



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; <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.

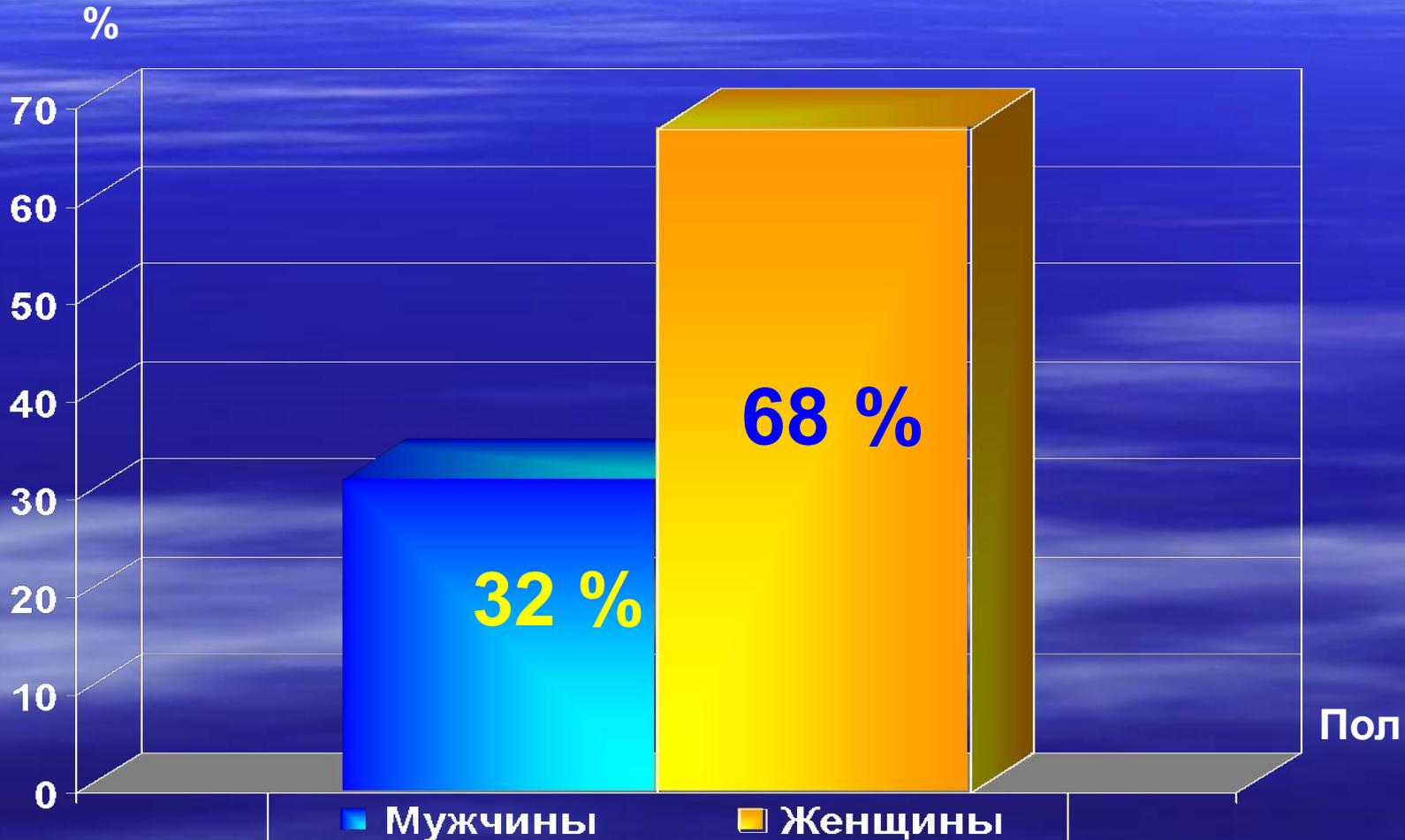
Регион:

г. Киев

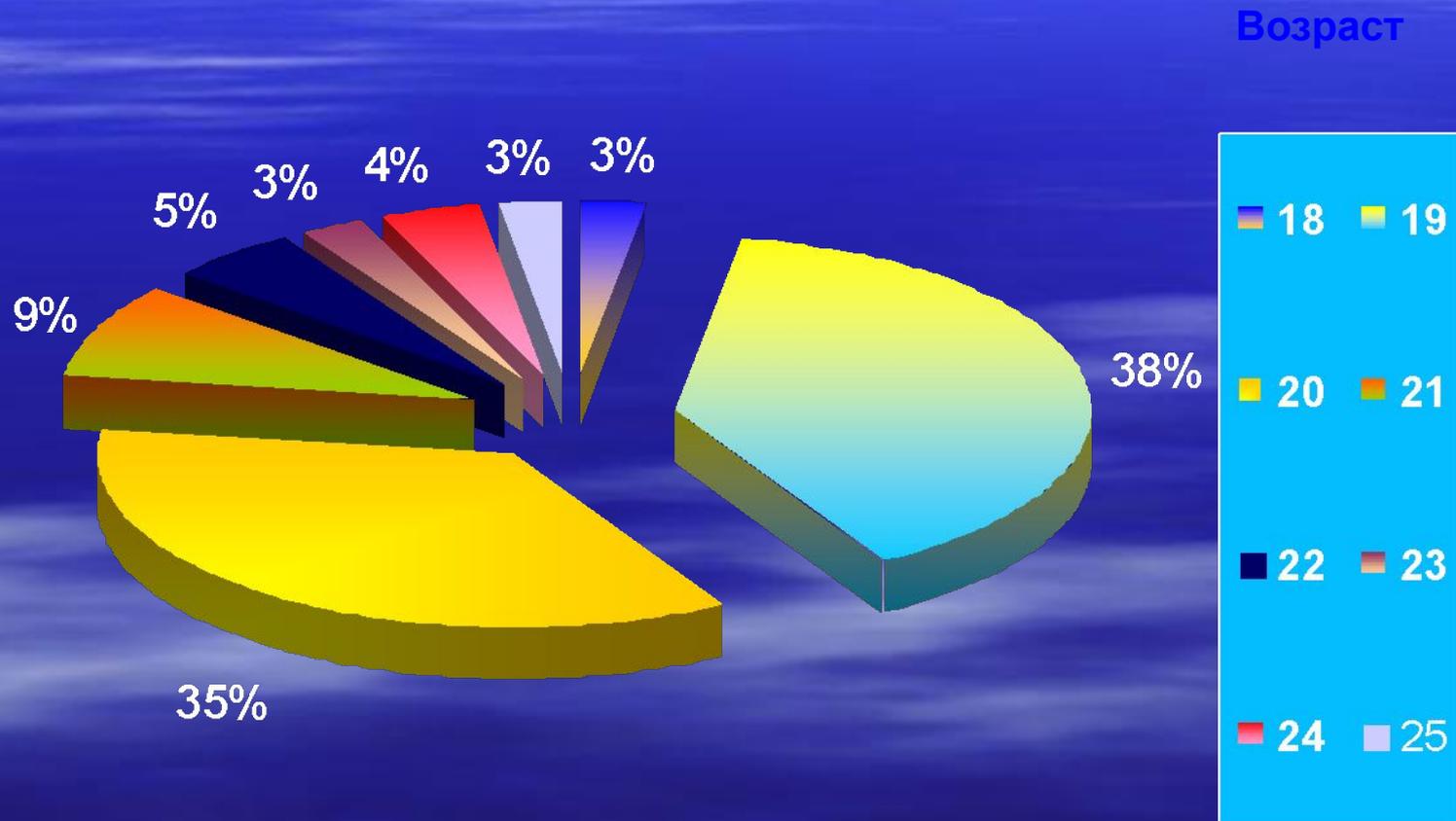
ВУЗы:

КНЭУ, НТУУ»КПИ», КНУТД

Пол опрошенных респондентов



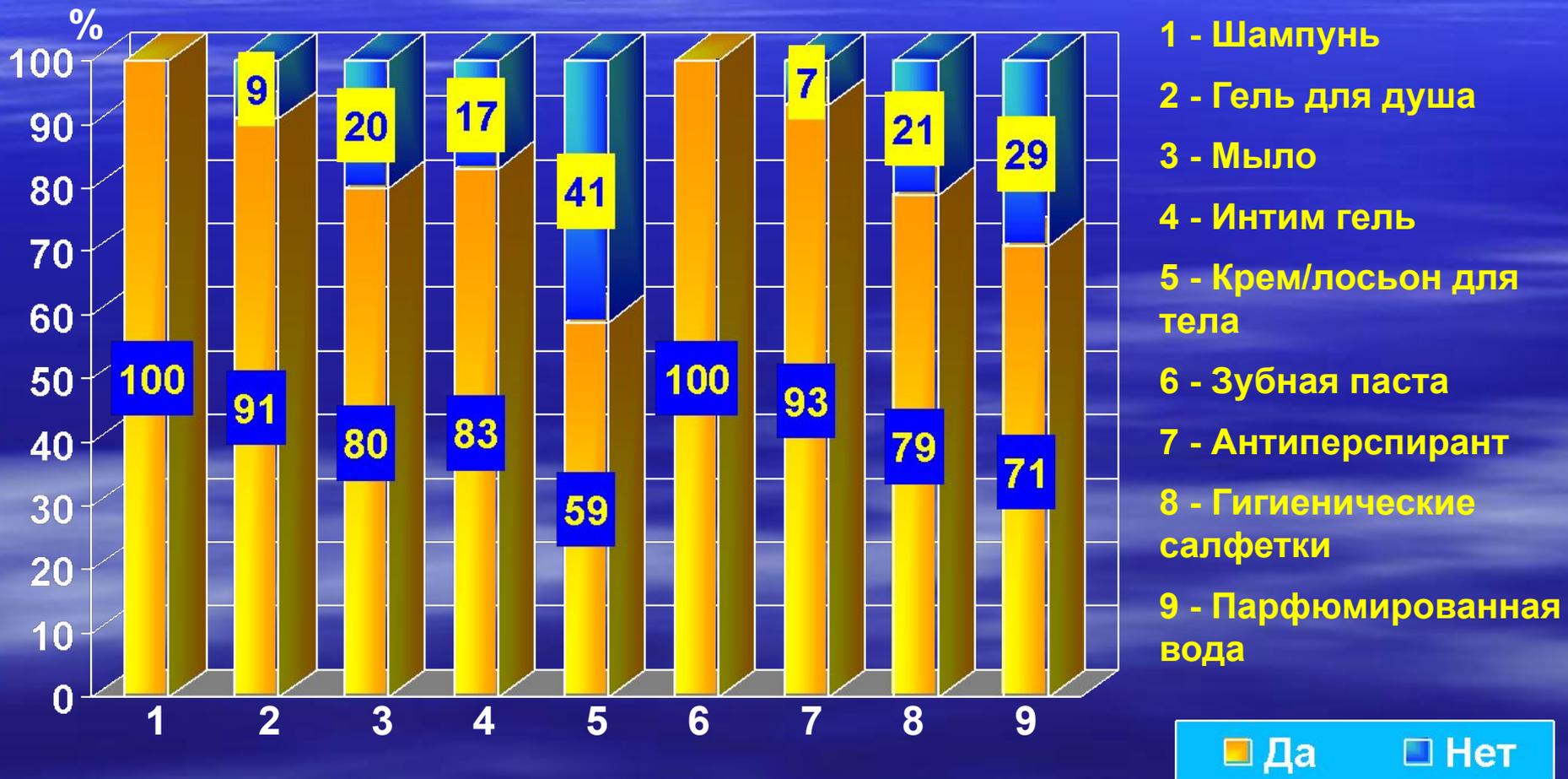
Возрастная характеристика выборки



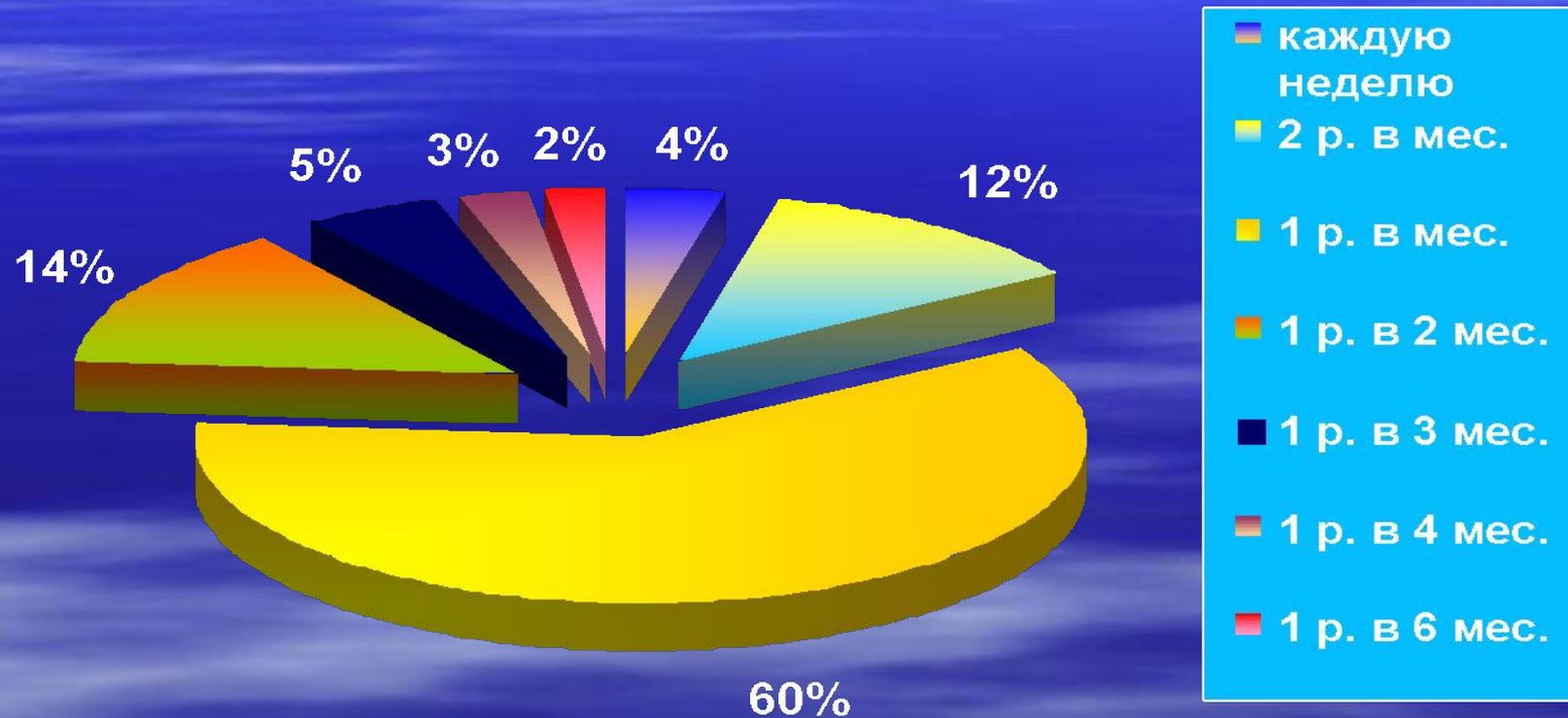
Пользуются косметическими средствами личной гигиены



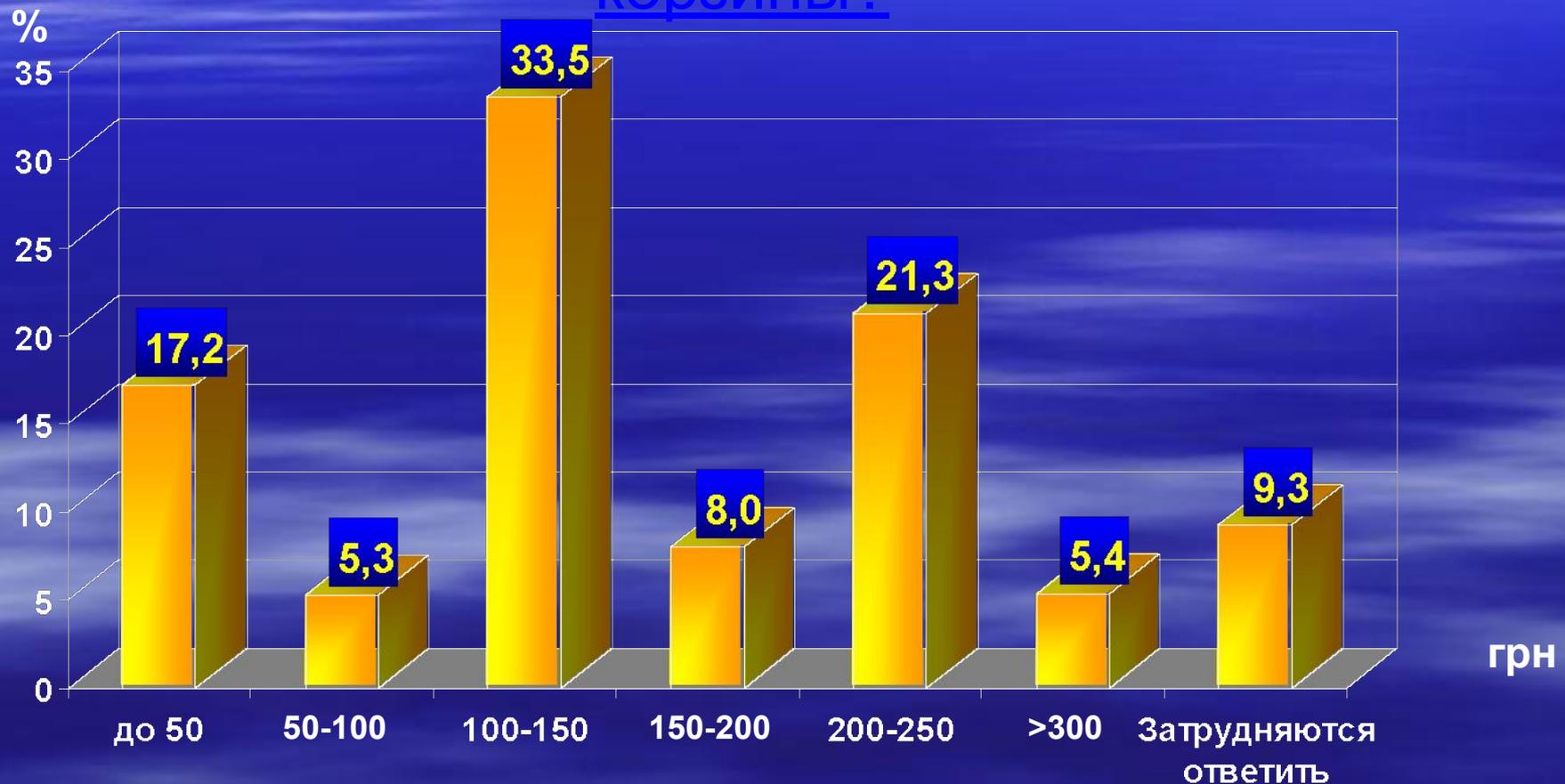
Использование гигиенических средств



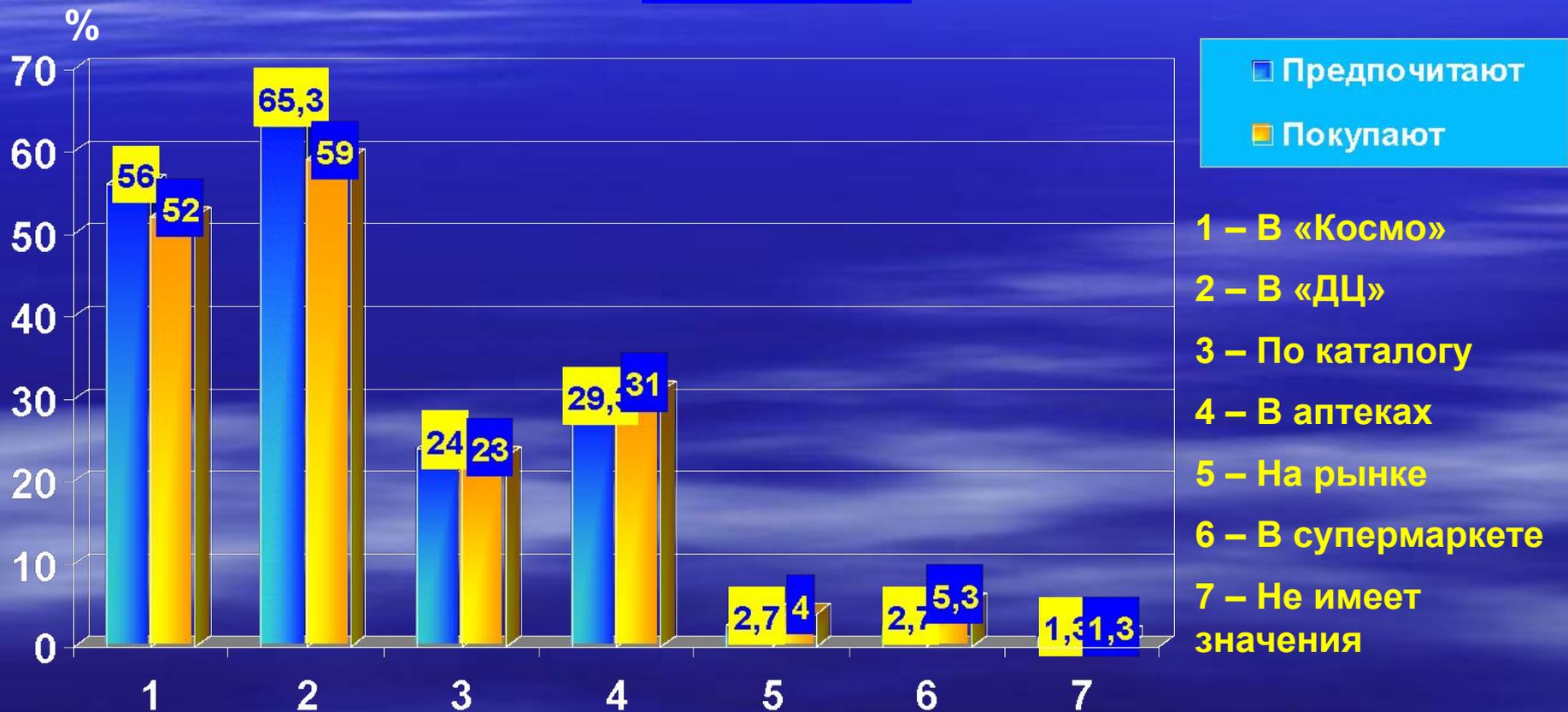
Периодичность совершения покупок



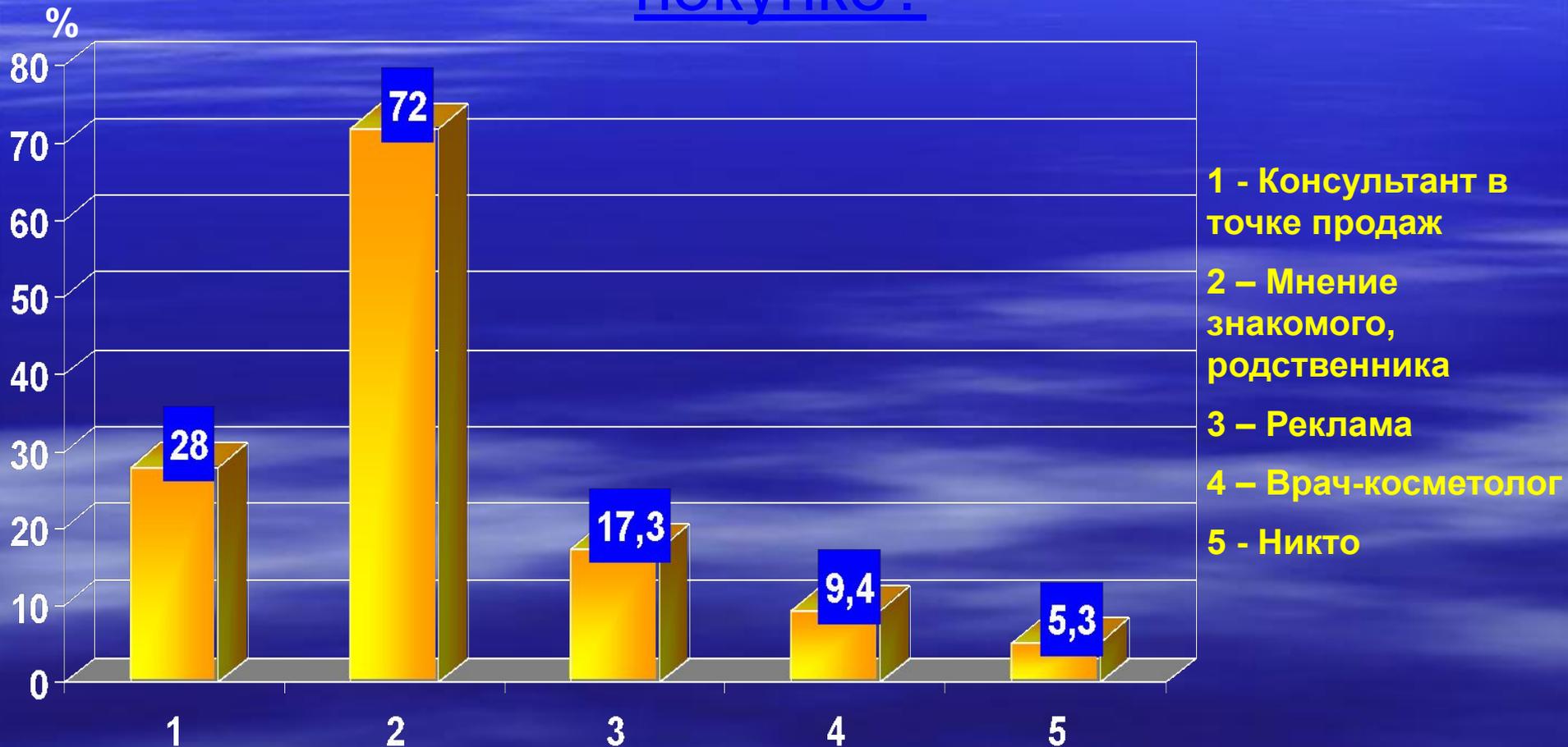
Какую сумму денег расходуют студенты в месяц на составные косметической потребительской корзины?



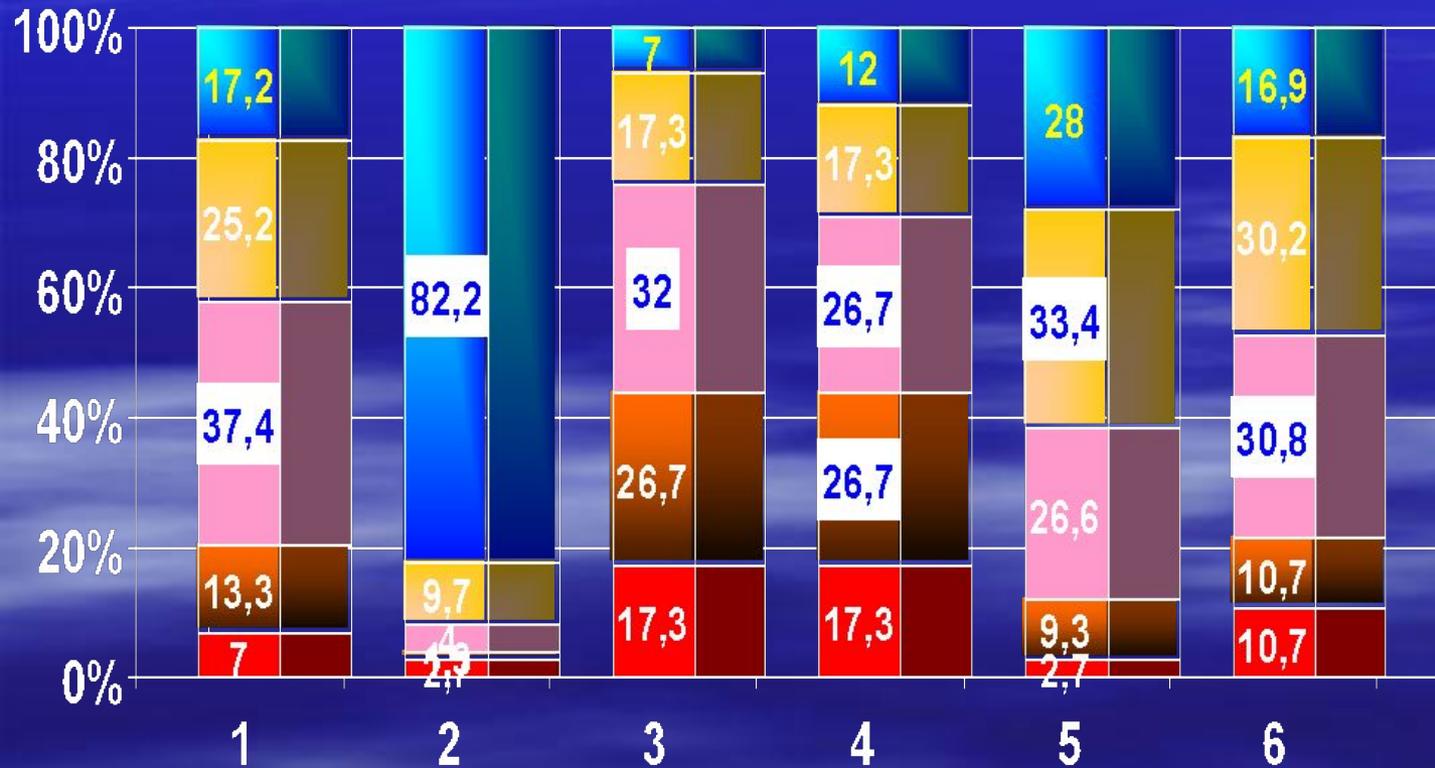
Место приобретения средств личной гигиены



Кто может повлиять на принятие решения о покупке?



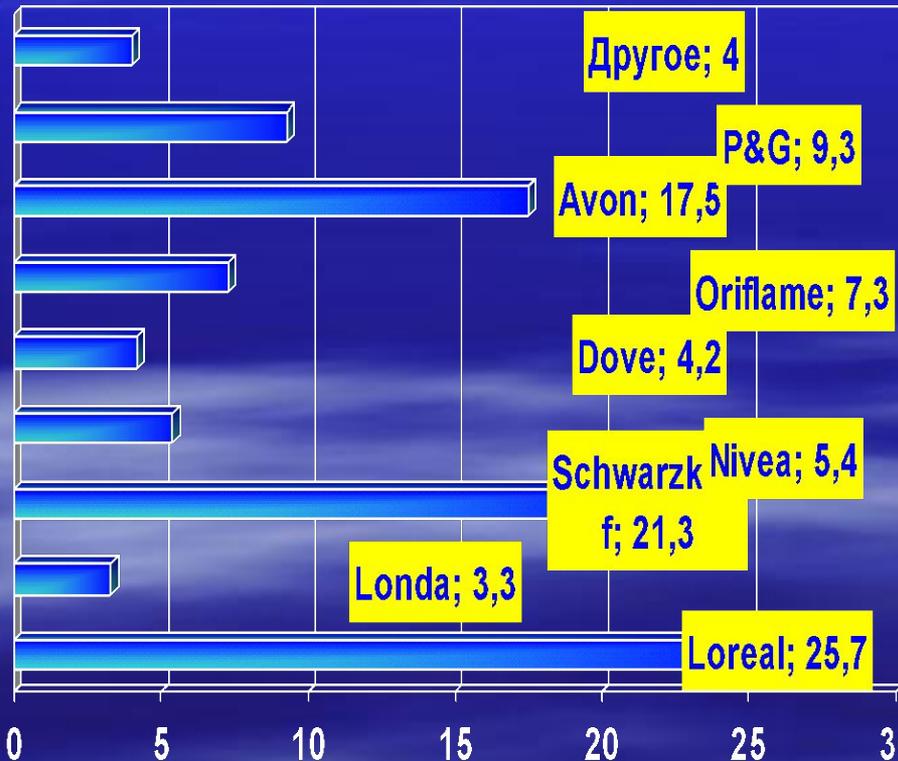
Степень важности факторов при покупке средств личной гигиены



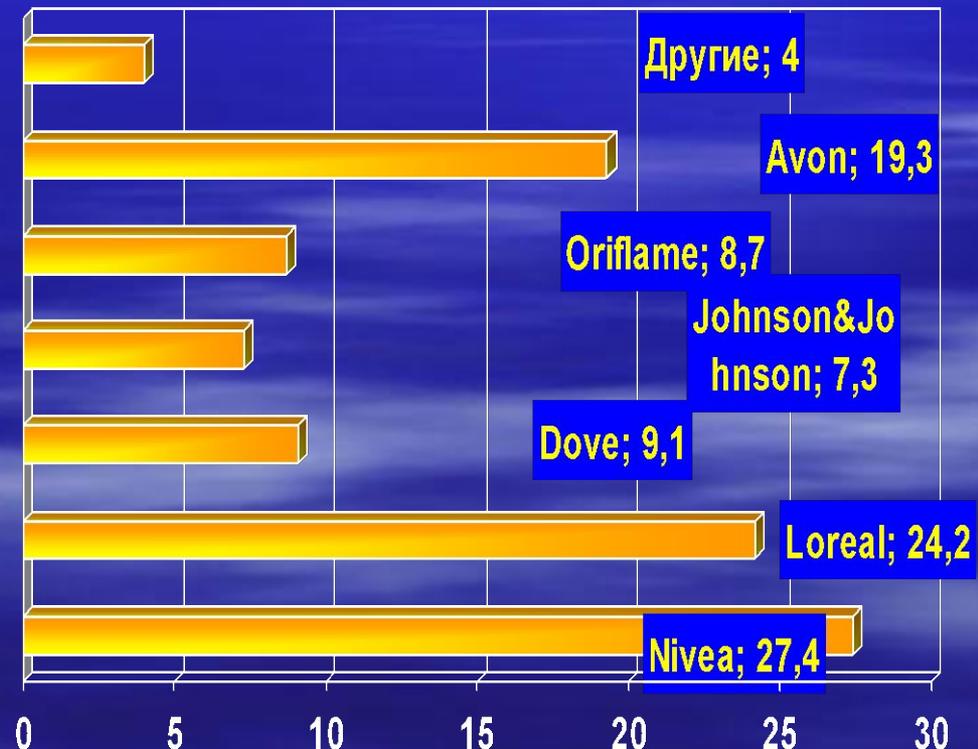
- 1 – Цена
- 2 – Качественные характеристики
- 3 – Удобная упаковка
- 4 – Скидки
- 5 – Приятный запах
- 6 – Известность ТМ

Производители косметических средств,
продукция которых наиболее часто используется
респондентами

Шампуни

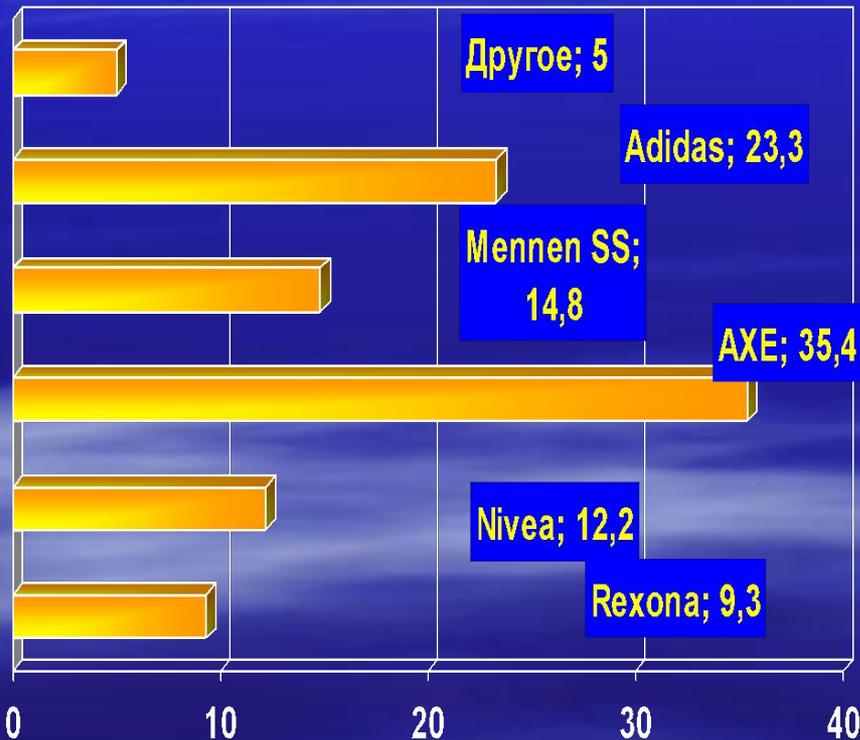


Средства по уходу за телом

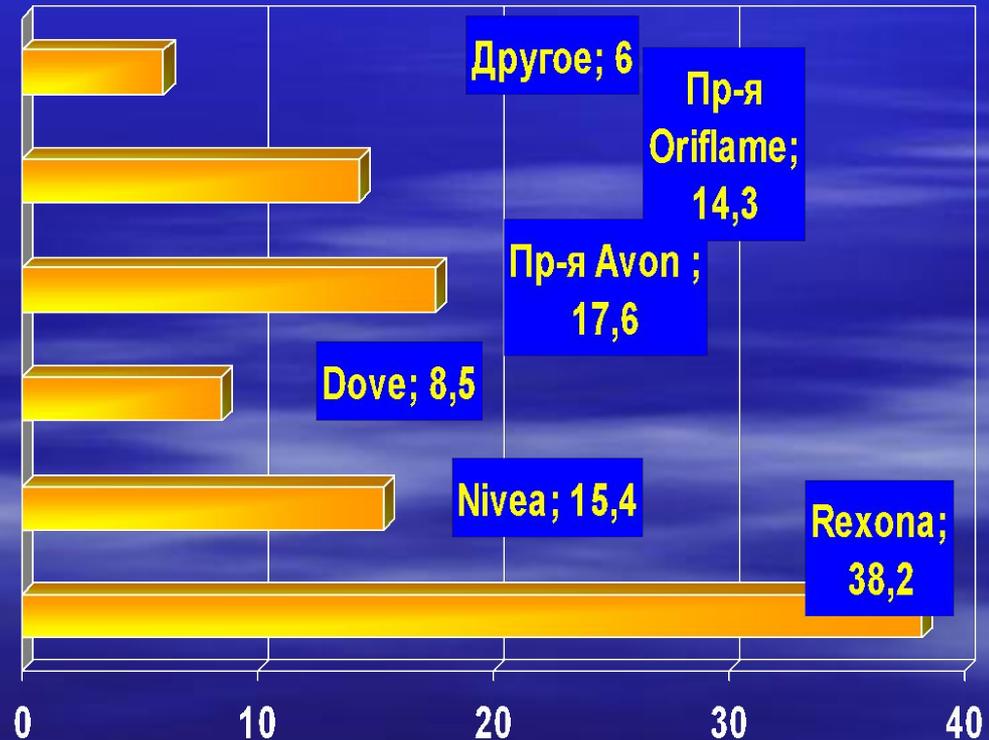


ТМ косметических средств, продукция которых наиболее часто используется респондентами

Антиперспиранты (м)

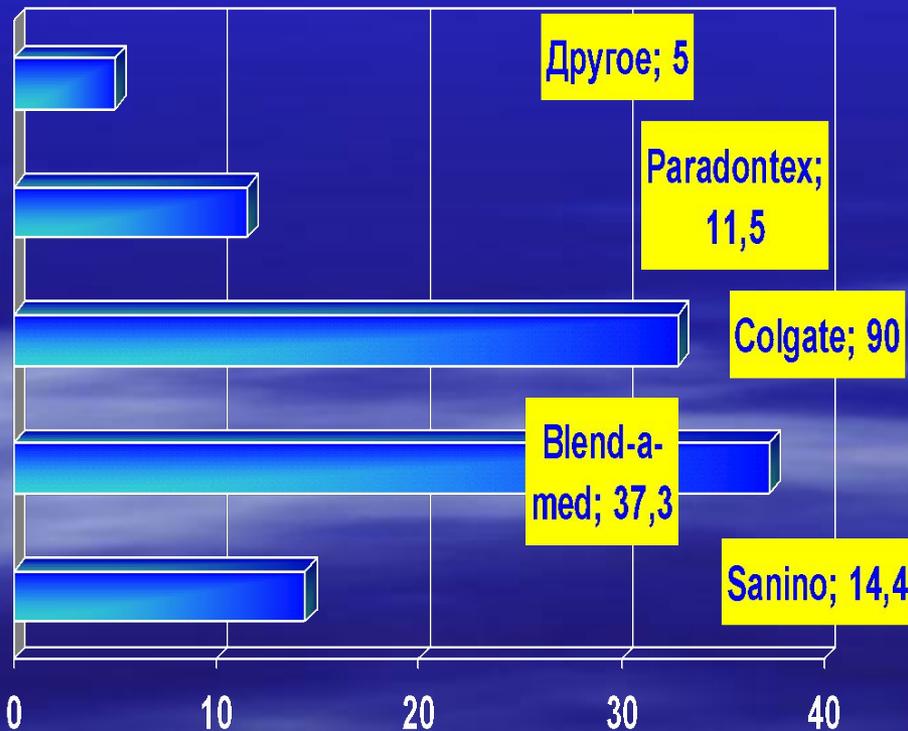


Антиперспиранты (ж)

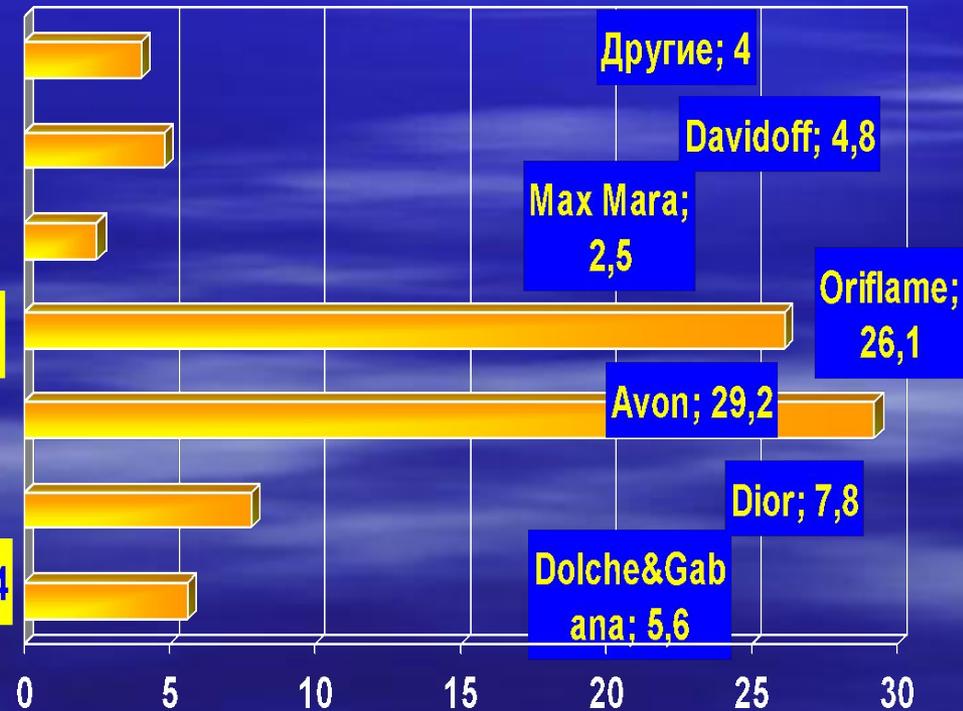


Производители косметических средств,
продукция которых наиболее часто используется
респондентами

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!