

DERMOKOSMETYKI

Wyniki badania TNS OBOP dla DOZ.pl

Warszawa, luty 2012 roku

- ❑ Dermokosmetyki dla siebie kupuje co piąty Polak (20%) – 12% mężczyzn i 27% kobiet.
- ❑ Podstawowe przyczyny kupowania dermokosmetyków to ich lepsza jakość niż innych kosmetyków (37%) oraz to, że są dobre dla wrażliwej, alergicznej cery (30%). Przyczyny te są wymieniane równie często przez kobiety, jak i przez mężczyzn.



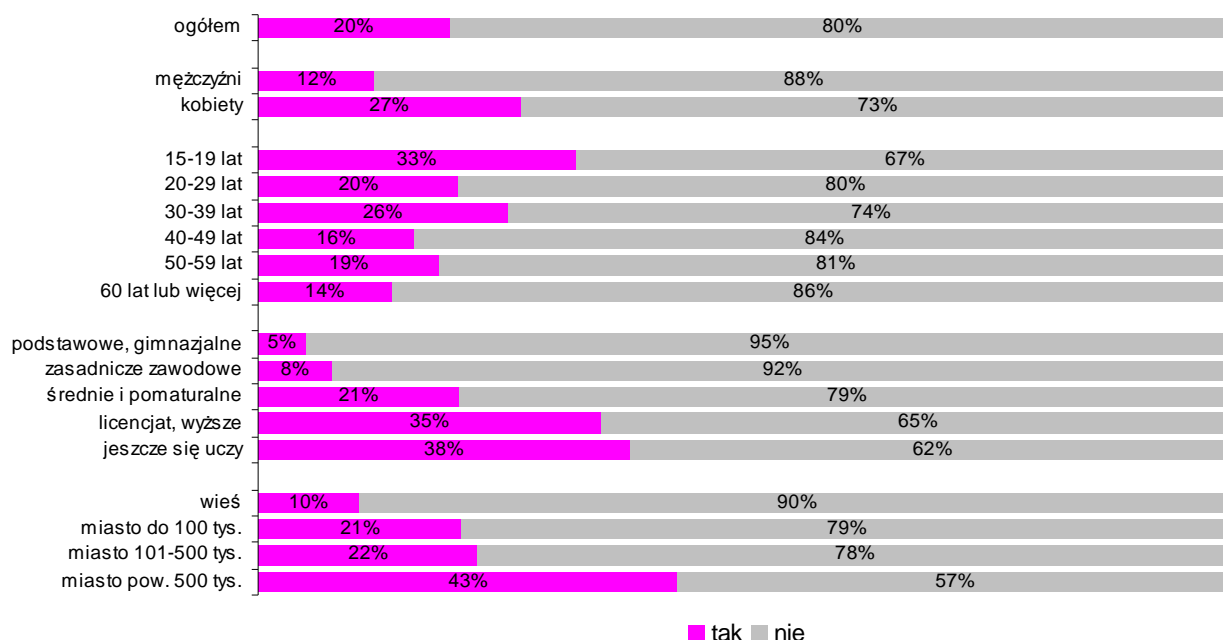
Cytowanie, publiczne odtwarzanie, kopiowanie oraz wykorzystywanie w innej formie danych, informacji i opracowań zawartych w tej publikacji jest dozwolone pod warunkiem podania źródła: TNS OBOP.

Czy kupujemy dermokosmetyki? Co nas do tego skłania, a co nas przed tym powstrzymuje? Odpowiedzi na te pytania znajdziemy w badaniu przeprowadzonym przez TNS OBOP w pierwszej połowie lutego 2012 r. dla DOZ.pl¹.

KTO KUPUJE DERMOKOSMETYKI

Co piąty Polak (20%) kupuje dla siebie dermokosmetyki. Częściej robią to kobiety niż mężczyźni (27% do 12%). Im lepiej są wykształceni (od 5% wśród ankietowanych z wykształceniem podstawowym do 38% wśród osób legitymujących się wykształceniem wyższym) i z im większej miejscowości pochodzą badani (od 10% wśród mieszkańców wsi do 43% wśród mieszkańców największych miast), tym częściej kupują oni kosmetyki sprzedawane tylko w aptekach. Zakupów takich dokonują również – częściej niż pozostali – osoby jeszcze się uczące (38%), 15-19-latkowie (33%) i 30-39-latkowie (26%).

Czy zdarza się Panu(i) kupować dla siebie kosmetyki (kremy, szampony, dezodoranty itp.) sprzedawane tylko w aptekach tzw. dermokosmetyki?

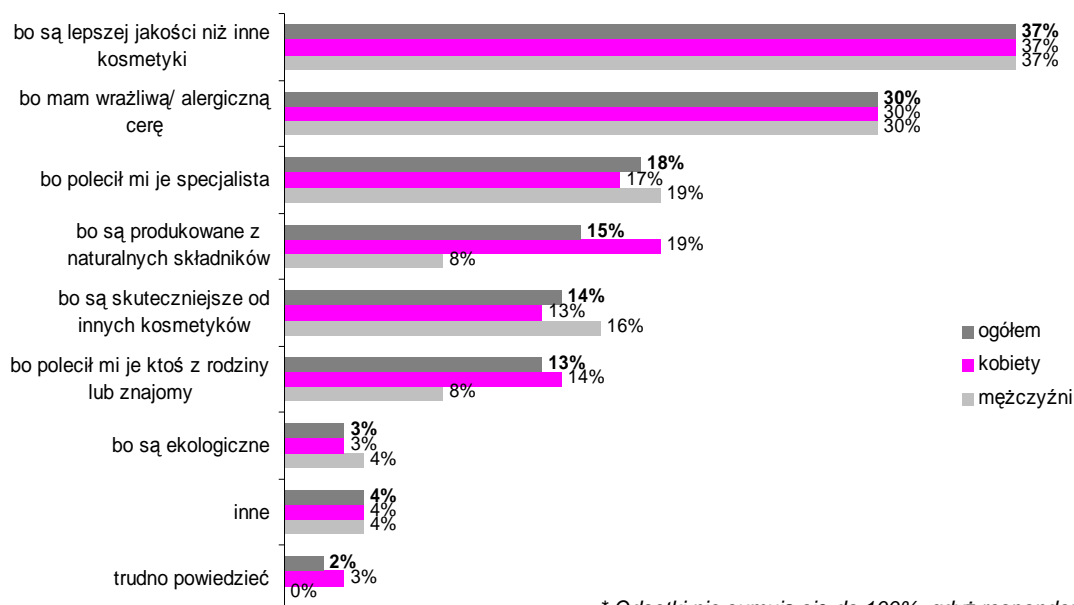


¹ Sondaż TNS OBOP zrealizowany w dniach 02-06 lutego 2012 r. na reprezentatywnej, losowej 1004-osobowej ogólnopolskiej próbie osób od 15 roku życia. Maksymalny błąd statystyczny dla takiej wielkości próby wynosi +/-3%, przy wiarygodności oszacowania równej 95%.

POWODY KUPOWANIA DERMOKOSMETYKÓW

Podstawowe przyczyny kupowania dermokosmetyków to ich lepsza jakość niż innych kosmetyków (37%) oraz to, że są dobre dla wrażliwej, alergicznej cery (30%). Przyczyny te są wymieniane równie często przez kobiety, jak i przez mężczyzn. Niemal co piątej (18%) osobie, która kupuje dermokosmetyki, polecił je specjalista (lekarz, kosmetyczka). 15% kupuje je, bo są produkowane z naturalnych składników, przy czym kobiety częściej zwracają uwagę na ten aspekt (19% do 8%). O tym, że są skuteczniejsze od innych kosmetyków przekonanych jest 14% respondentów, a 13% badanych stwierdza, że kupuje dermokosmetyki, bo polecił je im ktoś spośród znajomych lub rodziny.

Dlaczego kupuje Pan(i) dermokosmetyki?

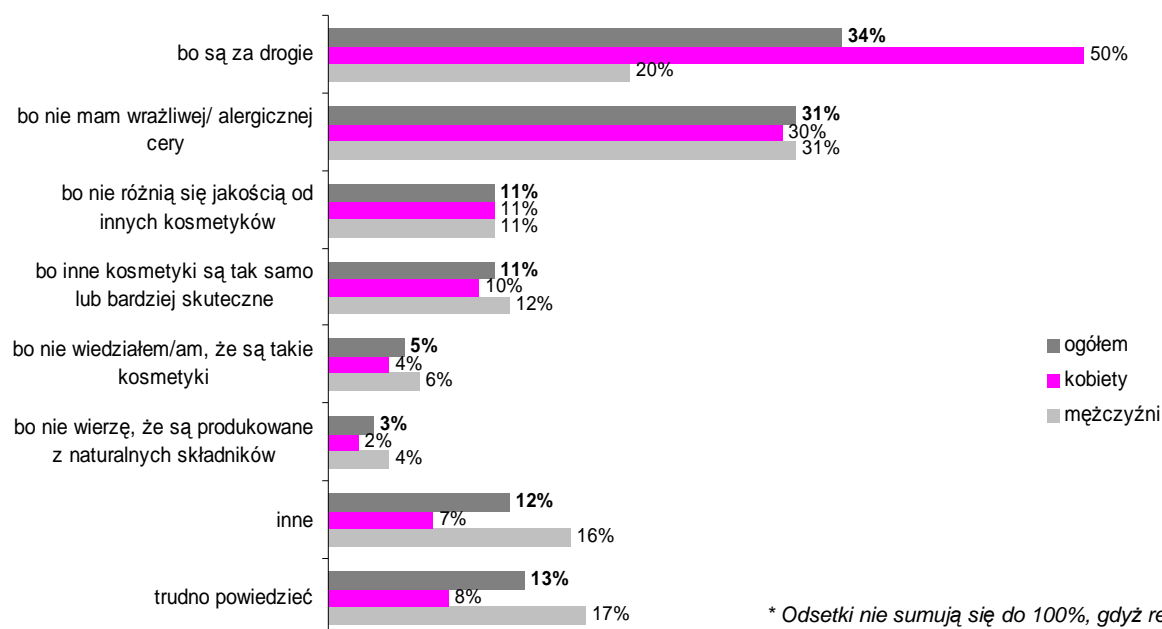


* Odsetki nie sumują się do 100%, gdyż respondent mógł wskazać do 3 odpowiedzi.

POWODY NIEKUPOWANIA DERMOKOSMETYKÓW

Podstawowym powodem niekupowania dermokosmetyków jest ich wysoka cena (34%). Na ceny zwracają uwagę częściej kobiety (50%) niż mężczyźni (20%). Co trzecia (31%) osoba, która nie kupuje kosmetyków aptecznych, nie robi tego, bo nie ma wrażliwej/ alergicznej cery. 11% badanych, którzy nie kupują dermokosmetyków uważa, że nie różnią się jakością od innych kosmetyków, tyle samo osób jest zdania, że inne kosmetyki są tak samo, a nawet bardziej skuteczne. Tylko 5% osób, które nie kupują dermokosmetyków, nie wie, że istnieją kosmetyki sprzedawane tylko w aptekach.

Dlaczego nie kupuje Pan(i) dermokosmetyków?



* Odsetki nie sumują się do 100%, gdyż respondent mógł wskazać do 3 odpowiedzi.

PODSUMOWANIE

Wyniki badania wskazują, że już co piąty Polak kupuje kosmetyki apteczne. Nie zaskakuje, że kobiety kupują je częściej niż mężczyźni, jednak warto podkreślić, że także spora grupa mężczyzn, bo co dziesiąty, sięga po dermokosmetyki.

Badania potwierdzają, że dermokosmetyki są postrzegane odmiennie od innych kosmetyków. Polacy uważają je za bardziej skuteczne, a także jako posiadające właściwości lecznicze, co wiąże się z tym, że polecane są przez specjalistów, osobom, które mają problemy ze skórą.

Podstawową barierą w zakupie dermokosmetyków są ich ceny, jednak okazuje się, że mężczyźni dużo rzadziej niż kobiety zwracają uwagę na ten czynnik.

D1. Czy zdarza się Panu(i) kupować dla siebie kosmetyki (kremy, szampony, dezodoranty itp.) sprzedawane tylko w aptekach tzw. dermokosmetyki?

		DANE W PROC.		LICZBA OSÓB
		tak	nie	
OGÓŁEM		20	80	1004
PŁEĆ	mężczyźni	12	88	479
	kobiety	27	73	525
WIEK	15-19 lat	33	67	75
	20-29 lat	20	80	190
	30-39 lat	26	74	180
	40-49 lat	16	84	148
	50-59 lat	19	81	179
	60 lat lub więcej	14	86	232
WYKSZTAŁCENIE	podstawowe, gimnazjalne	5	95	133
	zasadnicze zawodowe	8	92	264
	średnie i pomaturalne	21	79	314
	licencjat, wyższe	35	65	176
	jeszcze się uczy	38	62	117
MIEJSCE ZAMIESZKANIA	wieś	10	90	384
	miasto do 100 tys.	21	79	325
	miasto 101-500 tys.	22	78	176
	miasto pow. 500 tys.	43	57	119
REGION	małopolski	13	87	148
	wschodni	17	83	110
	katowicki	17	83	166
	dolnośląski	23	77	110
	wielkopolski	14	86	111
	pomorski	22	78	144
	centralny	27	73	215
AKTYWNOŚĆ ZAWODOWA	pracuje zawodowo	22	78	452
	nie pracuje zawodowo	18	82	552
GRUPA SPOŁECZNO - ZAWODOWA	kierownicy i specjaliści	42	58	74
	prywatni przedsiębiorcy	25	75	50
	pracownicy administracji i usług	24	76	154
	robotnicy	9	91	145
	rolnicy	16	84	29
	gospodynie domowe	19	81	40
	emeryci i renciści	13	87	255
	uczniowie i studenci	38	62	117
	bezrobotni	11	89	140
SAMOOCENA SYTUACJI MATERIALNEJ	dobra	34	66	165
	średnia	19	81	646
	zła	11	89	193

D2. Dlaczego kupuje Pan(i) dermokosmetyki?

		DANE W PROC.									LICZBA OSÓB
		bo mam wrażliwą/ alergiczną cerę	bo są lepszej jakości niż inne kosmetyki	bo polecił mi je specjalista (lekarz/ farmaceuta/ kosmetyczka)	bo polecił mi je ktoś z rodziny lub znajomy	bo są ekologiczne	bo są produkowane z naturalnych składników	bo są skuteczniejsze od innych kosmetyków	inne	trudno powiedzieć	
OGÓŁEM		30	37	18	13	3	15	14	4	2	198
PŁEĆ	mężczyźni	30	37	19	8	4	8	16	4		57
	kobiety	30	37	17	14	3	19	13	4	3	141
WIEK	15-19 lat	48	12	7	6		19	27			24
	20-29 lat	32	50	20	3	3	15	11	2		39
	30-39 lat	34	36	18	19	2	8	15	5	3	46
	40-49 lat	20	55	36	10	2	16	11			24
	50-59 lat	25	29	15	27	2	19	12	5	2	33
	60 lat lub więcej	23	37	12	8	9	19	10	11	6	32
WYKSZTAŁCENIE	podstawowe, gimnazjalne	39	42		7		17			18	7
	zasadnicze zawodowe	16	46	29	15		17	10	7	6	20
	średnie i pomaturalne	21	42	17	14	2	20	12	5		65
	licencjat, wyższe	34	37	21	18	6	9	17	5	2	62
	jeszcze się uczy	43	26	12	4	3	17	15			45
MIEJSCE ZAMIESZKANIA	wieś	19	56	18	13	3	14	6	4		40
	miasto do 100 tys.	37	32	16	15	2	12	19	2	3	68
	miasto 101-500 tys.	27	30	19	6	4	14	10	11	4	40
	miasto pow. 500 tys.	33	34	18	15	5	22	16	1		51
REGION	małopolski	12	50	30	13	2	15	4	10		20
	wschodni	31	27	15	12		13	10	3		19
	katowicki	37	31	15	6		18	15	13	2	28
	dolnośląski	23	57	31	7	1	5	9			26
	wielkopolski	23	30	18	18		13	15	4	7	16
	pomorski	39	36	13	13	4	18	17		6	32
	centralny	33	33	12	17	8	18	18	2		58
AKTYWNOŚĆ ZAWODOWA	pracuje zawodowo	31	38	21	16	2	15	16	3	1	99
	nie pracuje zawodowo	29	36	14	9	4	16	12	5	2	99
GRUPA SPOŁECZNO - ZAWODOWA	kierownicy i specjaliści	45	30	23	15	2		22	4	2	31
	prywatni przedsiębiorcy	38	39	28	11		20	11			12
	pracownicy administracji i usług	27	43	17	13		14	17	4		37
	robotnicy	16	45	20	17	12	46	11			13
	rolnicy		25	19	56		19			19	5
	gospodynie domowe	21	62		19			19			8
	emeryci i renciści	22	38	18	11	9	13	8	12	4	32
	uczniowie i studenci	43	26	12	4	3	17	15			45
	bezrobotni	7	48	22	19		25	5	9	8	15
SAMOOCENA SYTUACJI MATERIALNEJ	dobra	43	40	13	7	7	8	11	6	2	56
	średnia	23	37	19	13	2	16	15	4	2	121
	zła	37	29	20	27	2	34	15			21

D3. Dlaczego nie kupuje Pan(i) dermokosmetyków?

		DANE W PROC.								LICZBA OSÓB
		bo nie mam wrażliwej/ alergicznej cery	bo nie różnią się jakością od innych kosmetyków	bo są za drogie	bo nie wierzę, że są produkowane z naturalnych składników	bo nie wiedziałem/łam, że są takie kosmetyki	bo inne kosmetyki są tak samo lub bardziej skuteczne	inne	trudno powiedzieć	
OGÓŁEM		31	11	34	3	5	11	12	13	806
PŁEĆ	mężczyźni	31	11	20	4	6	12	16	17	422
	kobiety	30	11	50	2	4	10	7	8	383
WIEK	15-19 lat	35	7	24		2	5	30	10	50
	20-29 lat	39	10	31	2	1	13	8	15	151
	30-39 lat	40	13	38	2	4	14	8	10	134
	40-49 lat	36	11	28	5	2	12	12	15	125
	50-59 lat	21	12	37	4	10	10	8	17	145
	60 lat lub więcej	22	11	39	4	8	10	14	11	201
WYKSZTAŁCENIE	podstawowe, gimnazjalne	23	8	35	1	7	8	19	8	126
	zasadnicze zawodowe	31	13	38	5	7	9	10	15	244
	średnie i pomaturalne	32	10	37	3	4	12	8	13	249
	licencjat, wyższe	35	16	25	4	3	18	8	18	114
	jeszcze się uczy	36	7	28	2	2	7	21	8	72
MIEJSCE ZAMIESZKANIA	wieś	35	10	31	2	5	9	15	15	344
	miasto do 100 tys.	30	17	38	5	5	13	8	7	257
	miasto 101-500 tys.	23	7	37	3	5	13	12	17	136
	miasto pow. 500 tys.	29	5	35	5	7	10	8	20	68
REGION	małopolski	33	8	32	1	6	15	13	14	128
	wschodni	36	15	29	5	4	14	19	3	92
	katowicki	17	6	28	3	7	4	13	28	137
	dolnośląski	29	16	37	7	4	5	17	1	84
	wielkopolski	32	7	44	7	4	15	14	12	95
	pomorski	41	11	46	2	4	16	1	12	112
	centralny	32	17	30	2	6	10	7	12	157
AKTYWNOŚĆ ZAWODOWA	pracuje zawodowo	37	13	29	4	5	14	8	13	353
	nie pracuje zawodowo	26	10	39	3	6	9	14	13	453
GRUPA SPOŁECZNO - ZAWODOWA	kierownicy i specjaliści	34	11	28	7		30	10	11	43
	prywatni przedsiębiorcy	41	12	14	2	2	24	7	17	37
	pracownicy administracji i usług	38	17	37	1	2	7	6	14	117
	robotnicy	38	10	26	7	9	11	8	13	132
	rolnicy	28	7	31		4	16	18	10	24
	gospodynie domowe	30	4	30		6	4	9	23	32
	emeryci i renciści	22	12	41	4	7	8	16	11	223
	uczniowie i studenci	36	7	28	2	2	7	21	8	72
	bezrobotni	27	11	43	2	5	13	9	17	126
SAMOOCENA SYTUACJI MATERIALNEJ	dobra	36	18	16	9	3	18	16	11	109
	średnia	32	11	34	3	4	11	9	13	526
	zła	24	8	48	2	9	7	15	13	171