

*Шестакова А.Е студентка 2 курса
Воловская Нина Михайловна
Научный руководитель, д.социол.н., профессор ФГБОУ ВО
«Новосибирский Государственный университет экономики и управления
«НИНХ»
Россия Г. Новосибирск*

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕКЛАМЫ ТОВАРОВ БЫТОВОЙ ХИМИИ

Аннотация: *В данной статье рассмотрен вопрос актуальности исследования, рекламы бытовой химии, обоснована необходимость проведения маркетингового исследования, предложена теоретическая и эмпирическая модели исследования рекламы товаров бытовой химии.*

Ключевые слова: *исследование, маркетинговое исследование, товар, реклама, бытовая химия, потребители.*

*Shestakova A. E 2rd year student Volovskaya Nina M. Scientific supervisor, doctor of sociology.N., Professor of Novosibirsk state University of Economics and management, NOVOSIBIRSK state UNIVERSITY»
Novosibirsk state University of Economics and management Russia,
Novosibirsk*

A STUDY ADVERTISING OF HOUSEHOLD CHEMICAL GOODS, FOR EXAMPLE ADVERTISING "P&G»

Abstract: *This article examined the issue of the relevance of the research, advertising of household chemicals, justified the need for marketing research, proposed a theoretical and empirical model for the study of advertising of household chemicals.*

Keywords: *research, marketing research, product, advertising, household chemicals, consumers.*

Сегодня каждый человек прекрасно осознает, что бытовая химия – это неотъемлемый элемент его повседневной жизни. Разумеется, это не первая необходимость, без которой невозможно существовать, но далеко не последняя.

Реклама, товаров бытовой химии, равно как и другие товары, предназначенные для повседневной жизни людей, должна, отвечать тем критериям и стандартам, которые существуют в цивилизованном мире. В этом смысле реклама товаров бытовой химии может служить своеобразной «точкой отсчета» качества производимой рекламной продукции, а ее исследование могло бы дать общее представление об уровне использования тех потенциально широких возможностей, которые открываются перед рекламопроизводителем[3].

Исследование отношения и мнения потребителей к рекламе бытовой химии приобретает особую значимость, основной задачей является вовлечение в процесс потребления и формирование группы лояльных потребителей, пользующихся продуктом постоянно.

С развитием новых технологий и увеличением ассортимента товаров, бытовую химию может позволить себе абсолютно любой потребитель, линейка предложений от производителей очень велика, начиная, от товаров эконом класса и заканчивая более дорогой продукцией с экологически чистыми компонентами и органической составляющей.

Отмечается что, современная реклама средств бытовой химии предлагает большой ассортимент продукции российских и зарубежных производителей, назначение которых - помочь по хозяйству.

Отношения потребителей к рекламе бытовой химии изучаются в маркетинговых исследованиях. Рекламные коммуникации строятся, как правило, на мотивах реальной пользы рекламы для потребителей, что стимулирует к покупке товаров бытовой химии.

В данном случае посредством проведения маркетингового исследования будут изучены особые свойства рекламы бытовой химии с целью представления и осознания процесса её разработки и рассмотрения особенностей, а в дальнейшем - выработка критериев, необходимых для эффективного размещения рекламы бытовой химии [5].

Содержательное наполнение рекламы бытовой химии определяется потребностями целевой аудитории. Примечательно, что основную часть целевой аудитории рекламы бытовой химии составляют женщины-домохозяйки. Поэтому на сегодняшний день для достижения эффективности рекламы бытовой химии, необходимо проводить детальные исследования рекламируемого товара [4].

Результаты маркетинговых исследований позволят изучить потребности и предпочтения потребителей рекламы бытовой химии.

Исследования помогут нам при разработке рабочей программы [1] изучения мнения потребителей в отношении рекламы бытовой химии.

Целью данного исследования является изучение отношения потребителей к рекламе бытовой химии, выявление существующих проблем и разработка рекомендации по совершенствованию рекламы. В соответствии с поставленной целью были разработаны следующие задачи: изучение мнения потребителей по основным особенностям рекламы бытовой химии, установление мотивов, стимулирующих к покупке данных товаров, выявление проблем рекламы бытовой химии и разработка рекомендаций по совершенствованию рекламы товаров бытовой химии.

Выбранная модель исследования представляет собой совокупность логически взаимосвязанных абстрактных понятий, которая поможет более подробно описать нашу предметную область исследования [2].

В теоретическую модель нашего исследования входят следующие переменные и теоретические понятия: факторы, влияющие на восприятие

рекламы (внешнее оформление рекламы, длительность рекламного ролика, место размещения рекламы), а также проблемы рекламы бытовой химии и рекомендации по ее совершенствованию.

В эмпирическую модель исследования включены следующие понятия: особенности и состояние рекламы бытовой химии (определяющие факторы, отношение к рекламе, доверие потребителей, влияние рекламы на покупательское поведение, запоминаемость рекламы на определенном носителе);

Таким образом, предполагается, что представленные теоретическая и эмпирическая модели исследования позволят получить полное представление о состоянии, факторах и проблемах, а также рекомендациях совершенствования рекламы товаров бытовой химии.

Использованные источники:

1. Воловская Н.М. Рабочая программа как необходимый стратегический документ маркетинговых исследований// Теория и практика общественного развития.- 2017. - №2 – С. 37-39
2. Воловская, Н.М. Методология и методика социологического исследования: Учеб. пособие/ Н. М. Воловская; НГУЭУ. – Новосибирск: Изд-во НГУЭУ, 2011 – 192 с.
3. Гермогенова Л. Эффективная реклама в России / Л. Гермогенова. – М.: РусПартнер, 2013. – 252 с
4. Нетёсова А. В. Маркетинговые исследования: учебно-практическое пособие – М.: Евразийский открытый институт, 2013. - 172 с.
5. Такмакова Е. В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие/А.Г.Зайцев, Е.В.Такмакова - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 88 с.