

## Из молодежи, которая употребляет пиво, половина пьет его постоянно

Пресс-релиз

Компания [Profi Online Research](http://profi-research.ru) опубликовала результаты исследования, проведенного в IV квартале 2009 года, на тему потребления пива среди молодых людей в возрасте от 14 до 24 лет. Опрос проводился среди жителей российских городов-миллионников и охватил 1400 человек, которые в течение последних нескольких месяцев употребляли этот напиток. Основное внимание уделялось оценке уровня знания марок и предпочтениям аудитории.

Выяснилось, что респонденты оказались очень хорошо осведомлены о пивных брендах, присутствующих на отечественном рынке. Так, в вопросе на знание с подсказкой тех или иных марок, около половины участников исследования сумели вспомнить более 30 наименований.

Однако, как оказалось, высокая степень осведомленности потребителей о бренде пива вовсе не является показателем соответствующего уровня его потребления. Например, согласно данным проведенного анализа, каждую из таких марок как «Бочкарев» или «Белый медведь» знает 2/3 аудитории, в то время как потребляет их только 2% от тех, кому знакомы эти наименования.

Исследование показало, что для большинства представителей молодежи марка пива играет важную роль. Лишь 6% респондентов сказали, что покупают то, что есть в продаже, и никогда не смотрят на название. Подавляющее же большинство респондентов (85%) определилось со своими предпочтениями. У этих людей сформировался определенный набор брендов (1-3 шт.), которые они обычно покупают. Причем 36% испытывают сильную приверженность лишь к какой-то одной марке. И только каждый десятый готов к экспериментам, стараясь пробовать новые продукты, которые он встречает в продаже (см. рис. №1).



Рис. №1: Отношение к выбору пива

Среди марок пива, которые предпочитают молодые люди, наибольшей популярностью пользуются такие как: «Балтика Kuler» (ее выбирают 36% из тех, кому эта марка знакома), «Балтика» (34% соответственно), за ними следует «Amstel» (27%), «Brahma» (26%), «Redd's» (25%) и «Miller» (24%). Ко второй группе по степени популярности можно причислить такие марки как: «Сибирская Корона» (20%) и «Heineken» (16%) – см. рис. №2.

Отметим, что в большинстве своем предпочитаемые среди российской молодежи марки относятся к сегменту недорогих напитков. Так, к примеру, анализ результатов исследования показал, что по уровню приверженности к той или иной марке, лидирующие позиции занимает «Балтика Kuler» (ее выбирает более 1/3 тех, кто знает данную марку). Исключение составляет, пожалуй, только «Redd's» (см. рис.№2). Известно, что эта марка стоит несколько дороже и позиционируется как напиток для женщин. Видимо, представительницы слабого пола молодежной аудитории оказались готовы переплачивать за «свой» напиток.

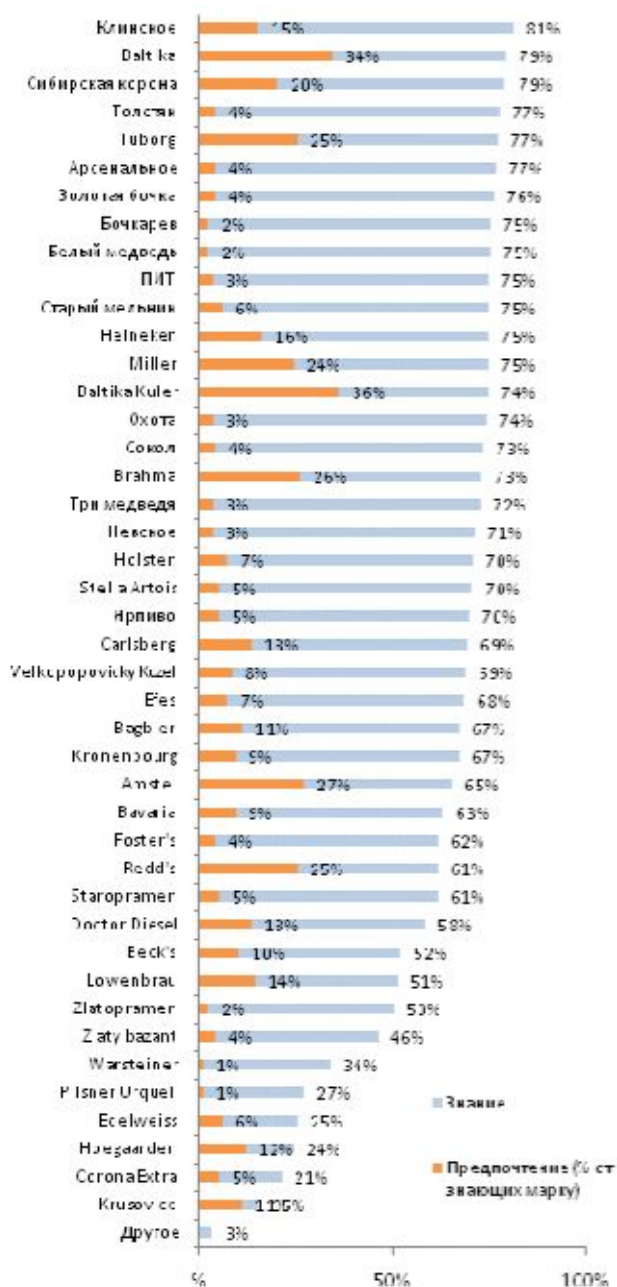


Рис.№2: Соотношение знания и потребления марок пива среди молодежи

Среди основных факторов, оказывающих влияние на выбор той или иной марки пива, большинство опрошенных указало на вкусовые качества напитка (76%), его доступность по цене (52%) и удобство открывания бутылки (50%). Еще около 1/3 респондентов выделили такие характеристики пива как способность хорошо утолять жажду, положительно влиять на настроение и нравится всем в компании. Меньше всего в выборе пива российскую молодежь заботит потенциальная возможность напитка нанести ущерб здоровью, а также современный имидж напитка (см. рис. №3).



Рис. №3: Критерии выбора марки пива

Добавим, что тип тары, в которой можно купить пиво, также оказывает влияние на выбор той или иной марки. Так только 13% оказались равнодушны к этому фактору. Подавляющее же большинство (67%) указало, что предпочитает бутылочное пиво. Жестяные банки нравятся лишь 14% опрошенных. Пластиковые упаковки оказались востребованы меньше всего: им отдает предпочтение 4% респондентов (см. рис. №4).

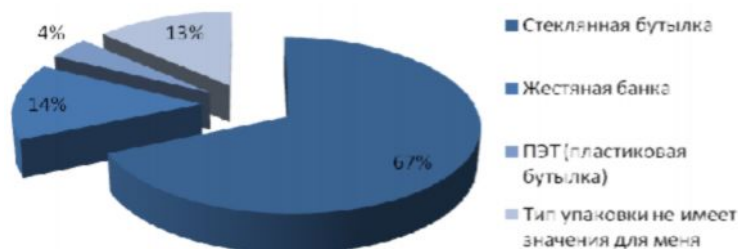


Рис. №4: Предпочтения в выборе типов упаковки бутылок

Отметим, что более половины опрошенных (53%) употребляет пиво не менее 1 раза в неделю. Еще порядка 1/3 пьет пиво 1-3 раза в месяц (см. рис. №5).

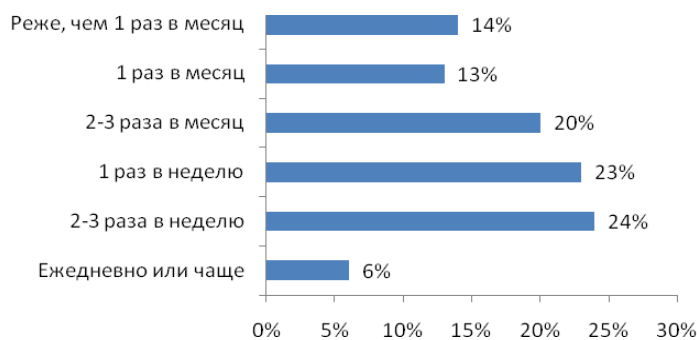


Рис. №5: Частота употребления пива за последний месяц

**Информация о компании:**

Компания [Profiresearch.ru](http://Profiresearch.ru) работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-панель компании насчитывает более 92 000 респондентов. По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к Валерии Ериной – тел. (495) 930 06 93, [valeria@profiresearch.ru](mailto:valeria@profiresearch.ru)