

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/242841>

**Тип работы:** Научно-исследовательская работа

**Предмет:** Экономика в здравоохранении и фармацевтике

Введение 3

1. Теоретические аспекты проведения исследования потребителей косметических средств 5

1.1. Характеристика и классификация косметических средств 5

1.2. Методы анализа потребительского спроса косметических средств 11

2. Проведение исследования потребителей косметических средств 18

2.1. Материалы и методы исследования 18

2.2. Анкетирование потребителей 19

2.3. Обработка результатов анкетирования 23

Заключение 28

Список использованных источников 30

В системе сертификации косметические средства классифицируются по назначению[1]:

- средства для ухода за кожей лица и тела;

- средства по уходу за волосами;

- средства декоративной косметики.

Ассортимент средств для ухода за кожей.

1) Средства косметические: кремы, гели, маски. Кремы для жирной, сухой кожи, для любого типа кожи; для ночного, дневного ухода. Мужские косметические средства - средства для бритья, после бритья: кремы, лосьоны, бальзамы, желе после бритья.

2) Средства для ухода за кожей тела: кремы, бальзамы, гигиенические бальзамы для губ, кремы, лосьоны, гели для рук; ухода за кожей ног.

3) Защитные средства: молочко, кремы для загара и после загара.

4) Средства очищающие: скрабы, пилинги.

5) Специальные средства: кремы для массажа, депиляторы (для удаления волос), отбеливающие средства.

Туалетное мыло - натриевые соли жирных кислот с добавлением красителей и отдушек.

Ассортимент средств для ухода за волосами и кожей головы.

1) Средства для мытья головы и ухода за волосами: шампуни, кондиционеры-ополаскиватели, ополаскиватели, бальзамы. Шампуни различают по назначению (по типу волос): для всех типов волос, для нормальных, сухих, жирных, для поврежденных.

2) Средства для окраски волос подразделяют на химические и натуральные (хна, басма), нестойкие, относительно стойкие и стойкие.

3) Средства для укладки волос - лаки, муссы, жидкости, пенки, гели, кремы.

Ассортимент декоративной косметики:

1) Косметика для губ - помада, контурный карандаш, блеск для губ.

2) Декоративная косметика для лица - пудра, румяна, тональные кремы, крем-пудра, маскирующий карандаш.

3) Декоративные средства для глаз- тени для век, подводка для глаз, карандаш для глаз, тушь. Тушь для ресниц бывает обычная, питательная, придающая объем, удлиняющая.

4) Средства для ногтей -лаки, разбавители, растворители, закрепители, средства для удаления кутикулы и др.

Ассортимент средств гигиены полости рта. Зубные пасты, гели, зубные эликсиры, зубные порошки, дезодоранты. Подразделяется:

- по назначению: лечебно-профилактические, отбеливающие;

- по применяемым абразивным компонентам: малоабразивные, абразивные, безабразивные, комбинированные (окрашенные полоски);

- по возрастному назначению: для взрослых, для детей.

Ассортимент косметических средств велик, выбор их сложен и требует от продавца специальных знаний видов, наименований и потребительских свойств. Каждый, кто хоть раз занимался приобретением косметических средств, знает, как сильно разнятся по стоимости продукты разных марок. Кроме цены средства разных производителей отличаются по уровню эффективности и безопасности.

Самой авторитетной организацией, классифицирующей косметические продукты, является CIDESCO – международный комитет по косметологии и эстетике[6, с.234].

Именно эта классификация считается общепринятой и подразумевает разделение косметики на продукты сегментов Масс-маркет, Миддл-маркет, Люкс, Профи и Космецевтику.

1. Абдуллаева А.А. Рынок косметических средств в России: выбор и предпочтения россиян // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. LXVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 7(67). URL: [https://sibac.info/archive/economy/7\(67\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/7(67).pdf) (дата обращения: 10.03.2022).
2. Алиева З.М. Концепция формирования потребительского поведения под влиянием маркетинга отношений в розничной торговле // TERRA ECONOMICUS. 2020. Т. 11. №4.2. С. 92–99.
3. Вахтеева Д.А. Особенности российского рынка косметических средств // Молодой ученый. 2021. № 21 (101). С. 367–369.
4. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: Учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - Люберцы: Юрайт, 2020. - 570 с.
5. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. Н. Мозгов. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с.
6. Голованова Е. Модель анализа люксовых брендов в интернете на примере парфюмерно-косметического рынка // Маркетинговые коммуникации. 2018. №3. С. 234–242.
7. Зайцев, А.Г. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / А.Г. Зайцев, Е.В. Такмакова. - М.: Риор, 2018. - 144 с.
8. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. — 368 с.
9. Кривдина О.А. Актуализация современных подходов к сегментации парфюмерно-косметического рынка // Современные тенденции экономики и управления: Материалы международной научно-практической конференции. Курский институт кооперации. 2020. С. 215–219.
10. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: Форум, 2018. - 210 с.
11. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: Уч. Пос / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. - М.: Инфра-М, 2019. - 240 с.
12. Николаева М.А., Ний А.А. Анализ состояния и тенденций парфюмерно-косметического рынка в России // Экономические исследования. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.erce.ru/internetmagazine/magazine/49/706/> (дата обращения: 10.03.2022).
13. Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 305 с.
14. Пылаев, И. В объятиях маркетинга, или когда клиент скупает все : практическое руководство / И. Пылаев. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 240 с.
15. Прохорова М.П., Булганина С.В., Булганина А.Е., Белоусова К.В. Анализ поведения российских потребителей парфюмерии и косметики // Наука Красноярья, Том 8, № 1, 2019 с. 41-57.
16. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 214 с.
17. Фадеева Т.П., Монаков Ю.И. Тенденции изменения структуры рынка парфюмерно-косметических товаров в России // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2020. № 29. С. 119–123.
18. Цветкова А., Маркин И. Продвижение парфюмерно-косметических брендов в сегменте российской молодежной аудитории // Маркетинговые коммуникации. 2018. №2. С. 104–111.
19. Черницова М.А. Тенденции рынка парфюмерно-косметической продукции // Журнал научных статей Здоровье и образование в XXI веке. 2021. Т. 19. No 8. С. 189–191.
20. Анкета: Выбор средств по уходу за кожей лица [Электронный ресурс]. URL: <https://sociotrix.com/result?id=247>(дата обращения: 10.03.2022).

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/242841>