

Ріане К. Далзіель, Кірсті-Лі Шарп

Вплив прагнення до різноманітності та статусного споживання на ставлення споживачів покоління Y до косметичних засобів: Посередницька роль інноваційності

Косметична сфера є дуже прибутковим ринком у Південній Африці. Представники покоління Y є важливим чинним та майбутнім сегментом ринку для різних індустрій, включно з індустрією косметичних засобів. Мета дослідження – визначити прямий і непрямий вплив прагнення до різноманітності та статусного споживання на ставлення споживачів, розглядаючи також інноваційність косметичних засобів серед студенток покоління Y. У цьому дослідженні використана анкета для самостійного заповнення. До вибірки увійшли студентки покоління Y традиційного, всеосяжного та технологічного університетів у провінції Гаутенг; зібрано 610 повних відповідей. Дані були проаналізовані з використанням факторного аналізу головних компонент, описової статистики, коефіцієнта кореляції Пірсона та аналізу шляхів із використанням тестів посередництва. Дослідження пропонує модель із чотирьох чинників: статусне споживання, прагнення до різноманітності, інноваційність косметичних засобів та ставлення споживачів. Статусне споживання має статистично значущий позитивний вплив на інноваційність косметичних засобів ($\beta = 0,350$, $p = 0,000 < 0,01$) та ставлення споживачів ($\beta = 0,107$, $p = 0,053 < 0,01$). Прагнення до різноманітності має статистично значущий і позитивний вплив на інноваційність косметичних засобів ($\beta = 0,276$, $p = 0,000 < 0,01$), але незначний вплив на ставлення споживачів ($\beta = 0,043$, $p = 0,459 > 0,01$). Нарешті, інноваційність косметичних засобів є статистично значущим предиктором ставлення ($\beta = 0,286$, $p = 0,000 < 0,01$). Ці результати свідчать про те, що інноваційність косметичних засобів опосередковує взаємозв'язок між прагненням до різноманітності та ставленням споживачів когорти покоління Y до косметичних засобів.

Ключові слова: маркетинг моди, жінки-споживачі, зовнішній вигляд, Південна Африка

Класифікація JEL: M31, M37



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.