



Украинская Ассоциация Маркетинга

# «Состав потребительской косметической корзины СТУДЕНТОВ»

Инна Гаврилова  
Маркетинг-менеджер

Киев 2007 год

Контакты УАМ - Тел.: 044 456-08-94; e-mail: [uma@kneu.kiev.ua](mailto:uma@kneu.kiev.ua); <http://uam.in.ua>

## ОПРОС

Цель опроса:

определение состава потребительской  
косметической корзины студента

Выборка:

было опрошено 79 студентов, возрастом от  
18-ти до 25-ти лет.

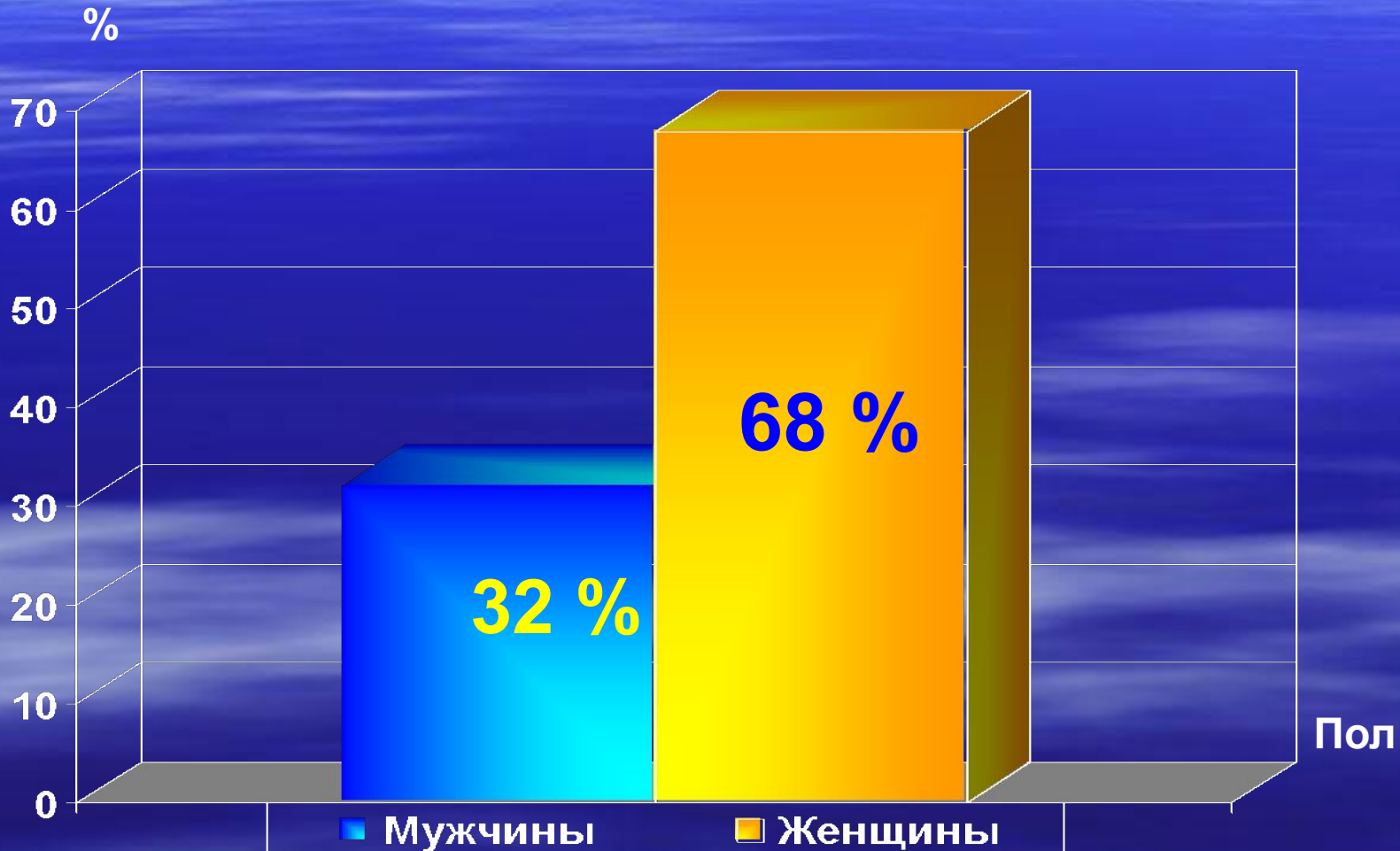
Регион:

г. Киев

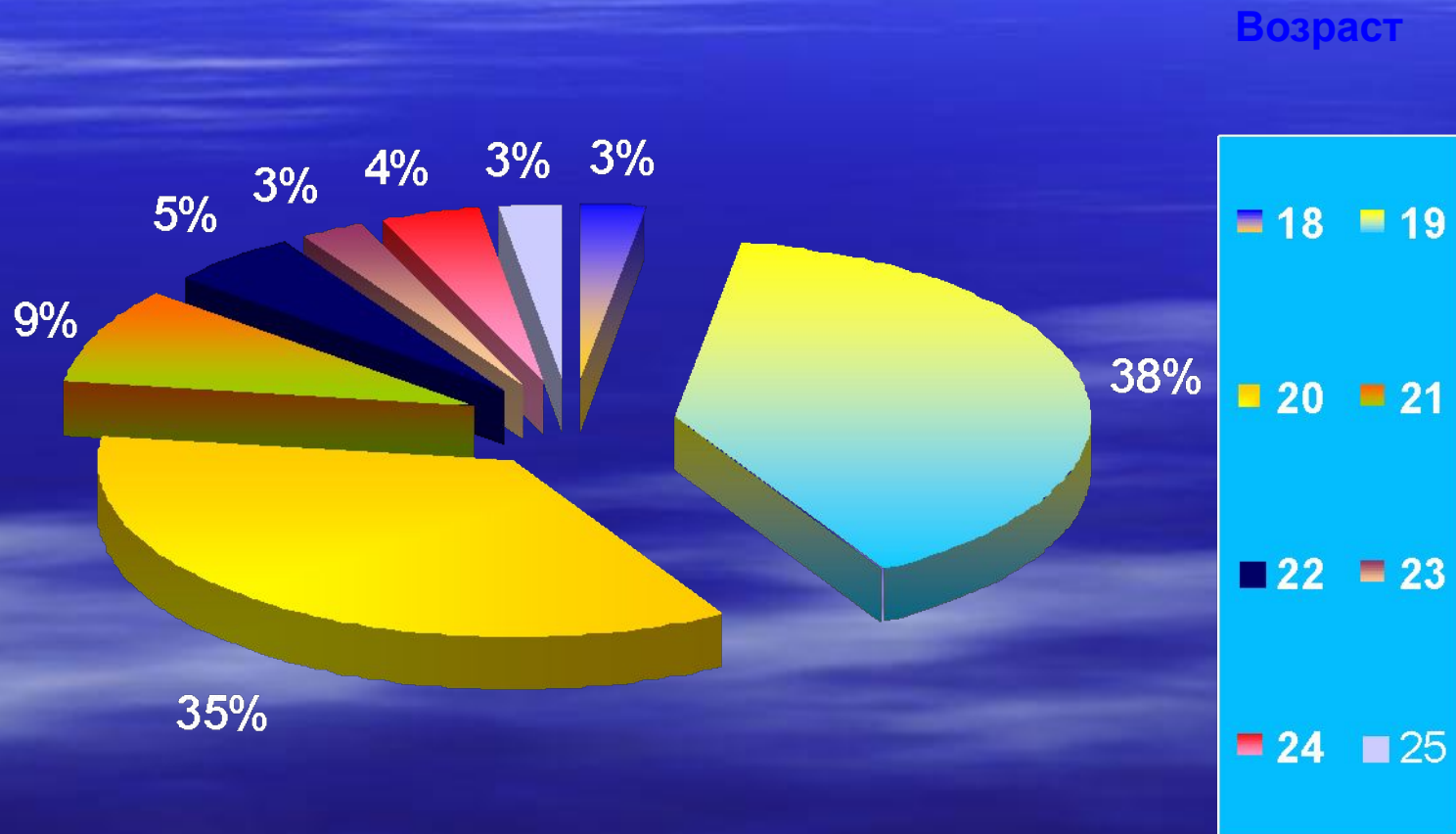
ВУЗы:

КНЭУ, НТУУ «КПИ», КНУТД

## Пол опрошенных респондентов



## Возрастная характеристика выборки

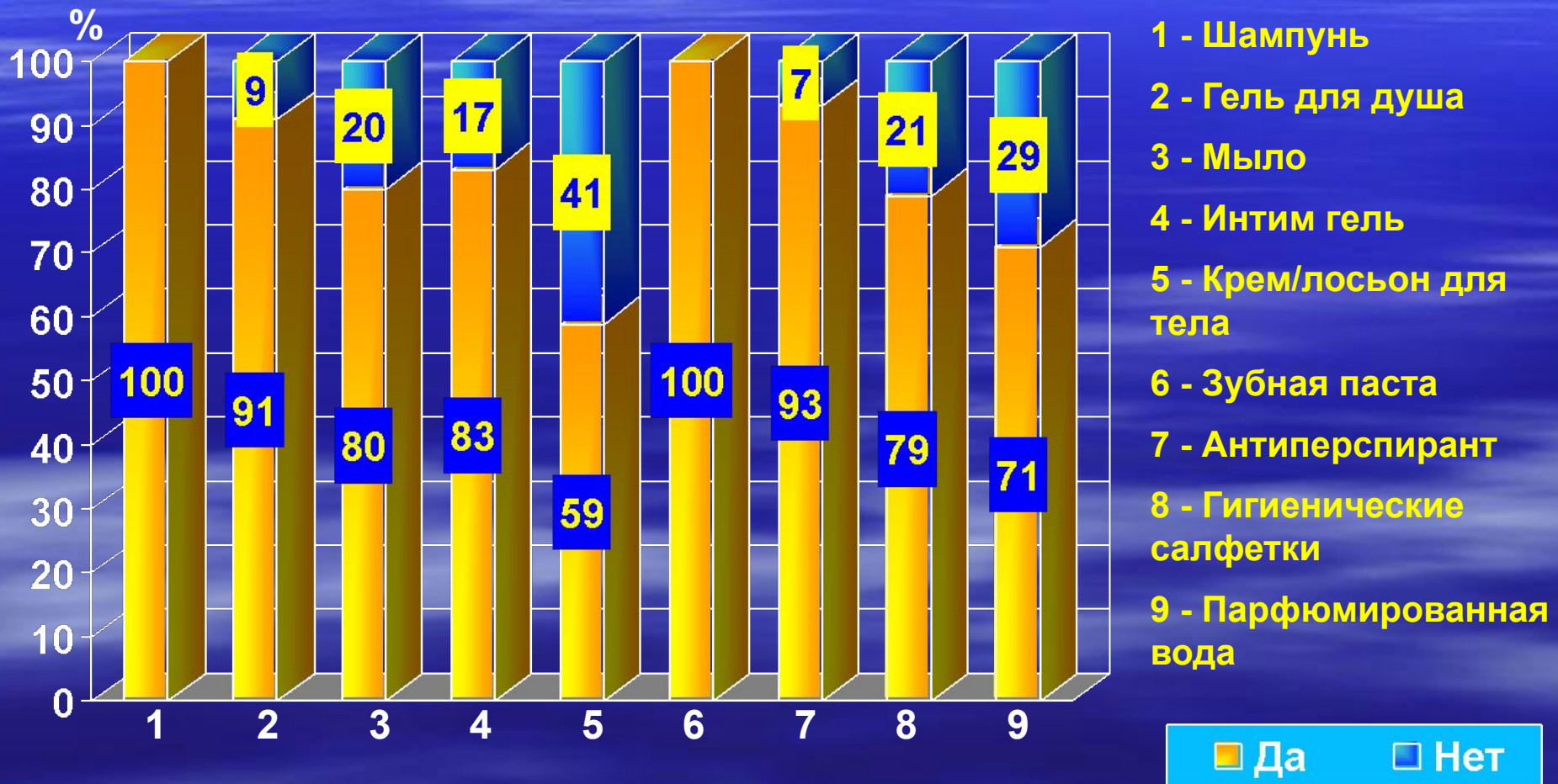




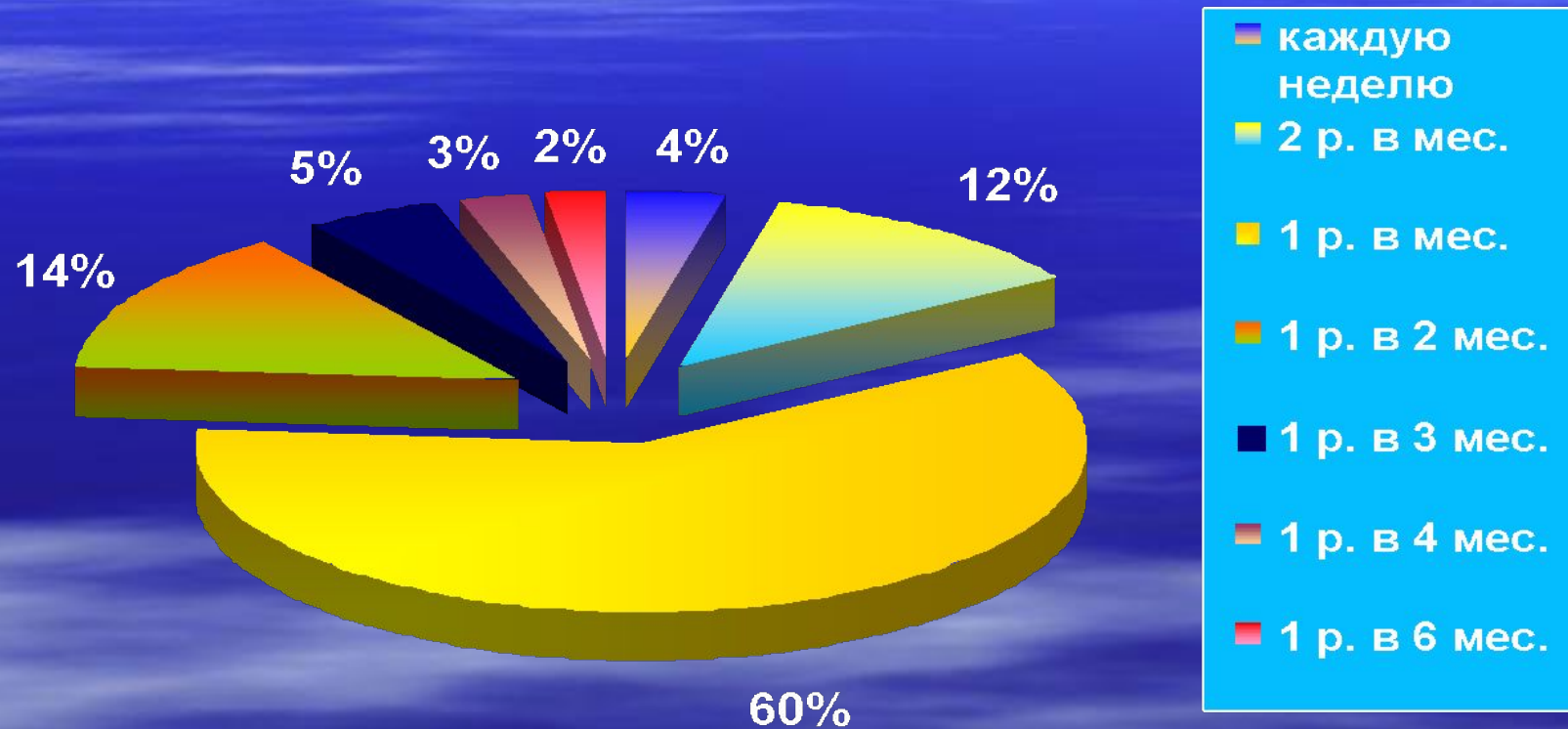
# Пользуются косметическими средствами личной гигиены



## Использование гигиенических средств

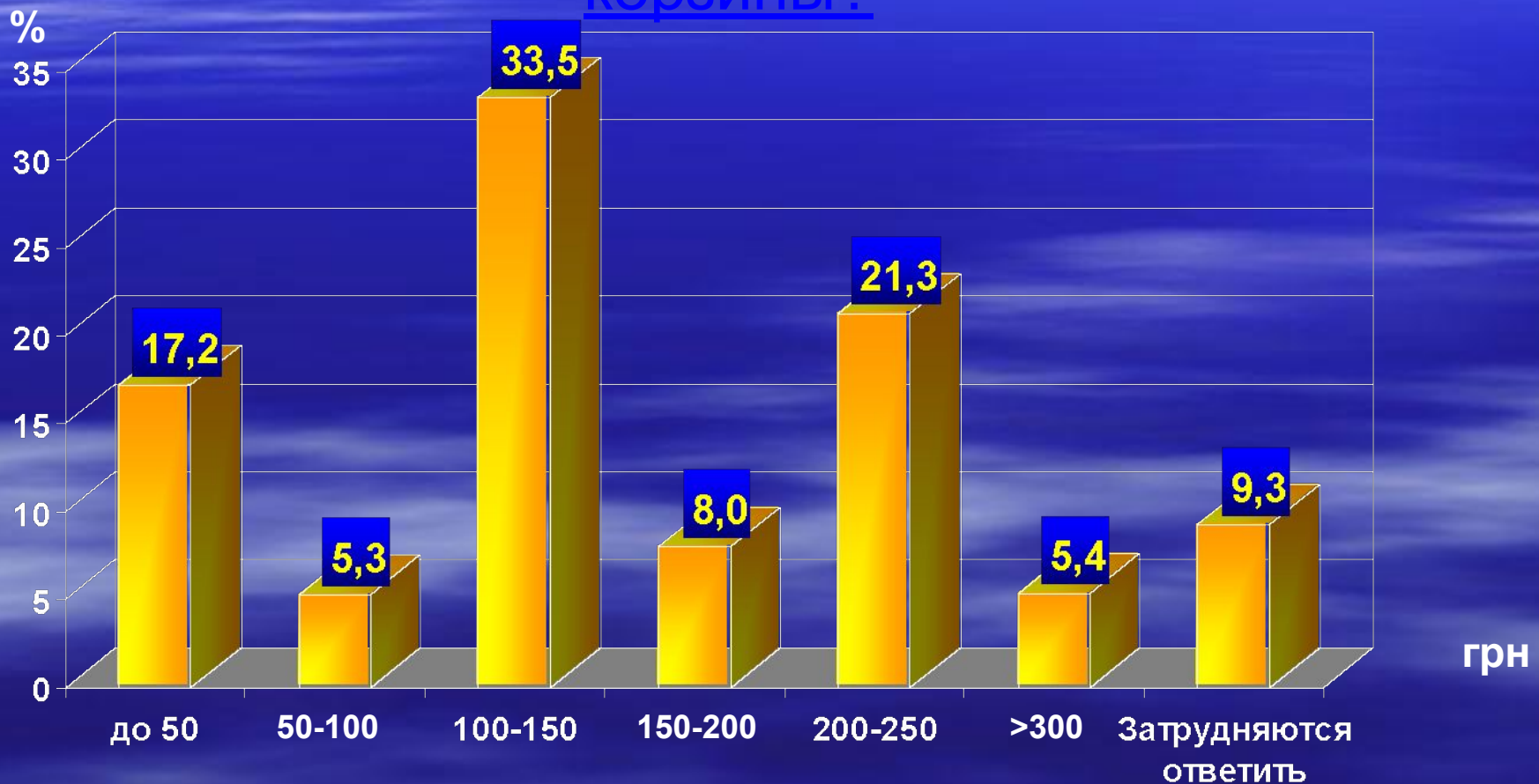


## Периодичность совершения покупок



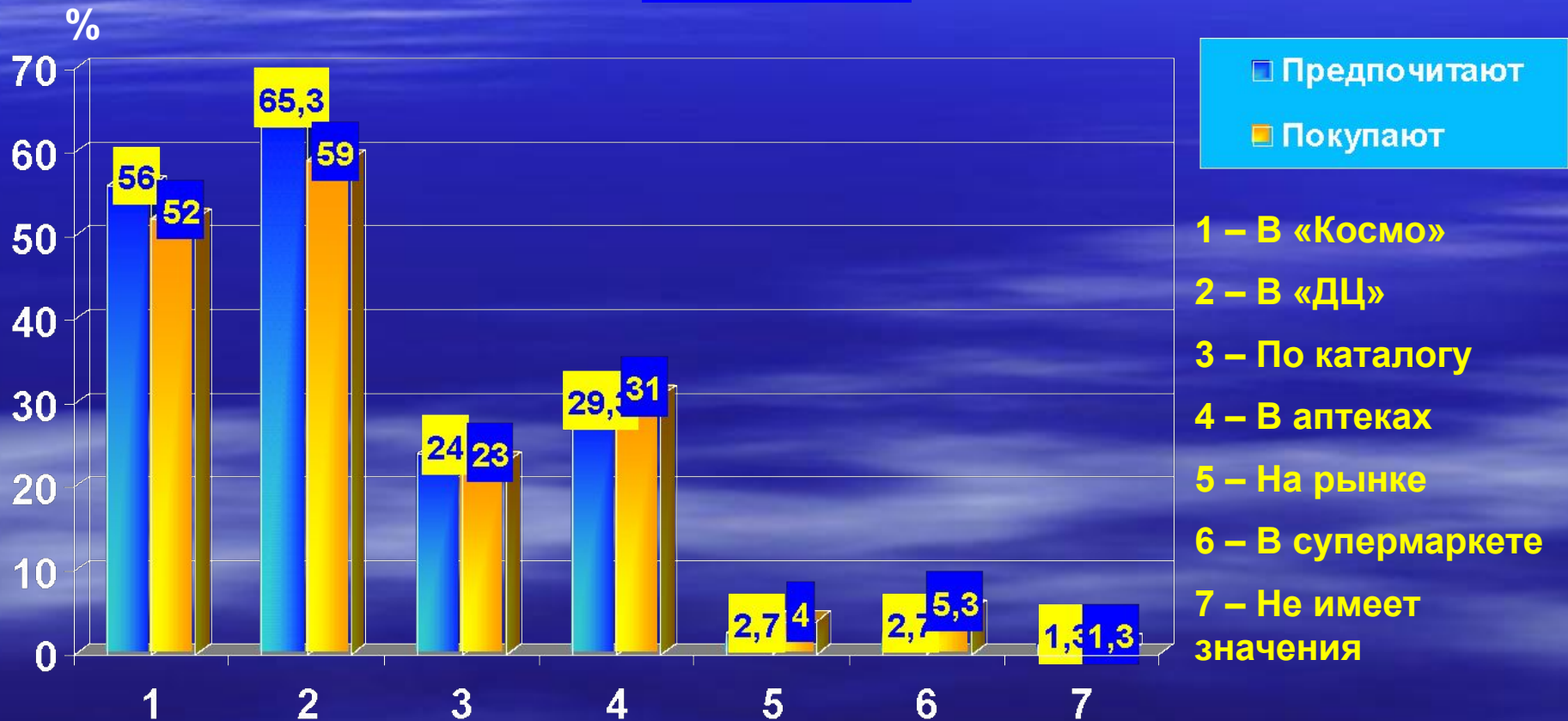


## Какую сумму денег расходуют студенты в месяц на составные косметической потребительской корзины?

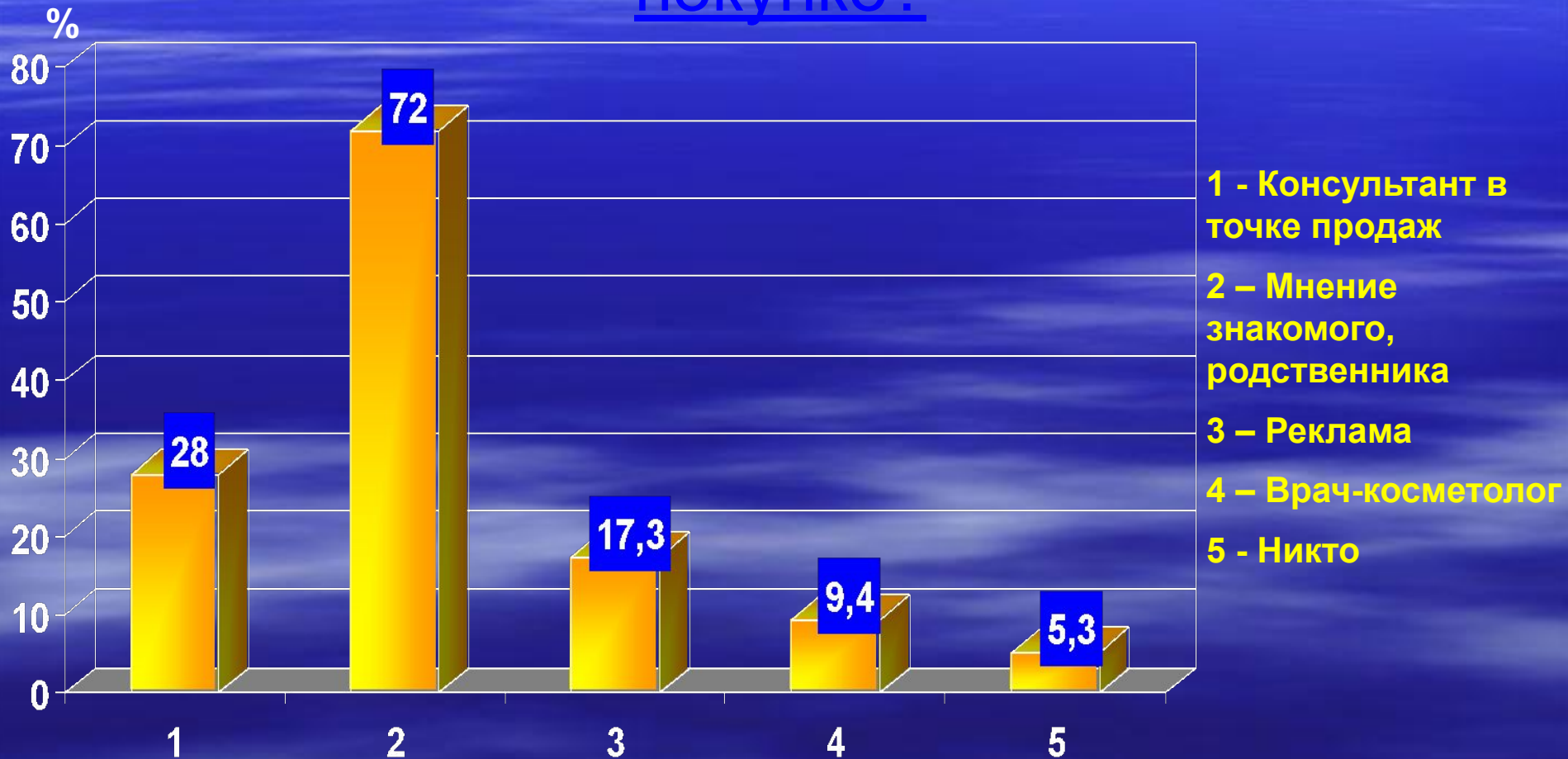




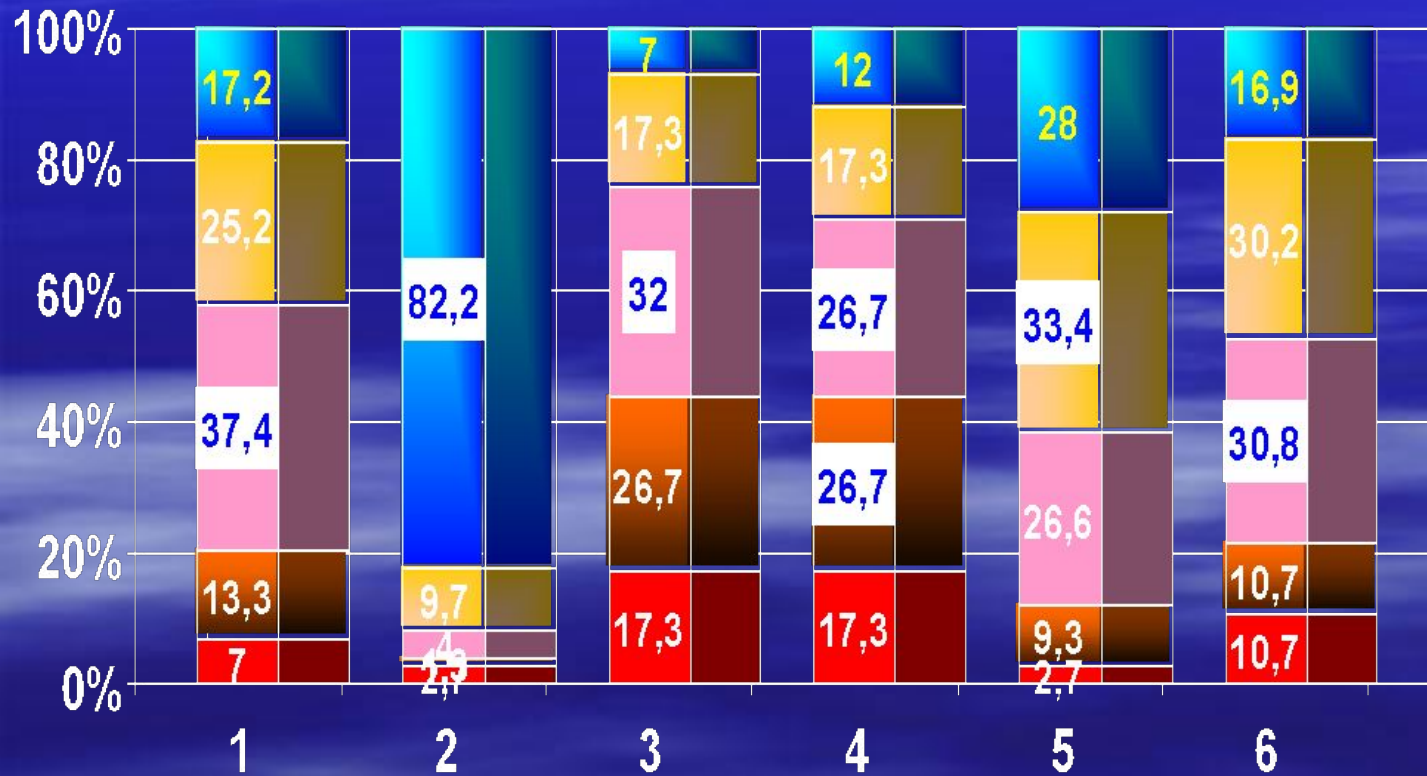
# Место приобретения средств личной гигиены



# Кто может повлиять на принятие решения о покупке?



# Степень важности факторов при покупке средств личной гигиены

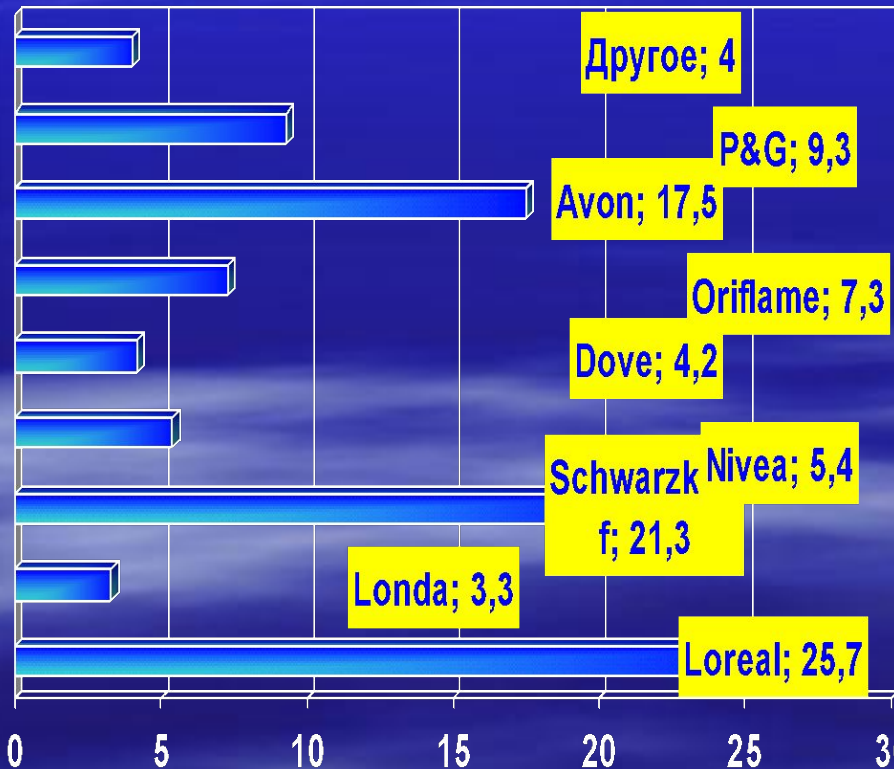


- 1 – Цена
- 2 – Качественные характеристики
- 3 – Удобная упаковка
- 4 – Скидки
- 5 – Приятный запах
- 6 – Известность ТМ

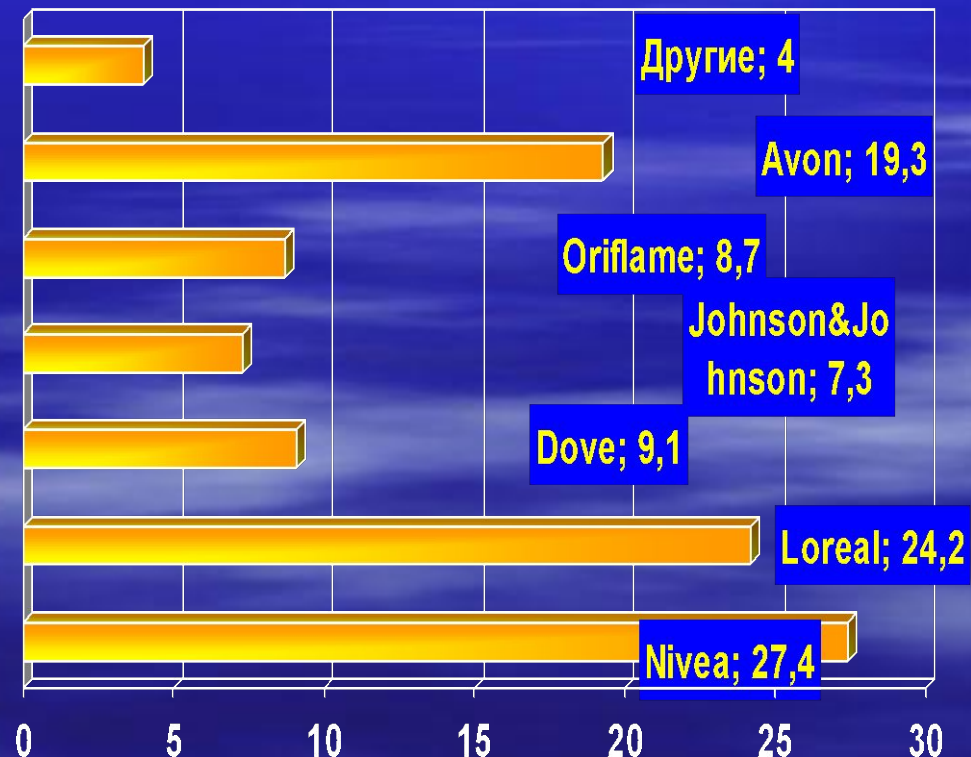


Производители косметических средств,  
продукция которых наиболее часто используется  
респондентами

**Шампуни**



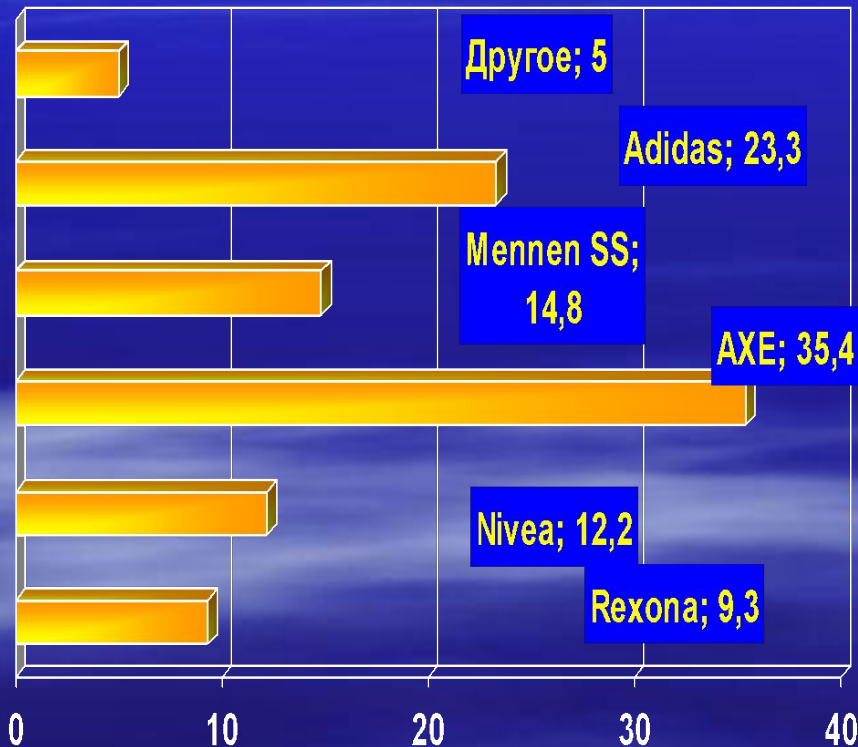
**Средства по уходу за телом**



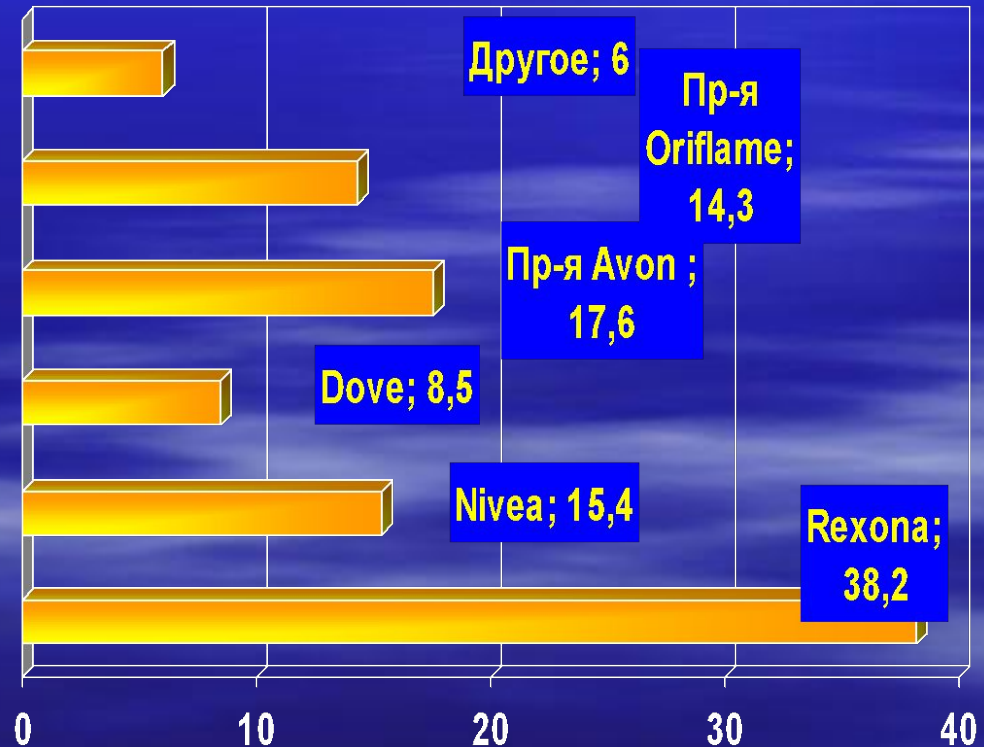


## ТМ косметических средств, продукция которых наиболее часто используется респондентами

### Антиперспиранты (м)

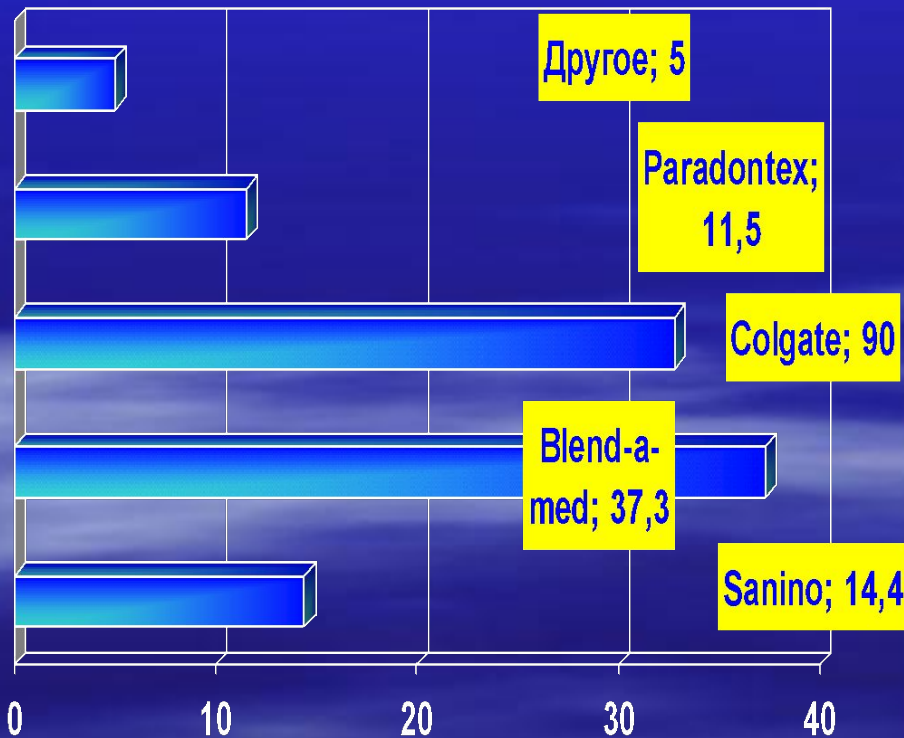


### Антиперспиранты (ж)

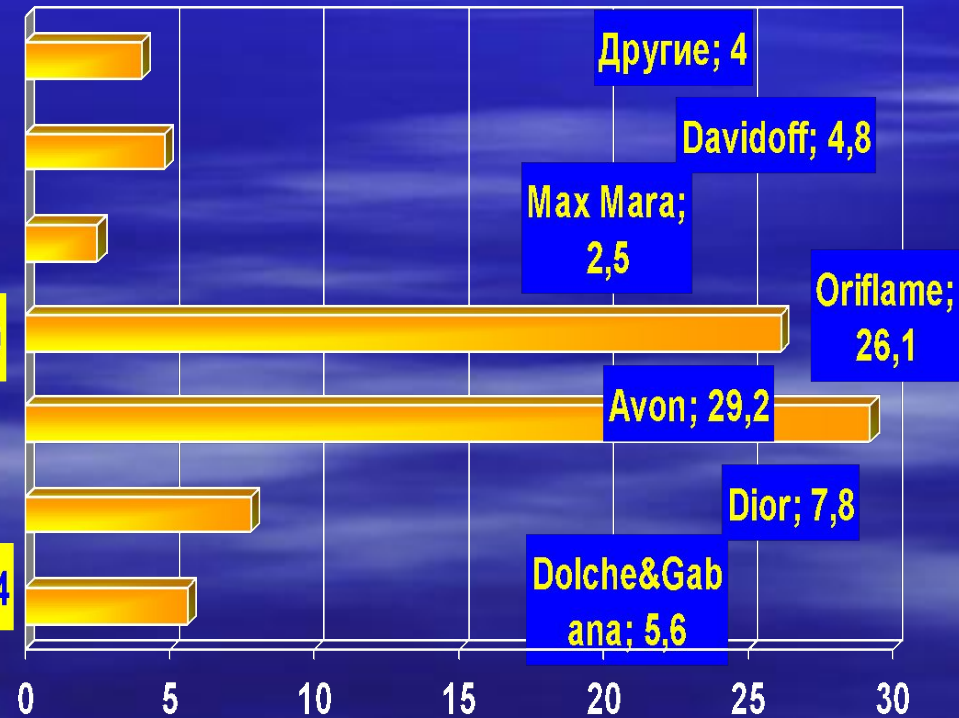


## Производители косметических средств, продукция которых наиболее часто используется респондентами

### Зубная паста (по ТМ)



### Парфюмированная вода



## Выводы:

- 95 % опрошенных респондентов пользуются косметическими средствами личной гигиены
- В основном покупки КСЛГ совершаются 1 раз в месяц
- При этом студенты тратят на них около 100-150 грн
- В основном предпочитают совершать покупку данных средств в сети магазинов «Космо», «ДЦ»
- При выборе КСЛГ наиболее важны качественные характеристики товара
- При принятии решения о покупке больше всего прислушиваются к мнению знакомых, родственников, нежели к рекламе и советам консультантов
- Чаще всего в потребительскую корзину молодёжи с КСЛГ входит продукция следующих производителей: Loreal, Nivea, Rexona, Avon, Bland-a-med, Schwarzkopf





Украинская Ассоциация Маркетинга

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**