

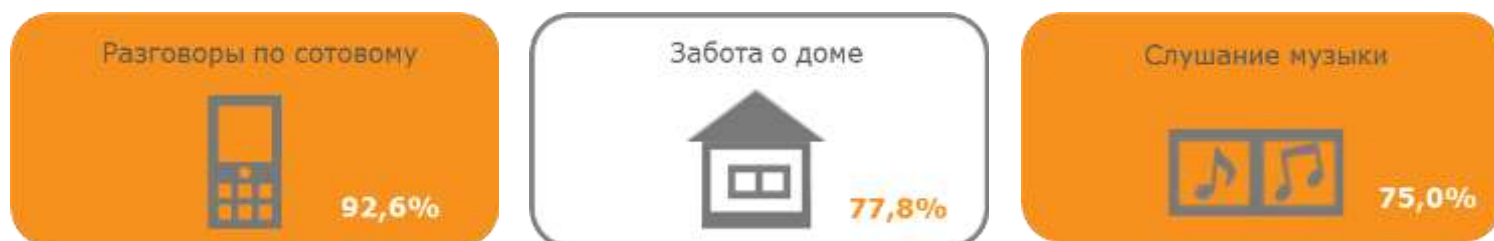
# КАЗАХСТАНСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ В ЦИФРАХ

## ОТНОШЕНИЕ К ПОКУПКАМ\*

	%
Я верю, что Казахстан может производить очень хорошие и качественные товары	30,6
Я могу отказаться от покупки из-за плохого обслуживания и в дальнейшем избегать этого магазина	26,3
Из одежды я покупаю только самое необходимое	22,5
Глупо тратить деньги на предметы роскоши, даже если у тебя много денег	22,4
Я стараюсь избегать продуктов с искусственными добавками	21,6

\* - при расчете данных учитывался ответ «полностью согласен»

## ДОСУГ\*\*



\*\* - TOP-3 немедийных досуговых активности

## НАЛИЧИЕ СПОРТИВНОГО ИНВЕНТАРЯ, TOP-4



## ТОР-3 БРЕНДА по знанию

### ЧАЙ

Ассам	73,8
Пиала Gold	69,5
Lipton	69,3

Base: потребители чая за последние 6 месяцев

### ШАМПУНЬ

Head&Shoulders	71,1
Nivea	65,9
Чистая линия (концерн "Калина")	51,2

Base: пользователи шампуня за последние 6 месяцев

### МИКРОВОЛНОВАЯ ПЕЧЬ

LG	71,9
Samsung	61,8
Daewoo	43,3

Base: респонденты, имеющие микроволновую печь

## НАЛИЧИЕ ПРЕДМЕТОВ МЕЛКОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ



## ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОДУКТОВ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ



Источник данных: Media Marketing Index-2014 (опрос проводился в 22 городах Казахстана с населением 100 000+ среди населения в возрасте от 15 лет и старше. Объем выборки составил 3000 респондентов)

**Более подробную информацию можно получить в компании TNS Central Asia (тел. 264-66-00, e-mail: [cs@tns-global.kz](mailto:cs@tns-global.kz)).**