

Пресс-релиз

Исследование GfK: как мы относимся к собственной внешности

3 июня, 2015

Контакты:

Наталья Игнатьева
natalia.ignatyeva@gfk.com
+7 926 762 7336

Александр Федотов
aleksandr.fedotov@gfk.com
+7 495 937 7222

press@gfk.com

- Более половины людей в мире полностью или вполне довольны своей внешностью
- Тинейджеры, как ни странно, не на много критичнее относятся к своей внешности, чем представители других возрастных групп
- Наиболее самокритичной страной оказалась Япония: 1 из 10 респондентов недоволен своей внешностью

Москва - Нюрнберг, 3 июня 2015 – С наступлением лета и пляжного сезона вопросы внешности выходят на первый план. GfK изучила, насколько люди во всем мире удовлетворены своим внешним видом.

Более половины (55 процентов) потребителей в возрасте 15 лет и старше из 22 стран, принявших участие в исследовании, довольны тем, как они выглядят. При этом полностью удовлетворены своей внешностью 12 процентов из них, - а это более чем каждый десятый респондент. Недостатки в своей внешности разглядели лишь 16 процентов опрошенных, включая три процента полностью недовольных своим внешним видом. 29 процентов заняли нейтральную позицию в опросе по поводу своего внешнего вида.

В латиноамериканских странах больше всего довольных своей внешностью

Больше остальных полностью удовлетворены своим внешним видом жители стран Латинской Америки: Мексика, Бразилия и Аргентина оказались в первой пятерке стран, жители которых довольны тем, как они выглядят. Если учесть еще и тех, кто «в целом» доволен своей внешностью, то первое место уверенно занимает Мексика (74 процента), на втором месте – Турция (71 процент), третье место делят между собой Бразилия и Украина (65 процентов). В Испании, Германии и Аргентине своей внешностью довольны 62 процента опрошенных. Самыми самокритичными оказались японцы, где 38 процентов «полностью» или «частично» не удовлетворены своей внешностью. В Великобритании, России и Южной Корее респонденты оказались менее самокритичны, в этих странах лишь по 20 процентов тех, кому не нравится их внешность. Наконец, в Швеции и Австралии недостатки в своем внешнем облике разглядели 19 процентов участников опроса.

Результаты опроса GfK актуальны для компаний, работающих в

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Management Board:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausrucking
Debra A. Pruent

Chairman of the
Supervisory Board:
Dr. Arno Mahler

Commercial register
Nuremberg HRB 25014

сфере моды, красоты и средств по уходу за собой. Используя результаты исследования, они смогут точнее скорректировать свою коммуникацию с потребителем, выбрав ее целевую аудиторию.

SATISFACTION WITH YOUR LOOKS: COUNTRY COMPARISON



Инфографика в большом размере: <http://www.gfk.com/PublishingImages/Press/GfK-Infographic-Looks-Countries.jpg>

Так, базирясь на результатах этого опроса, можно предположить, что в таких странах как Япония, Великобритания и Россия коммуникацию с потребителями можно выстраивать, предлагая решения по улучшению или изменению внешнего вида, тогда как потребители в Турции или Мексике охотнее откликнутся на предложения и рекомендации по уходу за собой.

Подростки не на много критичнее к своей внешности по сравнению с другими возрастными группами

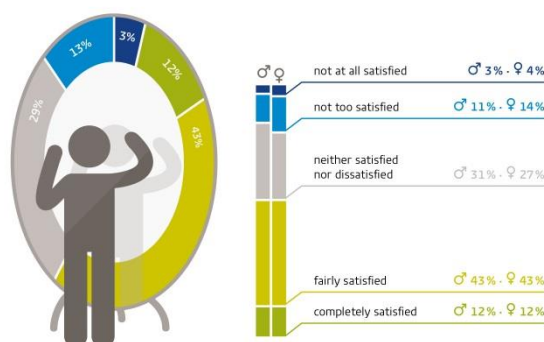
Вопреки существующему мнению, что среди всех возрастных групп своей внешностью больше всего недовольны подростки и юноши, результаты исследования показывают, что это не совсем верно. Так 16 процентов опрошенных в возрасте от 15 до 19 лет признались, что «не совсем» довольны своей внешностью; в группе 20-59 лет такой ответ был популярен у 12-13 процентов респондентов. Что касается тех, кто «абсолютно» не удовлетворен своим внешним видом, разница среди возрастных групп минимальна: в каждой группе подобный ответ выбрали 3 или 4 процента участников. Отметим также, что наименее критичными к своей внешности оказались люди старше 60 лет, лишь 9 процентов из них «не совсем» довольны своей внешностью и 3 процента – «абсолютно» не довольны.

Мужчины и женщины очень похожи в своем отношении к внешности

Сравнение ответов мужчин и женщин опровергает еще одно утверждение: о том, что женщины критичнее мужчин относятся к своей

внешности. Среди обоих полов оказалось поровну тех, кто «в целом» и «полностью» доволен внешностью: 43 и 12 процентов соответственно. Тем не менее, мужчины более нейтрально и взвешенно оценивают свой внешний вид, чем женщины (31 и 27 процентов соответственно). Наконец, что касается отрицательного отношения к своей внешности, женщины действительно более самокритичны, но лишь буквально на несколько пунктов – «не совсем» довольны своей внешностью 14 процентов женщин и 11 процентов мужчин, а «абсолютно» не довольны собой 4 и 3 процента женщин и мужчин соответственно.

SATISFACTION WITH YOUR LOOKS



Source: GfK survey among 27,000+ consumers (ages 15+) in 22 countries – global average – rounded

© GfK 2015

Инфографика в большом размере: <http://www.gfk.com/PublishingImages/Press/GfK-Infographic-Looks-Total.jpg>

Об исследовании

В исследовании GfK приняли участие более 27000 человек из 22 стран, включая Россию, в возрасте от 15 лет и старше. Метод - онлайн интервью, кроме Украины - где исследование проходило в формате личных интервью. Полевой этап исследования состоялся летом 2014 года. В странах, где проводились онлайн опросы, данные были взвешены для отображения демографического состава онлайн-населения в возрасте от 15 и старше на каждом рынке. В странах, где исследование проводилось путем личных интервью, выборка репрезентирует городское население верхнего социально-экономического уровня в возрасте от 15 и старше, не включая самые низкие социально-экономические уровни. Страны, принявшие участие в исследовании: Аргентина, Австралия, Бельгия, Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Гонконг, Италия, Япония, Мексика, Польша, Россия, Южная Корея, Испания, Швеция, Тайвань, Турция, Великобритания, Украина и США.

О компании GfK

GfK — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. Более 13,000 экспертов GfK ежедневно применяют на практике многолетний опыт компании в маркетинговых исследованиях.

В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка - FMCG, автобизнесе, розничной торговле, на рынке бытовой техники и электроники, фармацевтическом рынке, в секторе телекоммуникаций, финансов, рынке страхования и других.

Более подробную информацию можно найти на сайте www.GfK.com/ru/ или в Твиттере GfK: https://twitter.com/gfk_rus