної фабрики, заснованої в 1934 р. у м. Харкові. Підприємство працює на сучасному високоякісному обладнанні всесвітньо відомих компаній Швейцарії, Італії, Швеції і Німеччини. Досвід роботи на ринку парфумерії і косметики дозволив підприємству створити концепцію, яка базується на виробництві якісної продукції із використанням природної сировини і сучасних технологій, встановити традиції, випрацювати стратегію довгострокових взаємовідносин з діловими партнерами.

Підприємство випускає широкий асортимент косметики та парфумів, який налічує понад 180 одиниць. Косметична лінія фірми призначена для жінок та дітей. Вона містить косметику для жінок різного віку, а також серію для до-

гляду за дітьми від 3 до 7 років і старше. Велика кількість товарних одиниць дає змогу враховувати індивідуальність потреб споживачів. Косметична лінія для жінок налічує засоби догляду за різними частинами тіла (обличчям, руками, ногами, тілом), які в свою чергу містять різні природні компоненти розраховані для різних індивідуальних типів шкіри. На особливу увагу заслуговує дитяча серія, яка містить не тільки засоби догляду за різними частинами тіла, а й засоби, що захищають ніжну шкіру немовлят при різних погодних умовах (мороз, вітер, сонце). Дитяча косметика також має широкий асортимент косметичних засобів на основі природних компонентів, що урахують індивідуальні особливості шкіри немовлят. Підприємство відрізняється і своєю серією спеціальних кремів призначених для косметичних процедур і лікування різноманітних подразнень (радикуліту, опіків, забоїв, ран тощо).

Лінія парфумів АТ «Ефект» орієнтована на чоловіків віком від 35 до 50 років. Парфуми представлені в широкому асортименті із додаванням різних природних компонентів.

Велику увагу підприємство приділяє оформленню упаковок. Косметичні і парфумерні засоби супроводжуються яскравими образами, ретельно підбраною кольоровою гамою із урахуванням стилістики підприємства та принципів виробництва.

Головними принципами АТ «Ефект», які використовуються при позиціонуванні продукції, є: найкращі композиції і рецептура; найкращі технології і сировина; сучасний дизайн і реклама; суворий відбір компаній-постачальників сировини і матеріалів. Вся продукція підприємства виробляється на унікальній воді із власної артезіанської свердловини глибиною 811 метрів, водоносний шар якої сформований понад 5000 років тому. Завдяки ретельній технології, яка забезпечує виготовлення якісної продукції, та витонченій політиці позиціонування підприємство займає вдалу позицію на вітчизняному парфумерно-косметичному ринку та користується довірою споживачів.