

Маркетинговое исследование: «Анализ конкурентов Торговой марки Лапочка»

Дадим краткую характеристику исследуемой организации и ее конкурентам.

1. ООО «Компания Биг» занимается разработкой и производством косметической продукции на российском рынке уже более 20 лет под торговым наименованием Лапочка.

МОСКВА, БЕРЕЖКОВСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 20, СТРОЕНИЕ 11

Производственная база компании включает собственную научно-исследовательскую лабораторию, которая является экспертом в области разработок косметических средств для детей и взрослых. Производственные площадки «Компании Биг» соответствуют нормативным требованиям и подтверждены сертификатом GMP (Good Manufacturing Practices) - ISO 22716:2007 Косметика, надлежащие производственные практики, что делает «Компанию Биг» эксклюзивным производителем косметики, работающим по высочайшим мировым стандартам в России. Соответствие системы менеджмента качества подтверждено сертификатами ISO 9001, в том числе и международной организацией IQNet.

По данным исследовательской компании Nielsen, ООО «Компания Биг» входит в 5-ку крупнейших компаний российских производителей по обороту и является одним из лидеров на рынке Детской косметики. На всех стадиях производства осуществляется постоянный многостадийный контроль.

2. «Мое солнышко» – гипоаллергенные и безопасные средства для ухода за детьми с первых дней жизни. Производитс ООО "АвантаТрейдинг". 143345, Московская область, Наро-Фоминский район, п/о Селятино, а/я 26

Продукция «Мое солнышко» отвечает самым строгим требованиям - она изготавливается из натуральных ингредиентов, учитывает особенности организма ребенка, абсолютно безопасна и гипоаллергенна. Вся продукция «Мое Солнышко» одобрена и рекомендована к применению ФГУ "МНИИ Педиатрии и детской хирургии Минздрава России", где проходит клиническую апробацию каждый продукт серии. «Мое солнышко» помогает любящим мамам в их нелегких, но приятных заботах о малыше. Уверены, среди наших средств Вы сможете найти все, чтобы вырастить здорового и счастливого малыша.

3. АО «Невская Косметика» производит косметику и бытовую химию «Ушастый нянь» - гипоаллергенная серия по уходу за детьми с первых дней жизни, пр. Обуховской Обороны, д. 80, Санкт-Петербург, Россия, 192029

В серию «Ушастый нянь» вошли самые востребованные продукты, которые помогут родителям ухаживать за долгожданным малышом с момента его появления на свет и на протяжении всего периода взросления. Все средства созданы на базе современных рецептов с использованием натуральных компонентов и экстрактов, традиционных для детской косметики: масло персика, альфа-бисаболол, экстракты череды, календулы, алоэ и др.

Серия не содержит красителей, концентрированных отдушек и запрещенных ингредиентов, что снижает риск аллергических реакций.

Серия «Ушастый нянь» подарит вам уверенность и спокойствие, которые так нужны, когда в доме есть ребенок.

4. Компания «Мир детства» была создана в 1994 году и начала свою деятельность с импорта детской продукции известных мировых брендов.

С 1994 года компания «Мир детства» поставляет на рынок товары для детей – более 30 миллионов штук каждый год. Трудно найти в нашей стране семью с детьми, где нет изделия под российским брендом «Мир детства». С первого дня жизни ребенка компания «Мир детства» готова помогать родителям в их заботах. Ассортимент «Мира детства» охватывает все стороны жизни ребенка – прогулки, сон, кормление, игру, укрепление здоровья, воспитание, интеллектуальное и физическое развитие. Компания рассматривает многопрофильность как свое основное преимущество. 115093, г. Москва, ул. Павловская, д.18. стр.2

Под одноименной торговой маркой компания «Мир детства» выпускает товары по уходу за новорожденными, детскую косметику, бытовую химию для ухода за детскими вещами, предметы безопасности пространства, текстиль для сна и купания, игрушки и коляски. Ассортимент планируется на основе регулярных исследований и с учетом мировых тенденций. При разработке товаров учитываются отзывы родителей, их рекомендации и пожелания, основанные на личном опыте ухода за детьми.

Высокое качество продукции, известность торговых марок, гибкие условия скидок, ответственность перед торговыми организациями позволяют нам сотрудничать как с крупными дилерскими фирмами, так и с небольшими оптовыми компаниями. Среди наших клиентов – крупные региональные дистрибьюторы, розничные фармацевтические, универсальные и специализированные сети. В их числе: «СИА Интернэшнл», ЦВ «Протек», «Ригла», «Детский мир», «Кораблик», «Дети», «Дочки&Сыночки», «Здоровый малыш», «Седьмой континент», «Перекресток», «Карусель», Гипермаркет «Глобус», «Магнит», «НАШ» Гипермаркет и многие другие.

Расширение каналов сбыта происходит за счет собственных территориальных офисов, контроль и реализацию трейд- и рекламных акций осуществляют штатные

мерчандайзеры. В планы компании «Мир детства» входит расширение географии продаж и установление партнерских взаимоотношений с торговыми организациями во всех субъектах России, укрепление партнерства с уже имеющимися клиентами, создание наиболее интересных взаимовыгодных условий сотрудничества. Компания признательна своим партнерам за доверие и лояльность.

5. «Наша мама», Солнечногорский р-н, пос. Березки

Компания «Наша Мама» является крупным и широко известным российским производителем полной серии качественной гипоаллергенной косметики для беременных и кормящих мам и детей. Компания «Наша мама» также является производителем детского и женского трикотажа, детских кроватей и матрасов. Ассортимент производимой продукции насчитывает свыше 1200 наименований товаров.

В 2002 году компания «Наша мама» приобрела здание для выпуска косметических средств в Московской области. Благодаря высококлассным специалистам и современному оборудованию, компания смогла выпускать продукцию, отвечающую самым высоким стандартам качества.

В 2002 году вышла первая косметика для новорожденных под торговой маркой «Наша мама». Практически сразу серия специализированных средств, созданных специально для ежедневного ухода за младенцем, нашла своих покупателей.

В 2003 году компания начала выпуск высококачественной, экологически безопасной детской одежды под одноименной торговой маркой.

В 2003 году в компании «Наша Мама» было принято решение выпускать гипоаллергенную косметику и белье для беременных женщин и кормящих мам под торговой маркой «Мама Com.fort». Эта продукция помогает справиться с основными проблемами, возникающими у женщин в этот деликатный период. Косметическая коллекция «Мама Com.fort» и сегодня – одна из самых популярных и любимых будущими и настоящими мамочками в России и за ее пределами.

Сегодня «Наша Мама» - лидер на российском рынке товаров для детей, беременных женщин и кормящих мам. Компания «Наша мама» производит полную серию качественной гипоаллергенной продукции по уходу за беременными женщинами, кормящими мамами и детьми, детский и женский трикотаж. Вся продукция представлена на рынке серией собственных брендов. Компания развивает собственную розничную сеть по всей территории России. Продукцию компании можно встретить во всех регионах нашей страны, а также странах ближнего и дальнего зарубежья. Компания «Наша мама» имеет собственную лабораторную базу, на которой трудятся лучшие специалисты компании и ведущие химики-технологи, детские педиатры и аллергологи нашей страны, позволяет

постоянно совершенствовать качество производимой продукции и придерживается строгого контроля качества. Вся продукция компании проходит три ступени оценки качества: испытания технологов «Нашей Мамы», испытания в независимой лаборатории органов сертификации и клинические испытания. Вся продукция компании имеет высочайшую степень гигиеничности и безопасности даже для самых маленьких потребителей, выгодно отличая «Нашу Маму» от конкурентов и соответствует всем критериям качества.

«Наша Мама» – единственный производитель полной серии товаров для детей, беременных женщин и кормящих мам. Ассортиментный профиль компании насчитывает более 380 наименований товаров. Компания «Наша Мама» обладает собственной производственной базой косметических средств, которая расположена в экологически благополучном районе Подмосковья - поселке Березки. В производстве косметики «Наша Мама» используется вода, добытая с глубины 170 метров и прошедшая несколько этапов очистки. Для выпуска продукции используется высококачественное сырье, которое доставляется из Японии, Европы (Германия, Франция, Италия) и проходит международный контроль качества. Активные компоненты – экстракты трав, поступают из экологически чистых районов средней полосы.

Рецептуры косметики разрабатываются совместно с химиками-технологами, детскими педиатрами и аллергологами. Вся упаковка косметического производства «Наша Мама» изготавливается из безопасного и разрешенного для применения косметики полиэтилена и проходит стерилизацию в специальных бактерицидных шкафах, что выгодно отличает компанию «Наша Мама» от конкурентов. Это гарантирует высочайшую степень ее безопасности и гигиеничности, что особенно ценно при использовании для самых маленьких.

Все производство компании сертифицировано. Ежемесячно в независимой лаборатории органов сертификации продукция проходит экспертизу. Система двойного контроля сырья, проверка косметики на каждом этапе ее производства, позволяют с уверенностью говорить о том, что продукция, выпускаемая компанией «Наша Мама», соответствует всем стандартам качества. В настоящий момент на заводе запущены три современные высокотехнологичные линии по изготовлению косметической продукции.

6. ТМ johnsons baby, ООО «Джонсон & Джонсон» Основанная в 1886 году, группа компаний Johnson & Johnson является одной из крупнейших в мире многопрофильных корпораций в сфере здравоохранения. Мы производим медицинское оборудование и приборы для диагностики, лекарственные препараты и товары для гигиены и здоровья человека.

Ежедневно продукция группы компаний Johnson & Johnson возвращает радость активной жизни тысячам пациентов, помогает ухаживать за новорожденными, сохранять красоту, заботиться о близких. Создавая и совершенствуя различные продукты и технологии, направленные на улучшение качества жизни людей, Johnson & Johnson стремится быть полезной обществу. На сегодняшний день в составе группы компаний Johnson & Johnson на территории Российской Федерации действует ООО «Джонсон & Джонсон», компания со своими представительствами в странах СНГ.

На основании полученных данных видим, что конкуренция очень высокая. Компании выпускают качественную косметику и товары для малышей и их мам. Все компании давно зарекомендовали себя как производители хороших товаров.

Проведем анализ конкурентов Торговой марки Лапочка. Конкуренты - ТМ Мое солнышко, ТМ Ушастый нянь, ТМ Мир детства, ТМ Наша мама, ТМ Johnsons baby.

Критерии анализа: качество, эффект, удобство, упаковка, сильные и слабые стороны. Составление таблицы SWOT анализа.

Критерии анализа сведем в таблицу 1 .

Таблица 1 - Критерии анализа конкурентов

Наименование торговой марки	Качество	Эффект	Удобство	Упаковка
«Лапочка»	+	+	+	+
«Мое солнышко»	+	+	+	+
«Ушастый нянь»	+	+	+	+
«Мир детства»	+	+	+	+
«Наша мама»	+	+	+	+
«Johnsons baby»	+	+	+	+

Анализирую торговые марки по таким позициям как качество, эффект, упаковка, удобство можно сказать, что все марки давно промониторили рынок. Проводят анализ и разрабатывают дизайн с учетом востребованности. Но, можно сказать, что все эти марки

имеют различный дизайн упаковки, привносят свою индивидуальность, ни одного схожего элемента при сравнении не было найдено.

Проведем анализ внутренней среды предприятия ООО «Компания Биг» ТМ Лапочка

Таблица 2 - Анализ внутренней среды ООО «Компания Биг» ТМ Лапочка

Факторы	Сильные стороны	Слабые стороны
Производство	<ul style="list-style-type: none"> - наличие необходимых производственных мощностей; - высокое качество производства; 	<ul style="list-style-type: none"> - устаревшая технология дизайна и упаковки продукции;
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> - непрерывная разработка и внедрение инновационных технологий; - эффективное использование различных каналов сбыта, наличие собственных каналов сбыта продукции; 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаточное использование рекламы в СМИ;
Менеджмент	<ul style="list-style-type: none"> - компетентное руководство; - адекватная организационная структура предприятия; - эффективная система контроля; 	<ul style="list-style-type: none"> - неучастие персонала в принятии управленческих решений; - относительно долгий процесс принятия решений;
Кадры	<ul style="list-style-type: none"> - высокая квалификация персонала; - предоставление предприятием; -социальных гарантий работникам; 	<ul style="list-style-type: none"> - текучесть кадров;
Финансы	<ul style="list-style-type: none"> - предприятие является платежеспособным; - собственный капитал предприятия значительно преобладает над заемным; 	<ul style="list-style-type: none"> - низкая ликвидность акций; - нехватка свободных денежных средств;
Организационная культура	<ul style="list-style-type: none"> - система вознаграждений работников; 	<ul style="list-style-type: none"> -малая сплоченность коллектива;

С помощью проведенного анализа можно установить, что предприятие имеет достаточный потенциал для своего дальнейшего развития. Он обладает многолетним опытом производства товаров бытовой химии и наличием необходимых производственных мощностей. К тому же продукция, выпускаемая заводом, хорошего качества и пользуется

спросом потребителей России. Высокая квалификация кадров позволяет производить продукцию достойного качества. А слабыми сторонами являются устаревшая технология дизайна и упаковки продукции, недостаточное использование рекламы, небольшая текучесть кадров и издержки в процессе управления.

Проведем SWOT - анализ на примере ООО «Компания Биг» ТМ Лапочка. Для начала необходимо составить сводную таблицу, которая покажет возможности и угрозы, сильные и слабые стороны предприятия (табл. 3).

Таблица 3- SWOT - анализ ООО «Компания Биг» ТМ Лапочка

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> 1) наличие необходимых производственных мощностей; 2) высокое качество производства; 3) непрерывная разработка и внедрение инновационных технологий; 	<ul style="list-style-type: none"> 1) устаревшая технология дизайна и упаковки продукции; 2) недостаточное использование рекламы в СМИ; 3) неучастие персонала в принятии управленческих решений;
<ul style="list-style-type: none"> 4) эффективное использование различных каналов сбыта, наличие собственных каналов сбыта продукции; 5) компетентное руководство; 6) адекватная организационная структура предприятия; 7) эффективная система контроля 8) высокая квалификация персонала; 9) предоставление предприятием; 10) социальных гарантий работникам; 11) предприятие является платежеспособным; 12) собственный капитал предприятия значительно преобладает над заемным; 13) система вознаграждений работников; 	<ul style="list-style-type: none"> 4) относительно долгий процесс принятия решений; 5) текучесть кадров; 6) низкая ликвидность акций; 7) нехватка свободных денежных средств; 8) малая сплоченность коллектива;
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> 1) законодательная база, ориентирована на улучшение рыночных условий и поддержку российских производителей 2) рост доходов населения 3) благоприятное для России внешнеэкономическое положение 4) рост потребления товаров бытовой химии и косметики 5) рост рождаемости и детской целевой аудитории 6) высокая квалификация специалистов 7) появление современных технологий производства и высокоэффективного оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> 1) высокий уровень конкуренции на рынке 2) повышение цен на транспортные перевозки 3) изменение основных потребительских предпочтений на продукт 4) текучесть кадров 5) сложности адаптации к новым технологиям 6) высокий уровень вложений в экологические проекты 7) несвоевременные поставки, кредитные риски 8) ведение активной рекламной компании со стороны конкурентов

8) мода на использование экологически чистого сырья 10) совершенствование экологически чистых технологий химического производства 11) высокие цены у конкурентов 12) склонность потребителей к товарам отечественного производства 13) доступность продукции для многих слоев общества	9) выпуск конкурентами продукции очень высокого качества 10) интерес потребителей к ярким, разрекламированным товарам конкурентов
--	--

По данным сводной таблицы создадим SWOT- матрицу, в которой сопоставляем сильные и слабые стороны предприятия с возможностями и угрозами. Данные SWOT - анализа, представленные в таблице, позволяют определить направления изменений в целях превращения слабых сторон в преимущества с учетом благоприятных и неблагоприятных внешних обстоятельств.

Таблица4 - SWOT- матрица ОАО «Невская Косметика»

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	1. высокое качество производства способствует росту потребления товаров 2. непрерывная разработка и внедрение инновационных технологий приводит появление современных технологий производства и высокоэффективного оборудования	1. эффективное использование различных каналов сбыта, наличие собственных каналов сбыта позволит оградить от несвоевременных поставок, кредитных рисков и снизит расходы на транспортировку продукции 2. компетентное руководство не допустит текучести кадров
Слабые стороны	1. устаревшая технология дизайна и упаковки продукции препятствует выбору потребителя в пользу отечественного производителя 2. нехватка свободных денежных средств препятствует совершенствованию экологически чистых технологий химического производства	1. недостаточное использование рекламы в СМИ не позволяет снизить интерес потребителей к ярким, разрекламированным товарам конкурентов и изменить основных потребительских предпочтений на продукт 2. неучастие персонала в принятии управленческих решений и малая сплоченность коллектива способствует текучести кадров.

По проведенному анализу видим, что конкуренция в данной отрасли производства очень высокая. ТМ Лапочка нужно уделить внимание на выделенные сильные стороны.