

# МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ: ГІДРОГЕЛЬ



**Підготував:**  
**студент 201-ФКс групи**  
**Кручик Олександр**

**Мета дослідження: з'ясувати рівень поінформованості споживача щодо товару гідрогель.**

**Робоча гіпотеза:**

- \* припускаємо, що ціна на гідрогель, яка б задовільнала респондентів коливається в межах – 6-8грн.;**
- \* вважаємо, що ціна – це основний фактор, який впливає на купівлю продукту.**

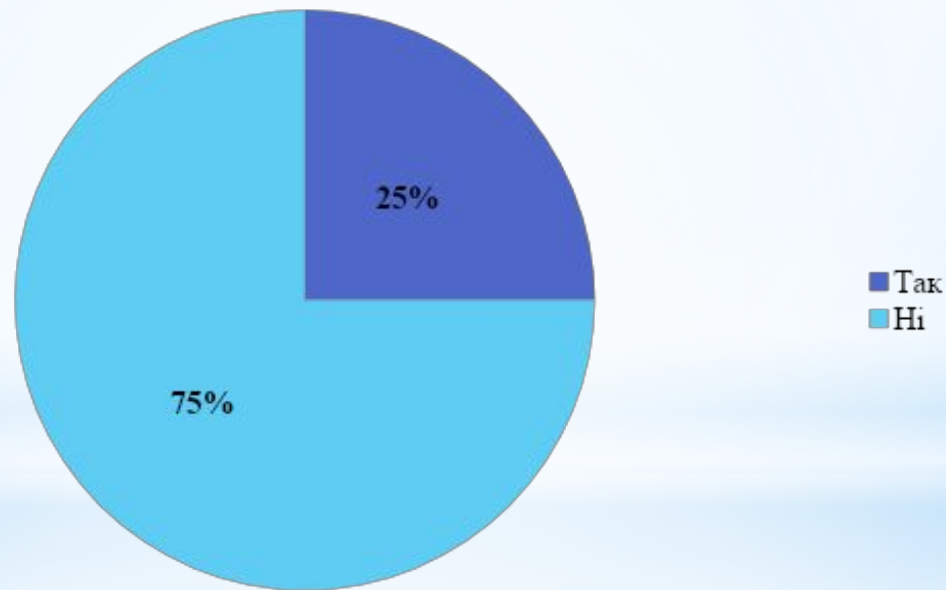
**Було проведено маркетингове  
опитування серед людей і  
сформовано певні висновки  
відносно вище зазначеної  
продукції.**



# Згідно опитування:

Лише 25% респондентів купували гідрогель. Це говорить про низьку проінформованість споживачів.

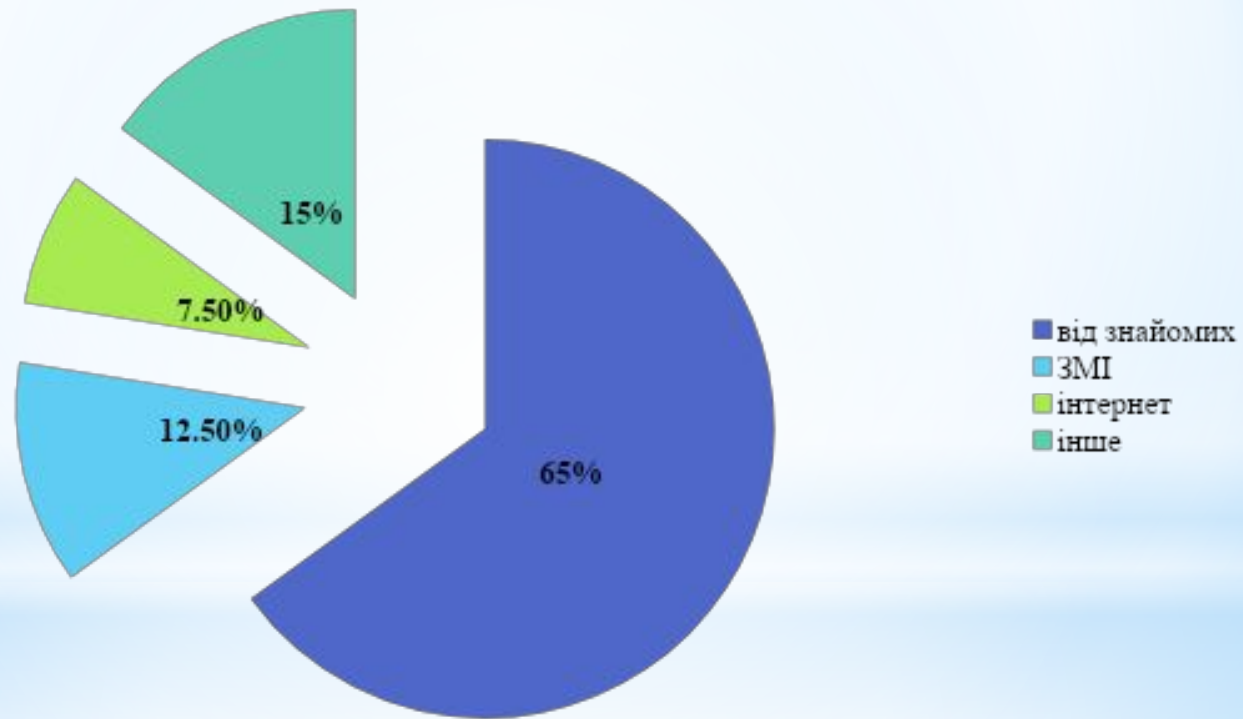
Купівля гідрогелю





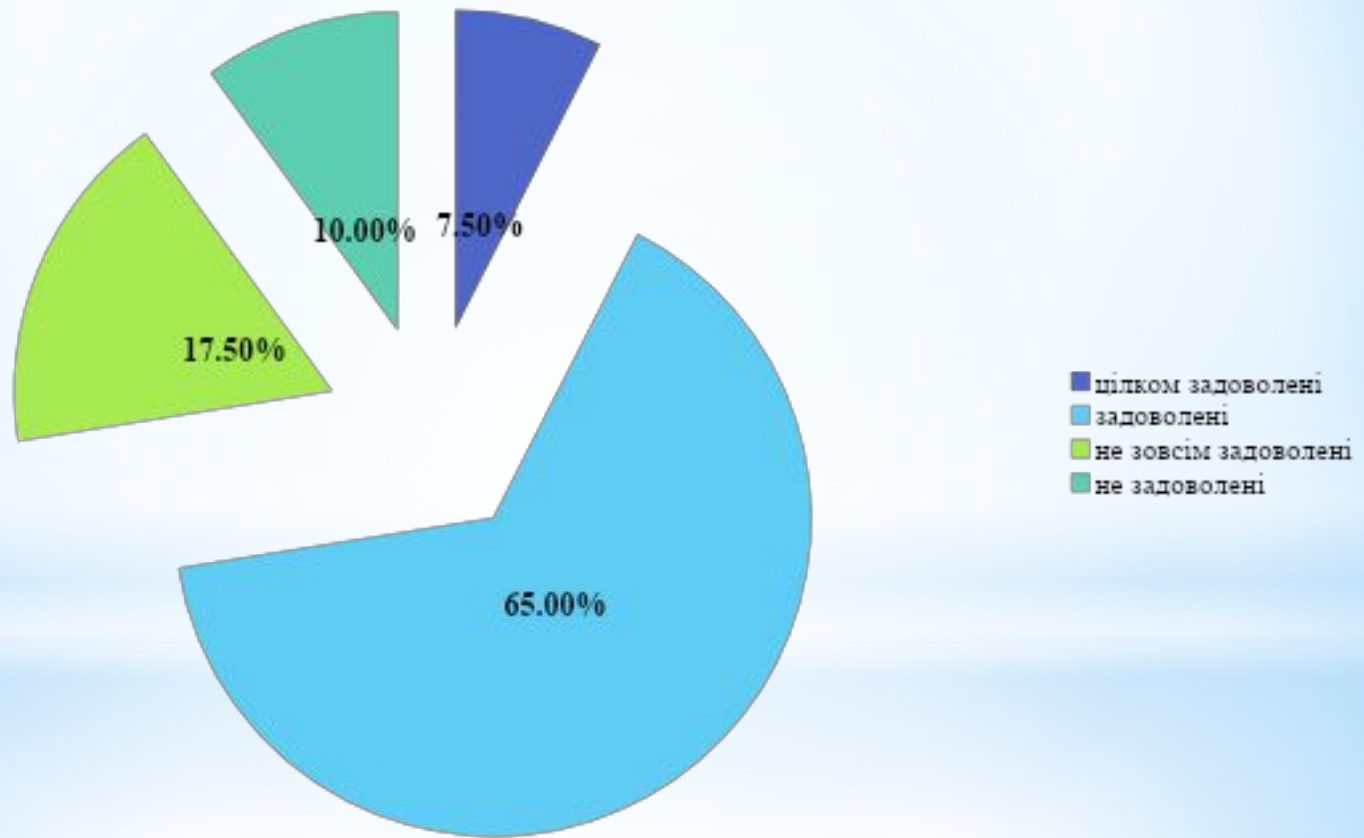
**Відповідаючи на питання: «Звідки ви дізналися про гідрогель?» більшість респондентів відповіли, що від знайомих – 65%.**

Звідки Ви дізналися про гідрогель



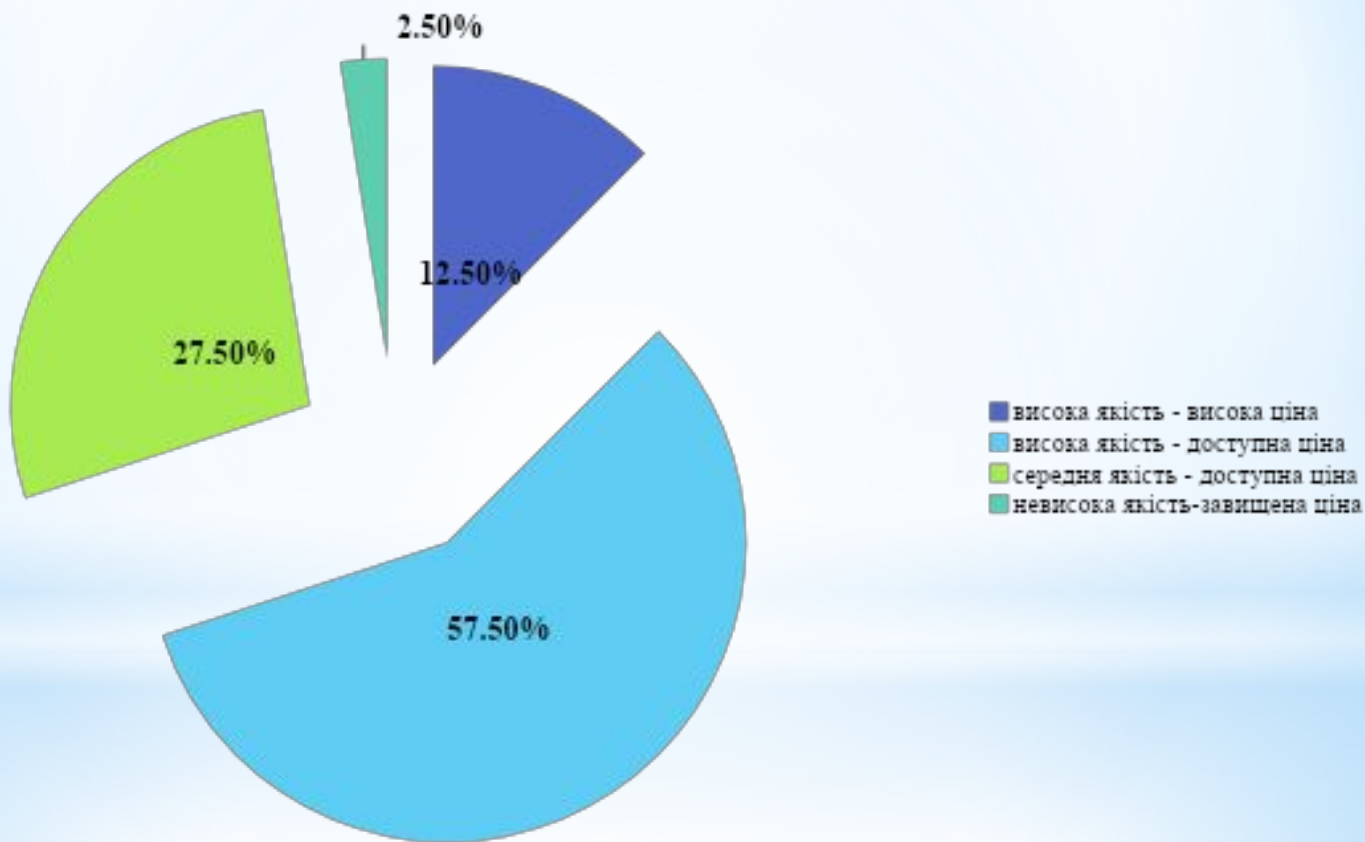
# Рівень якості гідрогелю за оцінками респондентів становить 65%.

Задоволеність рівнем якості гідрогелю



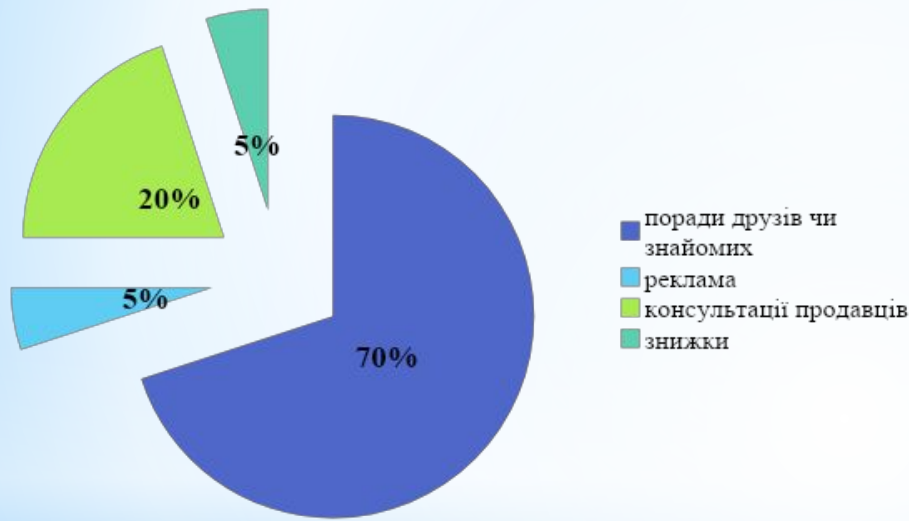
# Характеризуючи товар за співвідношенням «ціна - якість» ми зрозуміли, що для гідрогелю характерна «висока якість – доступна ціна»

Характеристика продукції за співвідношенням "ціна-якість"

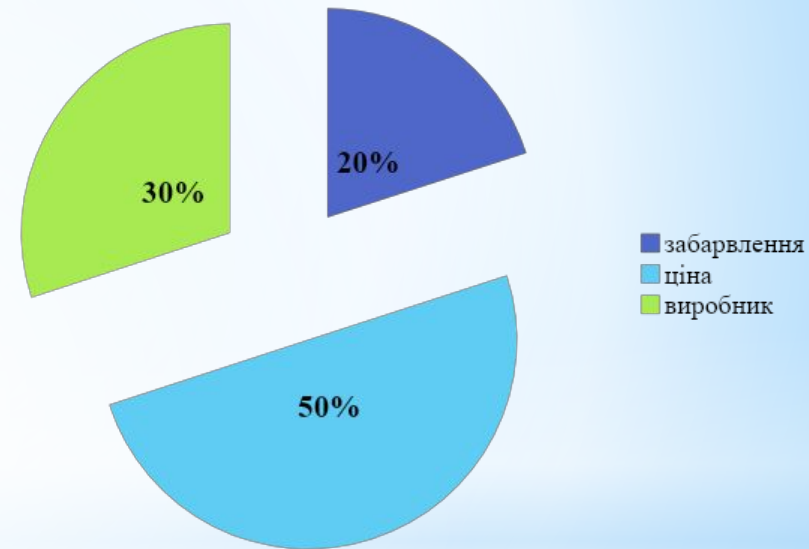


# На вибір респондентів при купівлі даного товару найбільший вплив мають поради друзів і знайомих – 70% і ціна – 50 %.

Що впливає на Ваш вибір при купівлі гідрогелю



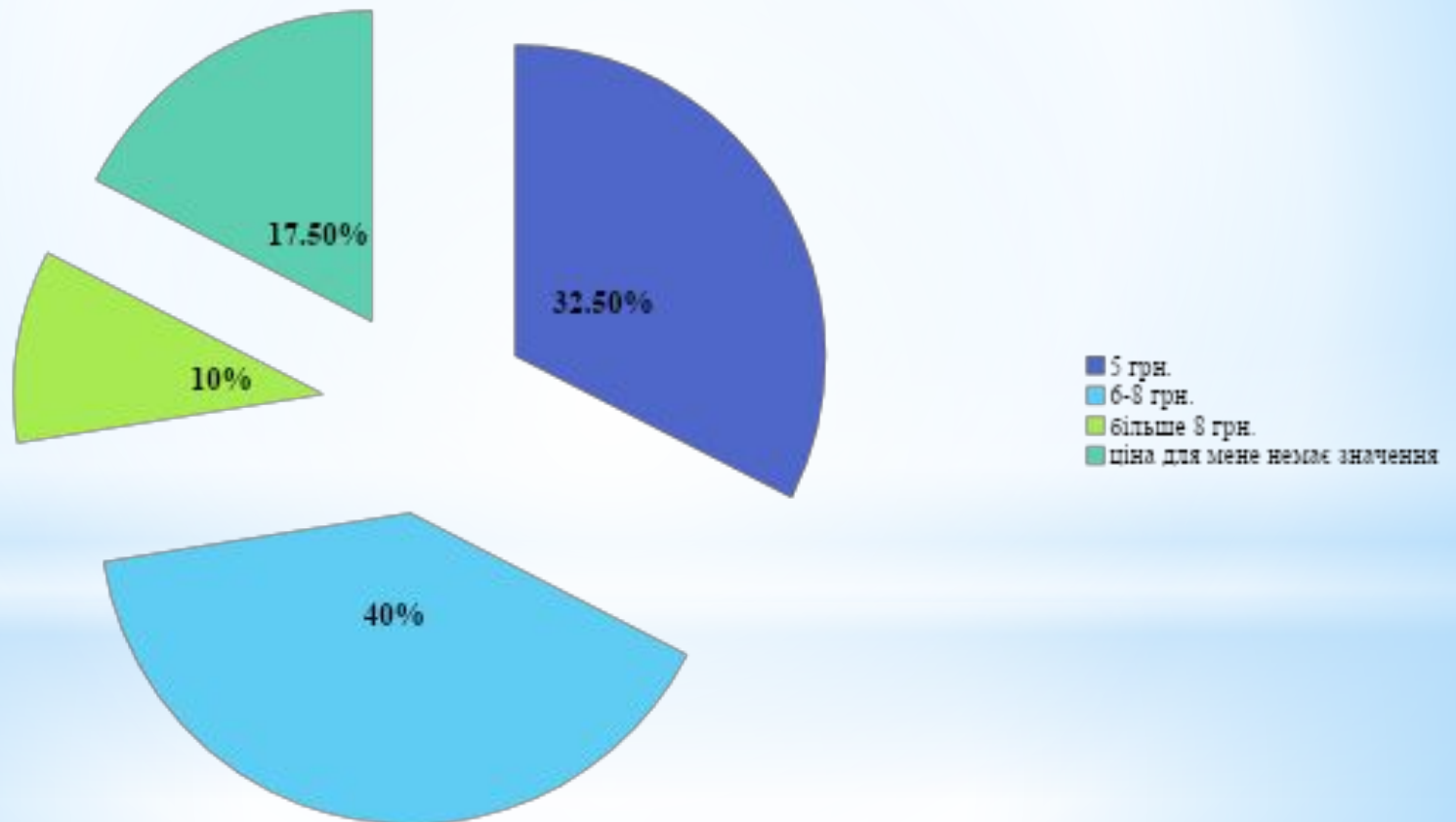
Вплив показників на Ваш вибір при купівлі гідрогелю





**Було також визначено ціну товару, за якої зросте попит і збільшиться прибуток п-ва – це 6-8 грн. – 40%.**

Оптимальна ціна для продажу гідрогелю



# ВИСНОВОК

Таким чином, проінформованість споживачів про наявність на ринку такого товару як гідрогель є дуже низькою. Це пов'язано з тим, що інформація про товар передається лише від людини до людини, тому потрібно задіяти ще ЗМІ для розповсюдження інформації про товар.



**ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!**