



**Исследование рынка  
алкогольных напитков**

**Игристые вина**

**Санкт-Петербург  
Январь 2018**

## Описание исследования

Методология исследования

Список диаграмм

..... стр. 3

## Потребление алкогольных напитков

Доля респондентов, потребляющих алкогольные напитки

..... стр. 7

## Потребление игристого вина

Частота потребления, предпочтения в выборе вина, объем потребления, места покупки, сочетание с продуктами, рейтинг и антирейтинг стран-производителей вина

..... стр. 11

## Социально-демографические характеристики

Социально-демографические характеристики всех участников опроса

Социально-демографические характеристики потребителей игристого вина

..... стр. 23

## Основные выводы

..... стр. 28



# **Описание исследования**

## Метод сбора информации

Для сбора данных и решения поставленных задач был выбран метод телефонного опроса (с использованием технологии CATI). Номера респондентов отбирались случайным бесповторным методом.

Технологическая платформа сбора данных: программное обеспечение Survey Studio. Финальная обработка данных: программа SPSS.

## Цель исследования

Анализ предпочтений потребителей шампанского/ игристых вин

## Задачи исследования

1. Определить долю потребителей шампанского/ игристых вин.
2. Определить частоту потребления игристых вин.
3. Определить объем потребления игристых вин за месяц.
4. Получить информацию о наиболее популярных типах вина (по содержанию сахара, сорту винограда и т.п.)
5. Составить рейтинг популярности стран-производителей вина
6. Составить антирейтинг стран-производителей вина.
7. Измерить долю отвергающих вина российского производства и узнать причины отказа.
8. Получить информацию о наиболее типичных ситуациях потребления игристых вин.
9. Изучить, с какими продуктами потребители сочетают вина
10. Описать социально-демографический профиль потребителей игристого вина.

## Целевая группа

Жители Санкт-Петербурга в возрасте 18-60 лет, потребляющие игристое вино

## Объем выборки

Всего опрошено 500 респондентов. Количество респондентов, потребляющих игристое вино – 114 человек.

## География исследования

Санкт-Петербург

## Период сбора данных

Ноябрь-декабрь 2017 года

- Рис.1 Доля респондентов, потребляющих алкогольные напитки, % от всех опрошенных, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.2 Потребление различных видов алкогольных напитков, % от числа потребителей алкогольных напитков, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.3 Потребление различных видов алкогольных напитков, % от числа потребителей алкогольных напитков, % от групп по уровню дохода
- Рис.4 Частота потребления игристого вина, % от всех потребителей игристого вина, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.5 Места покупки игристого вина, % от всех потребителей игристого вина, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.6 Количество купленных бутылок игристого вина в последнюю покупку, % от всех потребителей-покупателей игристого вина
- Рис.7 Объем потребления игристого вина в месяц, % от всех потребителей игристого вина
- Рис.8 Содержание сахара - предпочтения потребителей, % от всех потребителей игристого вина, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.9 Предпочтение в выборе игристого вина - тип, % от всех потребителей игристого вина, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.10 Ситуации потребления игристого вина, % от всех потребителей тихого вина
- Рис.11 Сочетание игристого вина с продуктами - предпочтения потребителей, % от всех потребителей игристого вина, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.12 Предпочтения в выборе вина. Страна-производитель, % от всех потребителей игристого вина
- Рис.13 Предпочтения в выборе вина. Страна-производитель, % от всех потребителей игристого вина, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.14 Предпочтения в выборе вина. Отвергаемые страны-производители, % от всех потребителей игристого вина
- Рис.15 Приемлемая стоимость одной бутылки качественного российского игристого вина объемом 0,75 литра, % от числа не отвергающих игристые вина российского производства, % от групп по полу, % от возрастных групп
- Рис.16 Социально-демографические характеристики всех опрошенных
- Рис.17 Социально-демографические характеристики всех опрошенных (продолжение)
- Рис.18 Социально-демографические характеристики потребителей игристого вина
- Рис.19 Социально-демографические характеристики потребителей игристого вина (продолжение)

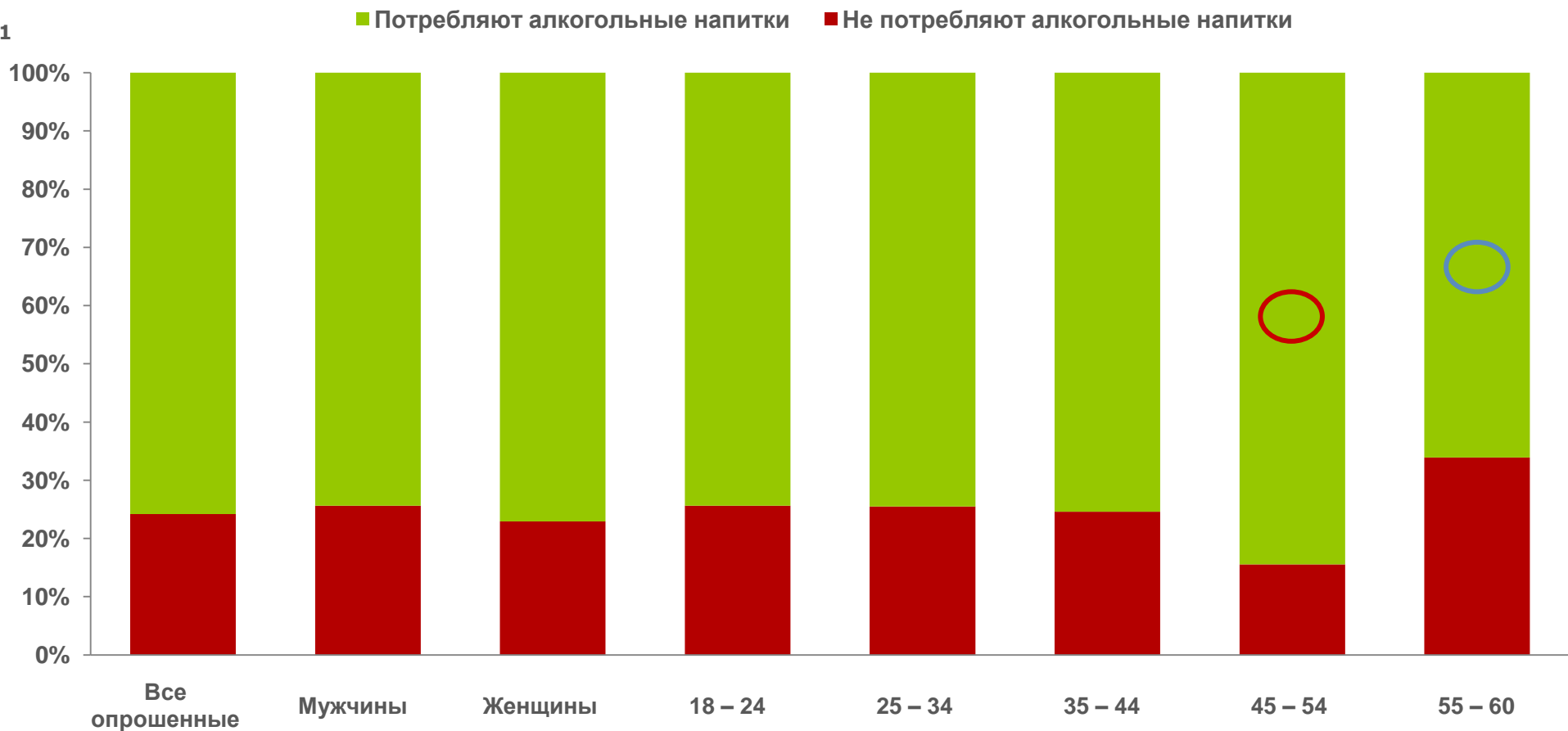


# **Потребление алкогольных напитков**

# Доля респондентов, потребляющих алкоголь

Вопрос: Какие алкогольные напитки вы пьете хотя бы иногда?

Рис. 1



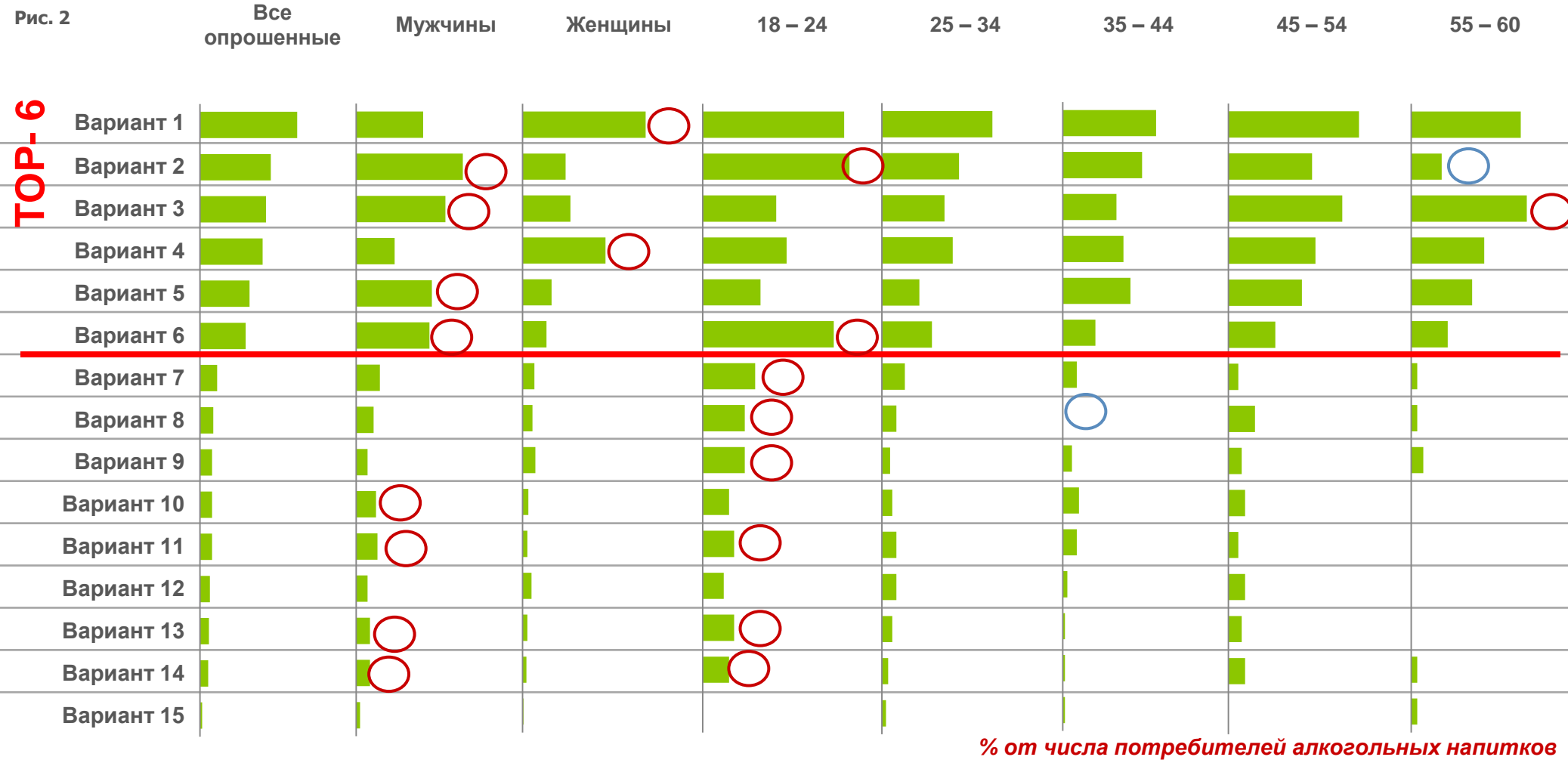
*% от числа всех опрошенных*

• Выводы



# Потребление алкогольных напитков

Вопрос: Какие алкогольные напитки вы пьете хотя бы иногда?



# Потребление алкогольных напитков

Вопрос: Какие алкогольные напитки вы пьете хотя бы иногда?

Рис. 3



% от числа потребителей алкогольных напитков



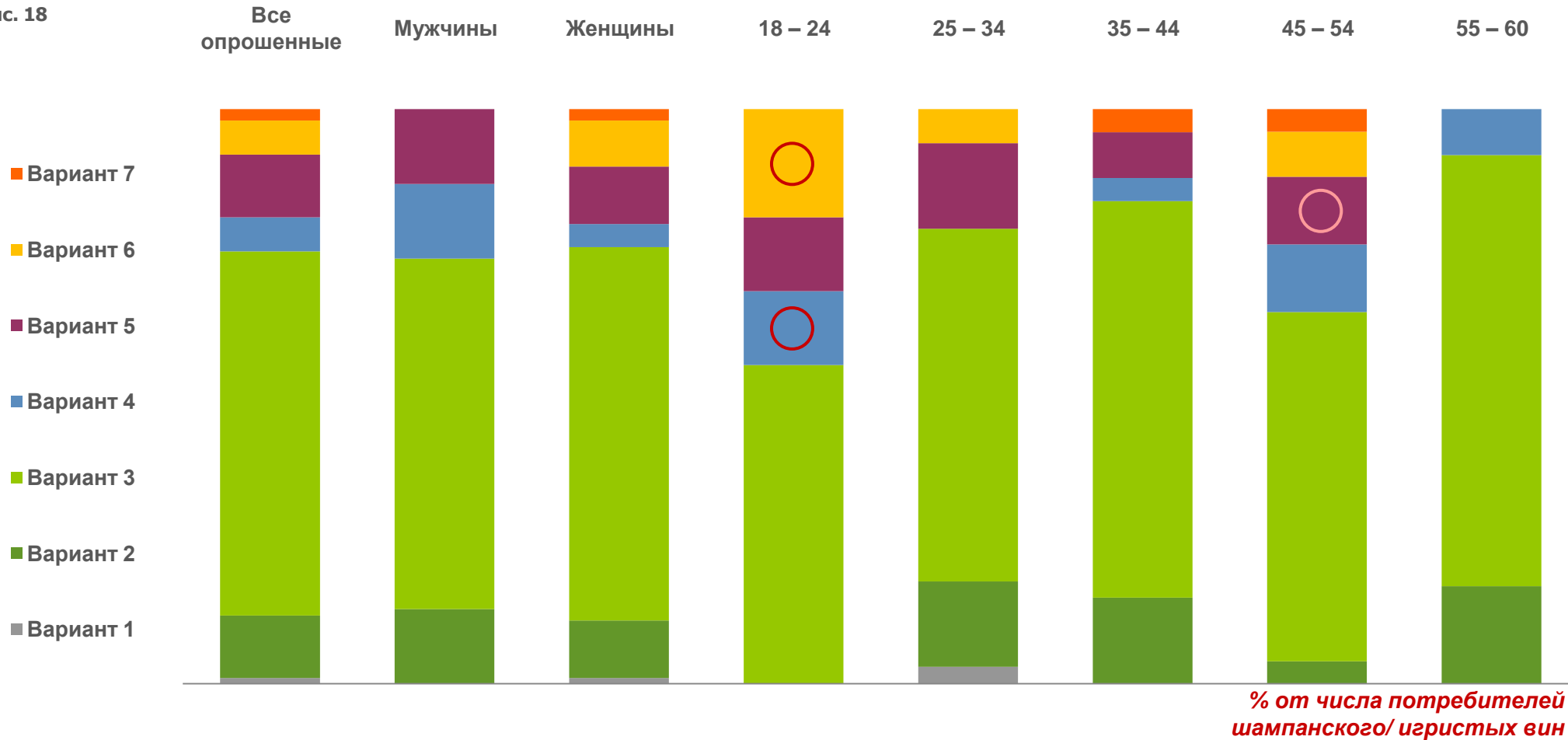
The left side of the slide features two dark gray, vertically-oriented shapes. The top shape is a rectangle with a curved bottom edge, and the bottom shape is a rectangle with a curved top edge. They are positioned symmetrically around the central text.

# **Потребление игристого вина**

# Частота потребления игристого вина

Вопрос: Как часто Вы потребляете шампанское, игристое вино ?

Рис. 18

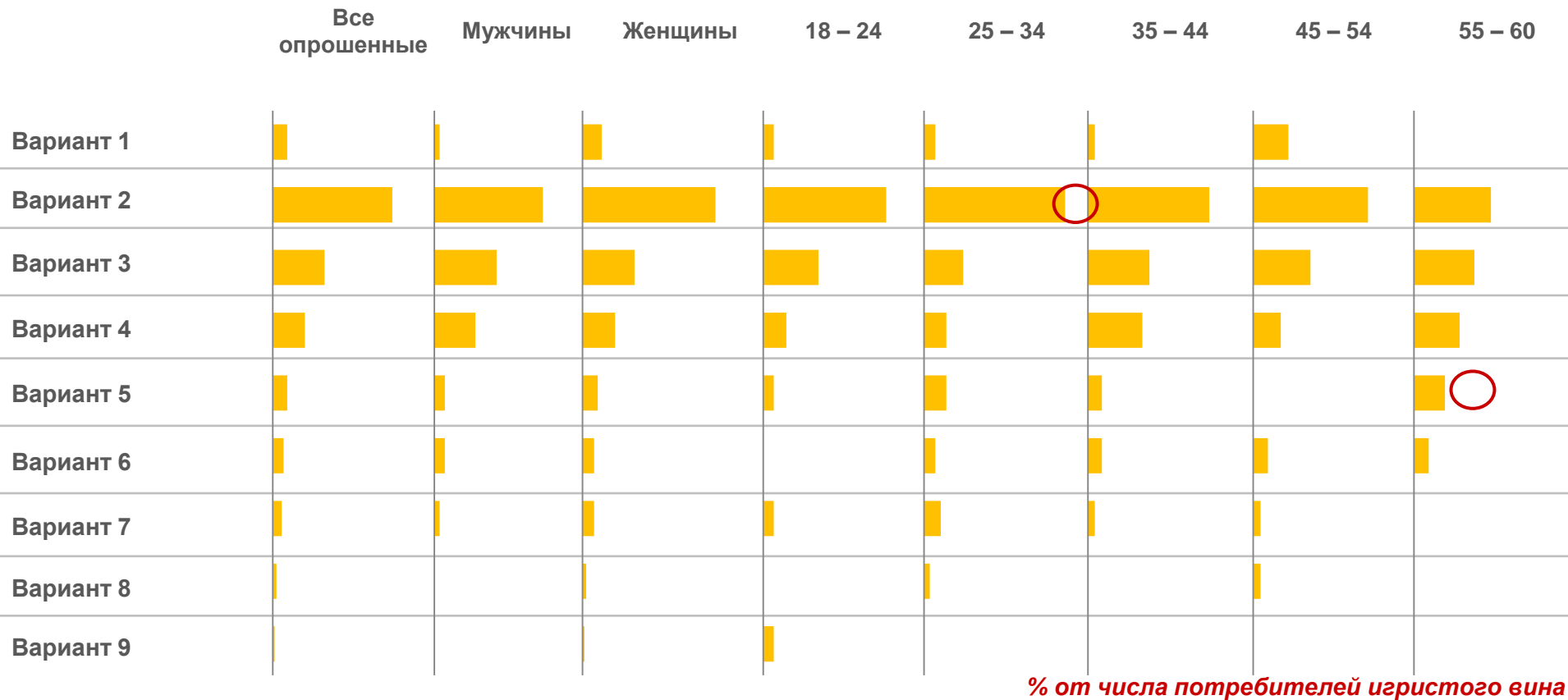


• Выводы

# Места покупки игристого вина

Вопрос: Где Вы обычно покупаете шампанское, игристое вино ?

Рис. 19



• Выводы

# Объем потребления игристого вина

**Вопрос:** Вспомните, пожалуйста, сколько бутылок Вино вы купили в свою последнюю покупку? Сколько обычно вина вы выпиваете в месяц? Назовите, хотя бы примерно. (Если рассматривать последний месяц, когда вы пили вино, сколько вы выпили за месяц?)

Рис.20

## Количество купленных бутылок



Рис.21

## Объем потребления в месяц

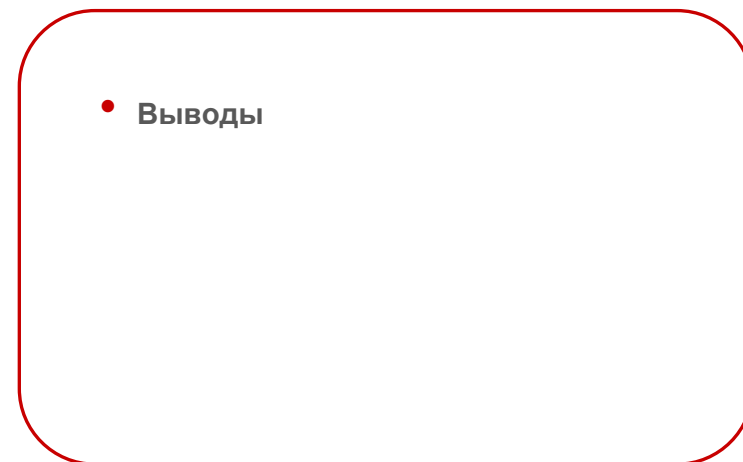
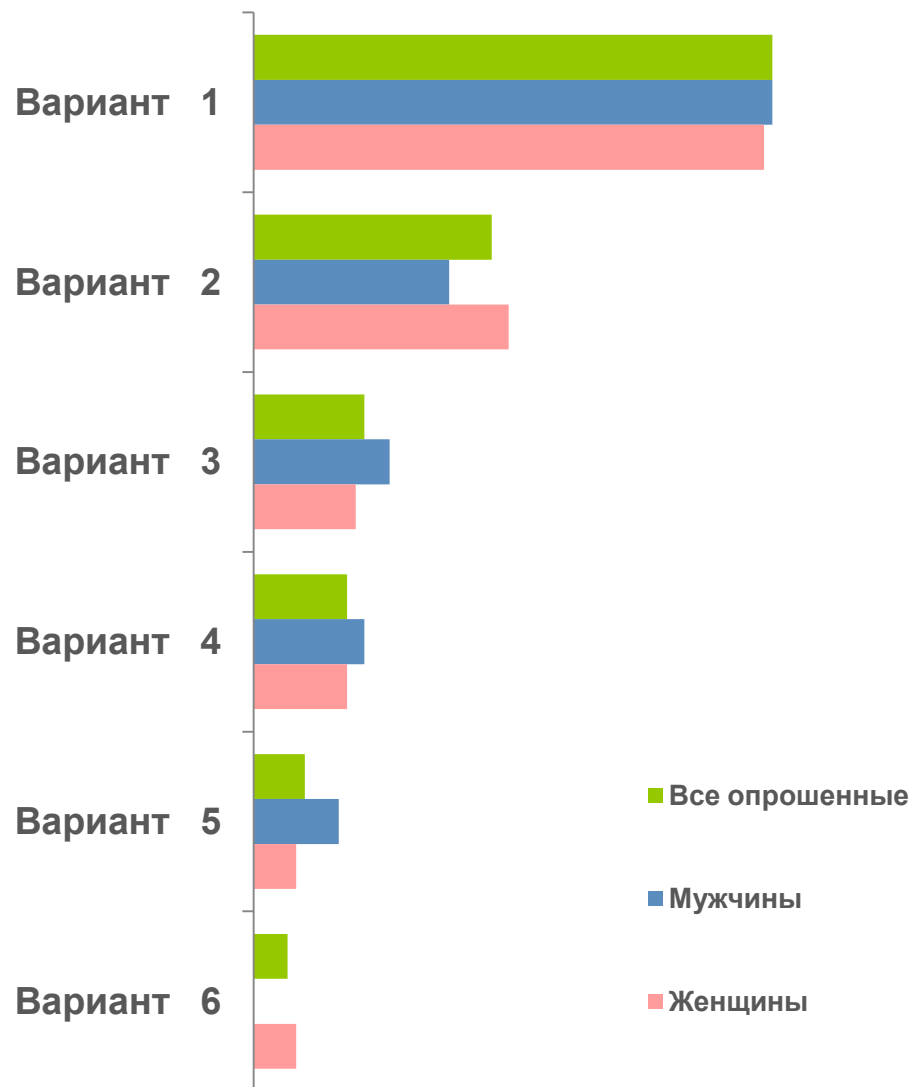


• Выводы

# Предпочтения в выборе игристого вина. Содержание сахара

Вопрос: Какие сорта игристых вин Вы предпочитаете?

Рис. 22

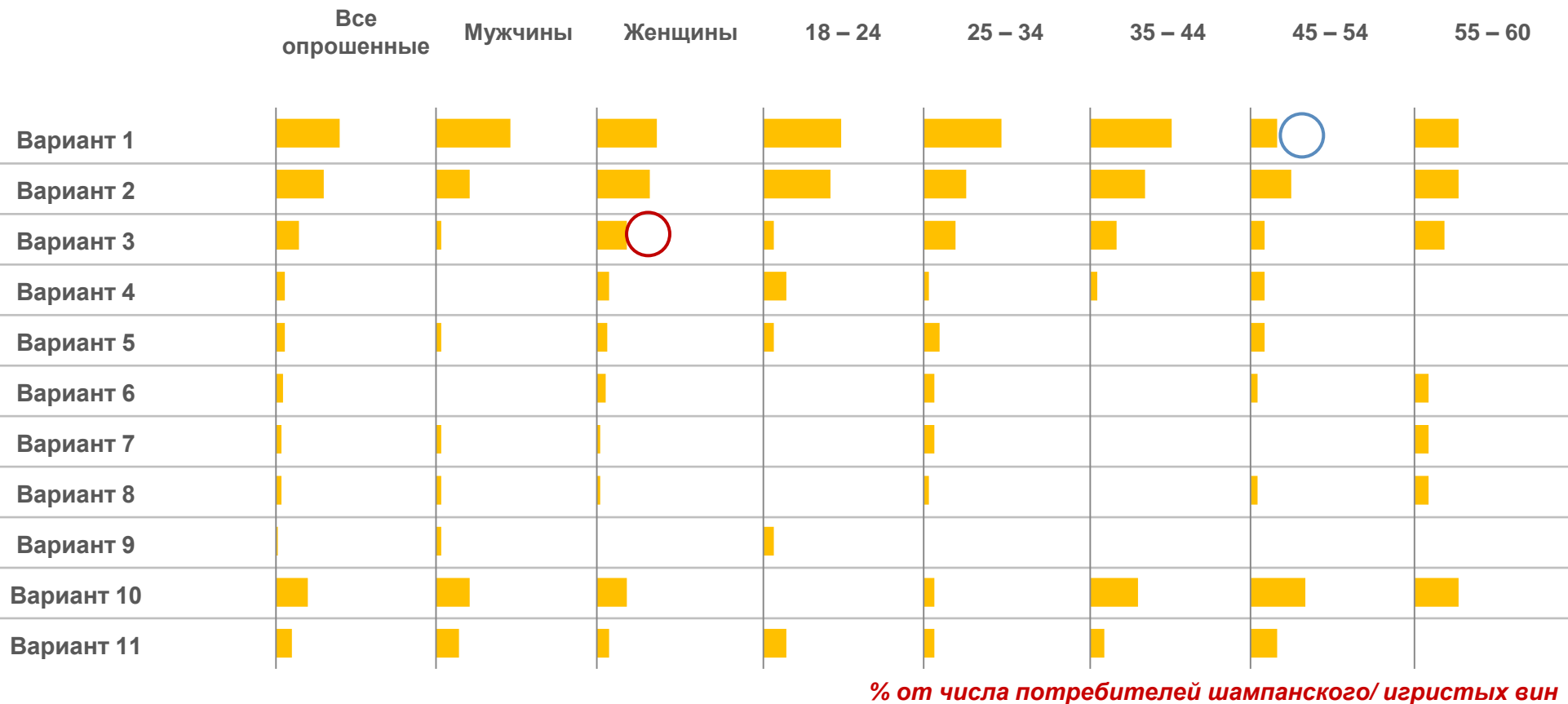


*% от числа потребителей игристого вина*

# Предпочтения в выборе игристого вина

Вопрос: Какой тип игристого вин Вы пьете хотя бы время от времени?

Рис. 23



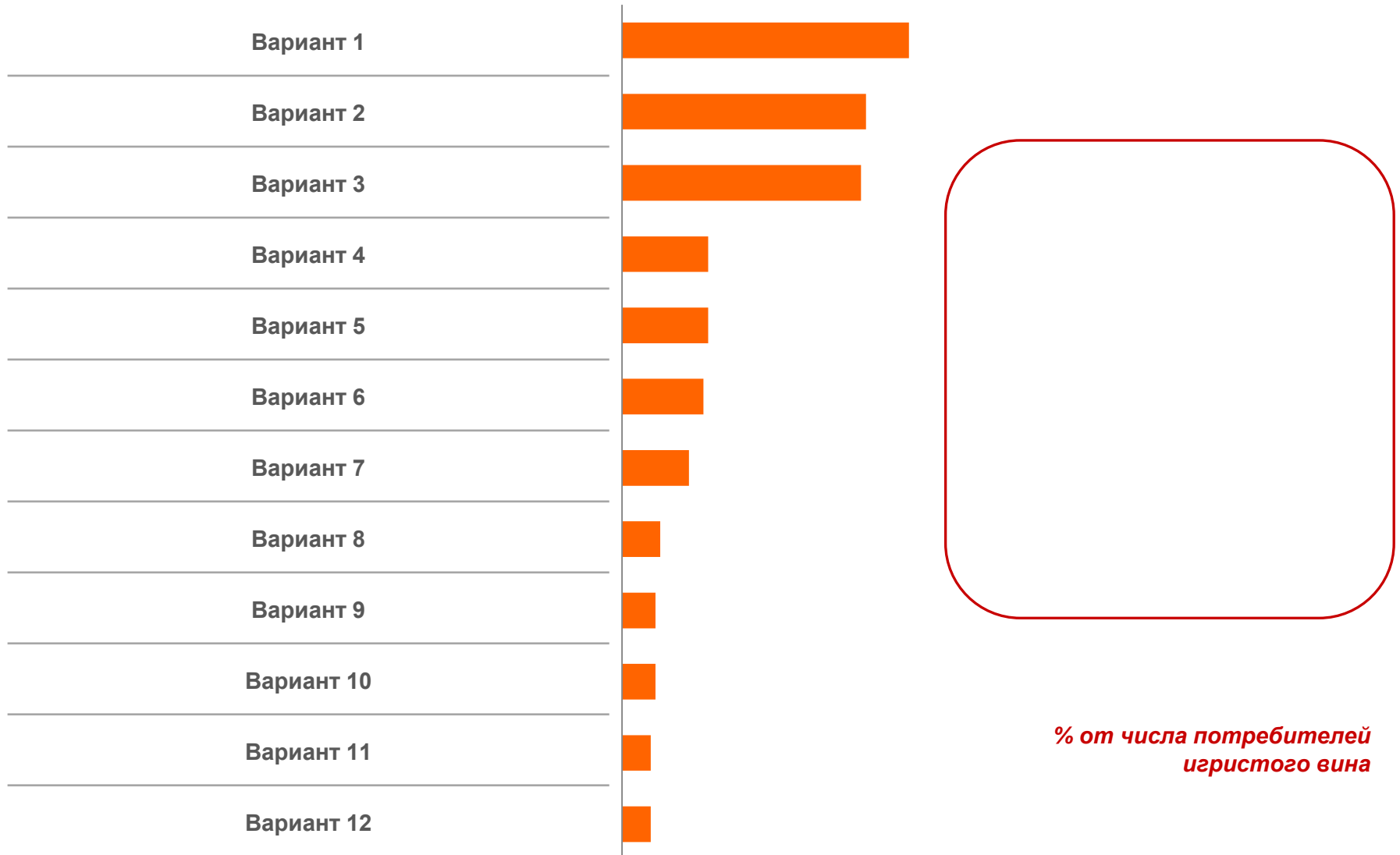
• Выводы



# Ситуации потребления игристого вина

Вопрос: В каких ситуациях Вы обычно пьете игристое вино?

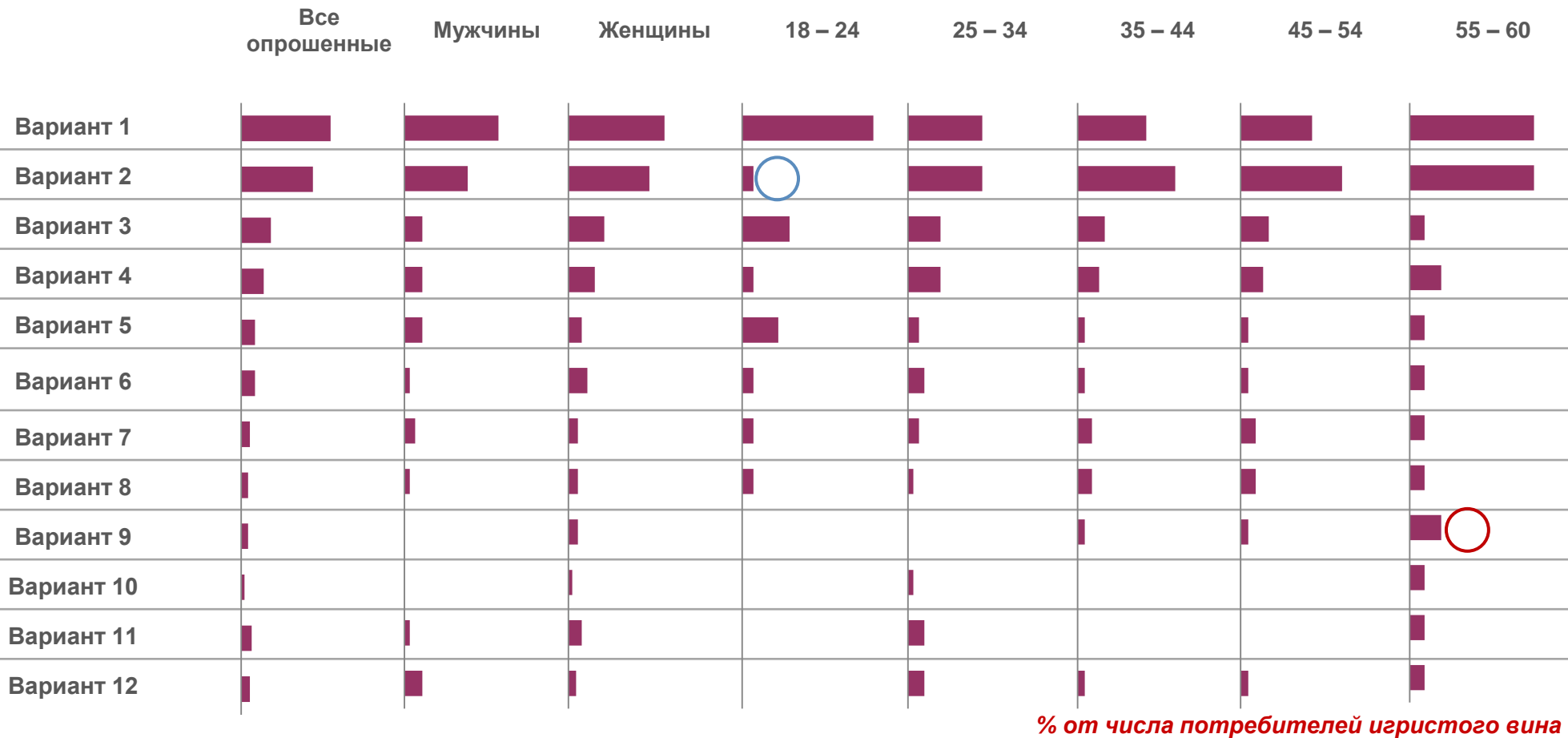
Рис. 24



# Игристое вино – сочетание спродуктами

Вопрос: Как Вы считаете, какие продукты лучше всего сочетаются с шампанскими и другими игристыми винами?  
Чем лично Вы предпочитает дополнять игристое вино?

Рис. 25

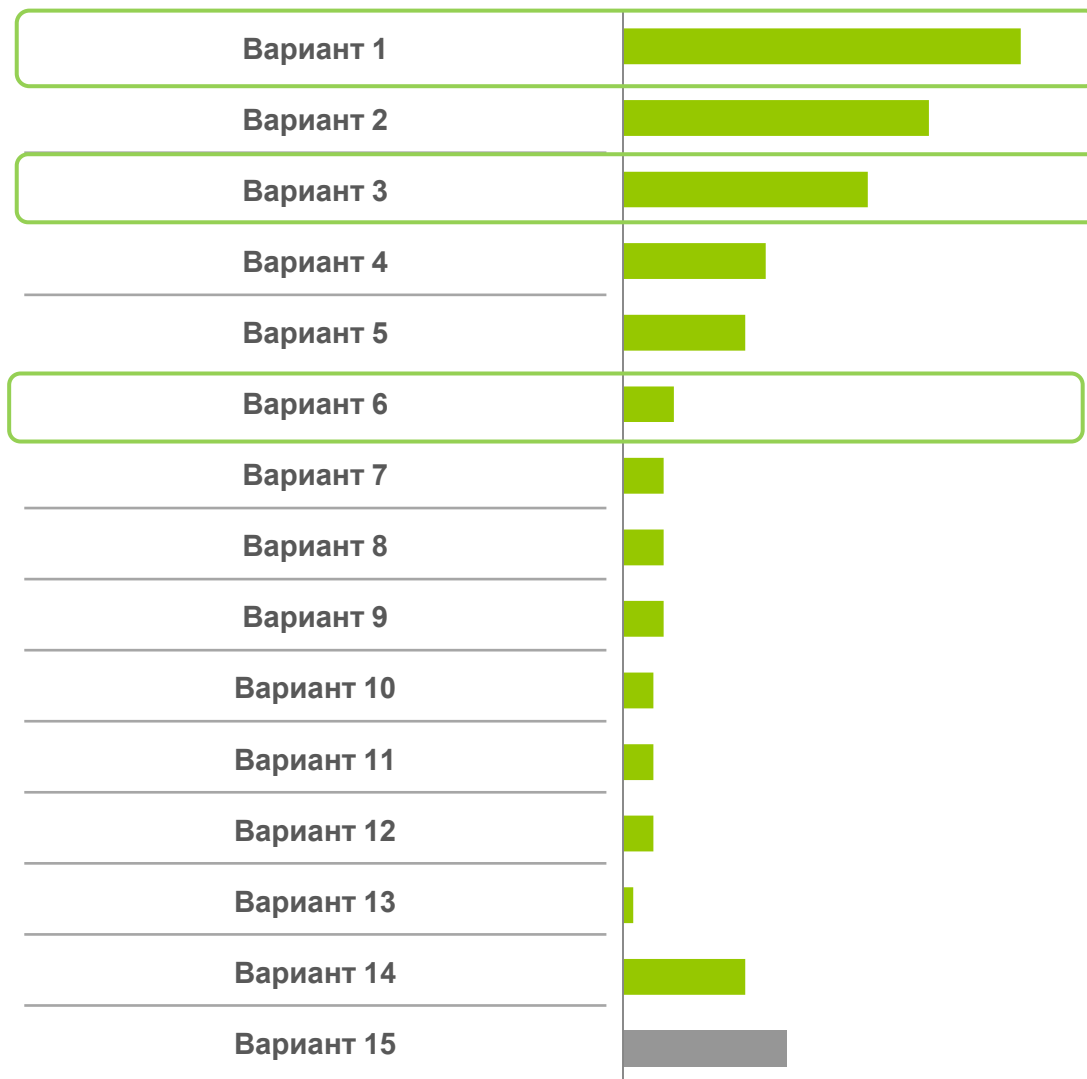


• Выводы

# Предпочтения в выборе игристого вина. Страна-производитель

Вопрос: Игристые вина, произведенные в каких странах, вы предпочитаете?

Рис. 26

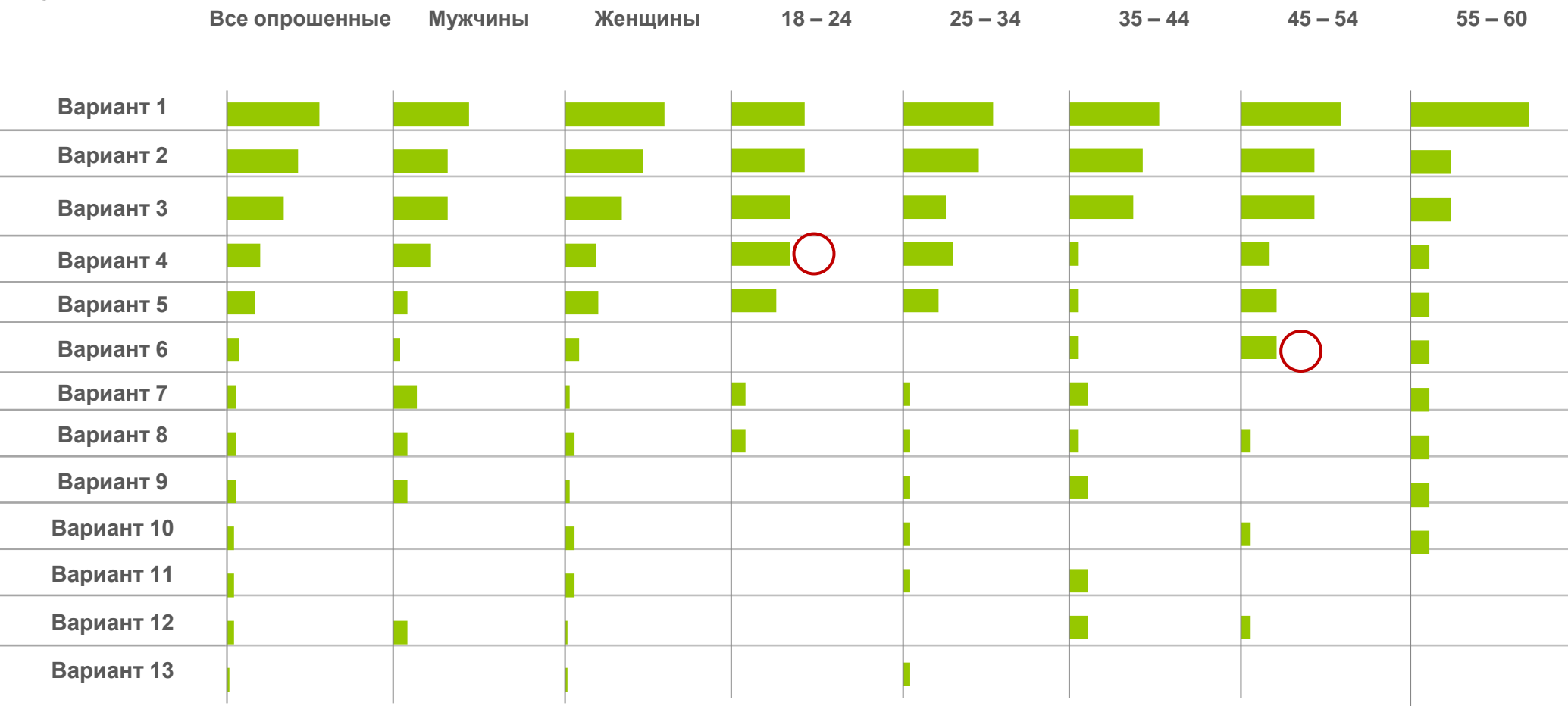


*% от числа потребителей игристого вина*

# Предпочтения в выборе игристого вина. Страна-производитель

Вопрос: Вина, произведенные в каких странах, вы предпочитаете?

Рис. 27



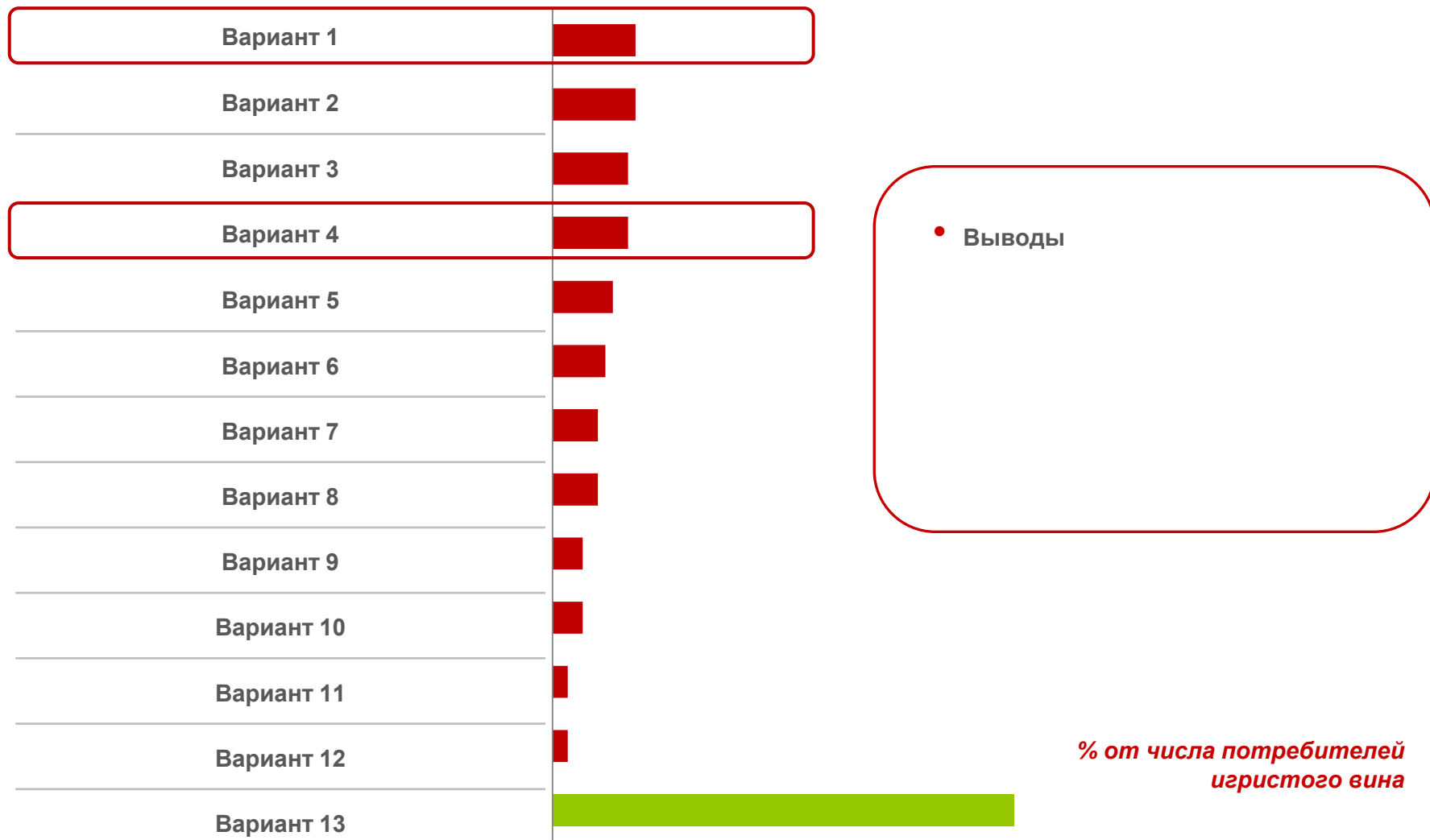
*% от числа потребителей игристого вина*

• Выводы

# Страна-производитель игристого вина: отказ от покупки

Вопрос: Игристые вина, произведенные в каких странах, вы не стали бы пить?

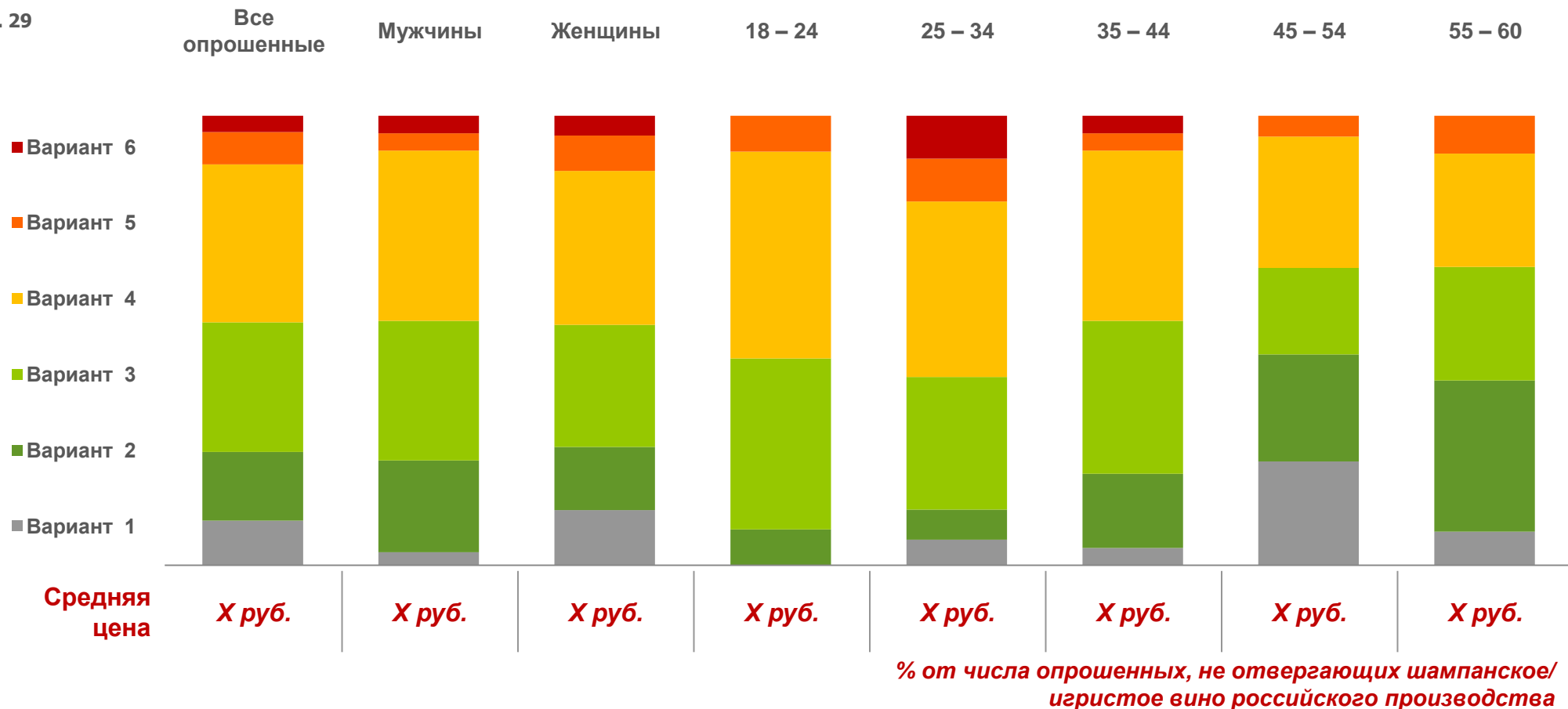
Рис. 28



# Приемлемая стоимость российского вина (шампанское/ игристые вина)

Вопрос: Как Вы считаете, сколько должна стоить 1 бутылка качественного российского вина объемом 0,75 литра?

Рис. 29



• Выводы

The image features two dark gray, curved rectangular shapes on the left side of the slide. The top shape is a vertical rectangle with a curved bottom edge that curves inward towards the center. The bottom shape is a vertical rectangle with a curved top edge that curves inward towards the center. The text is centered between these two shapes.

# **Социально-демографические характеристики**

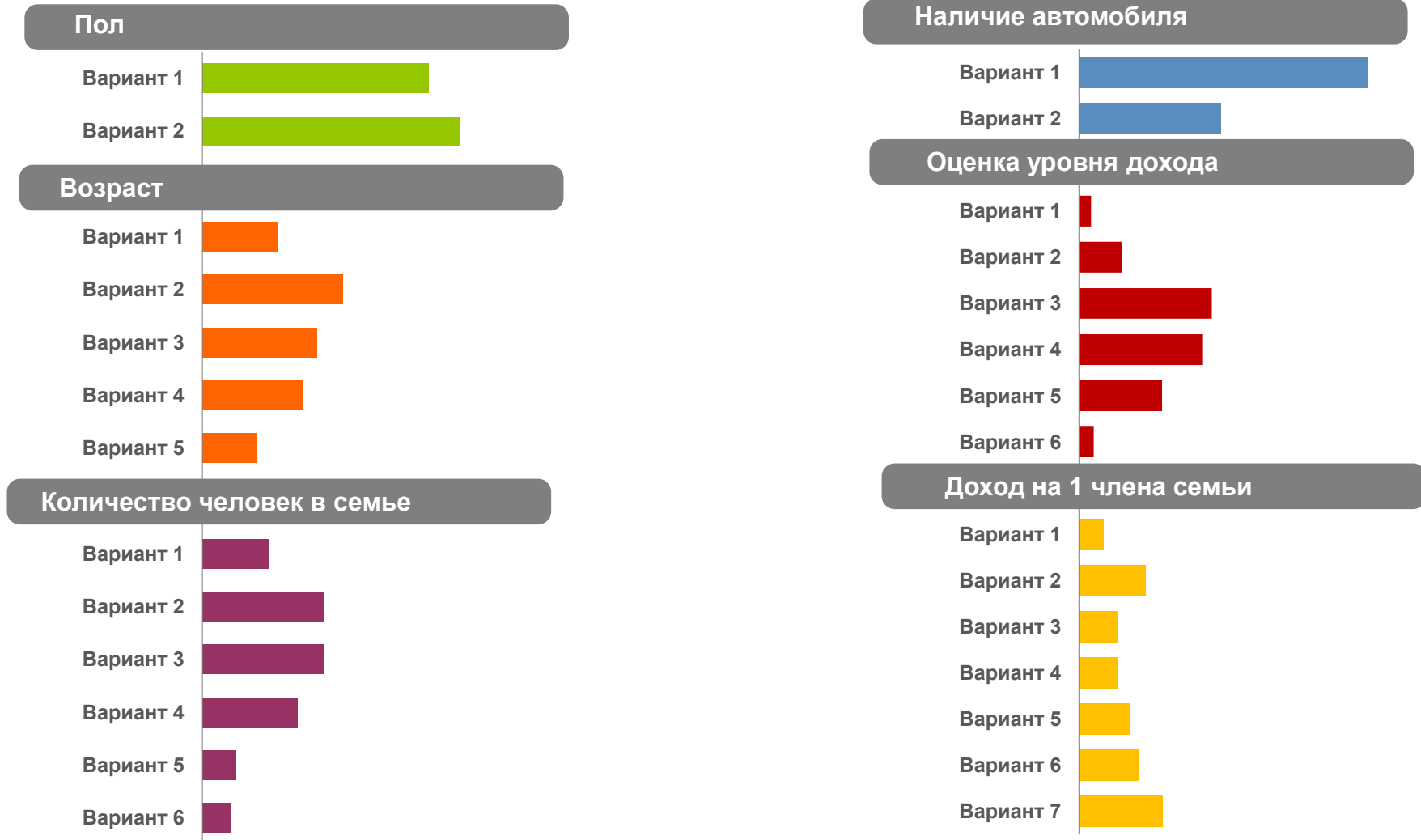
# Социально-демографические характеристики

Все опрошенные жители Санкт-Петербурга, n=X

(X млн. жителей СПб)

Affinity index

Рис. 37



## • Выводы

Affinity - отношение доли в сегменте к доле среди всех опрошенных. Показывает характерность признака для представителей данной группы.

Если Affinity больше 120, признак характерен для группы. Если Affinity меньше 80, признак нехарактерен для группы.

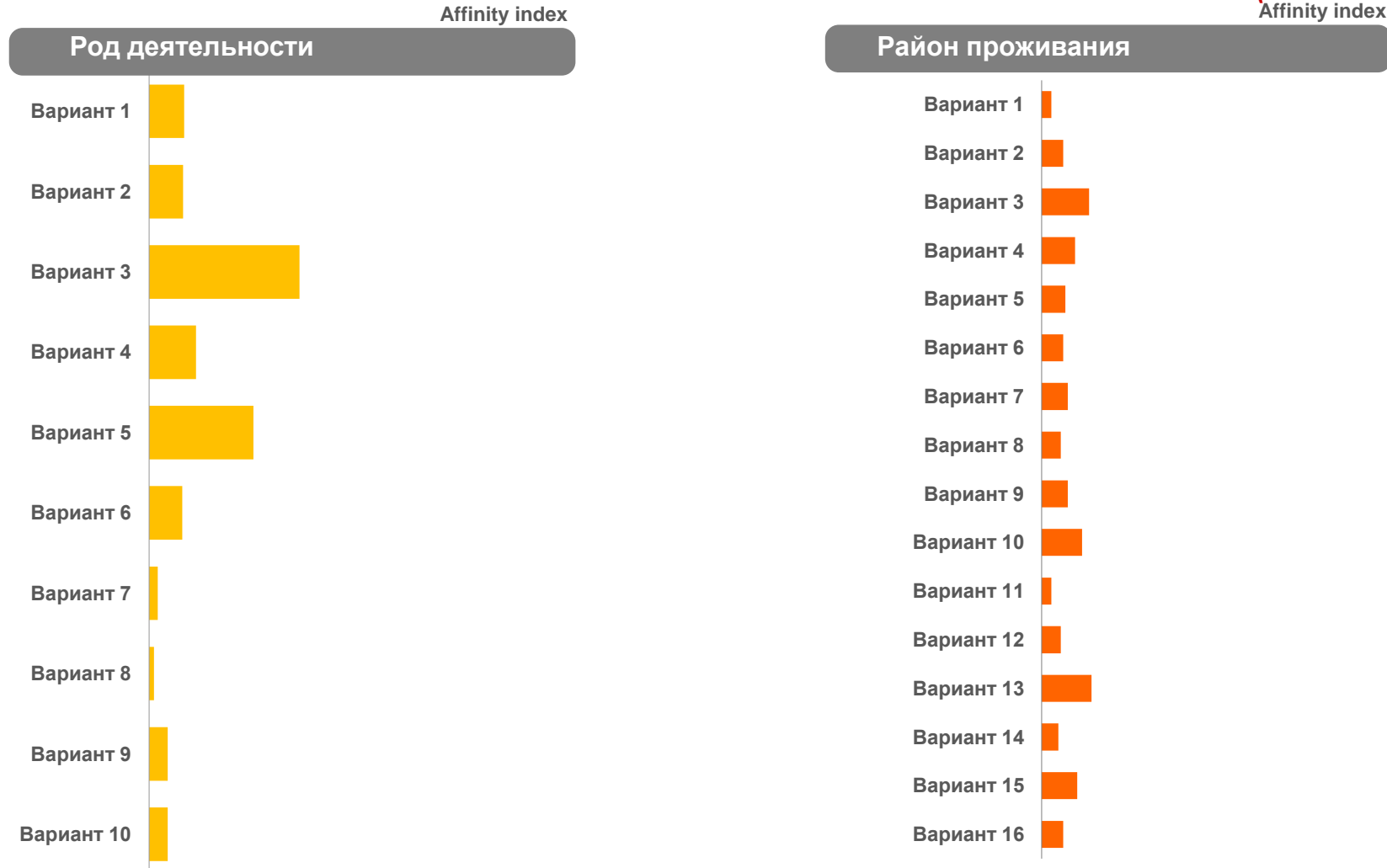


# Социально-демографические характеристики

Все опрошенные жители Санкт-Петербурга, n=X

(X млн. жителей СПб)

Рис. 38



## Выводы

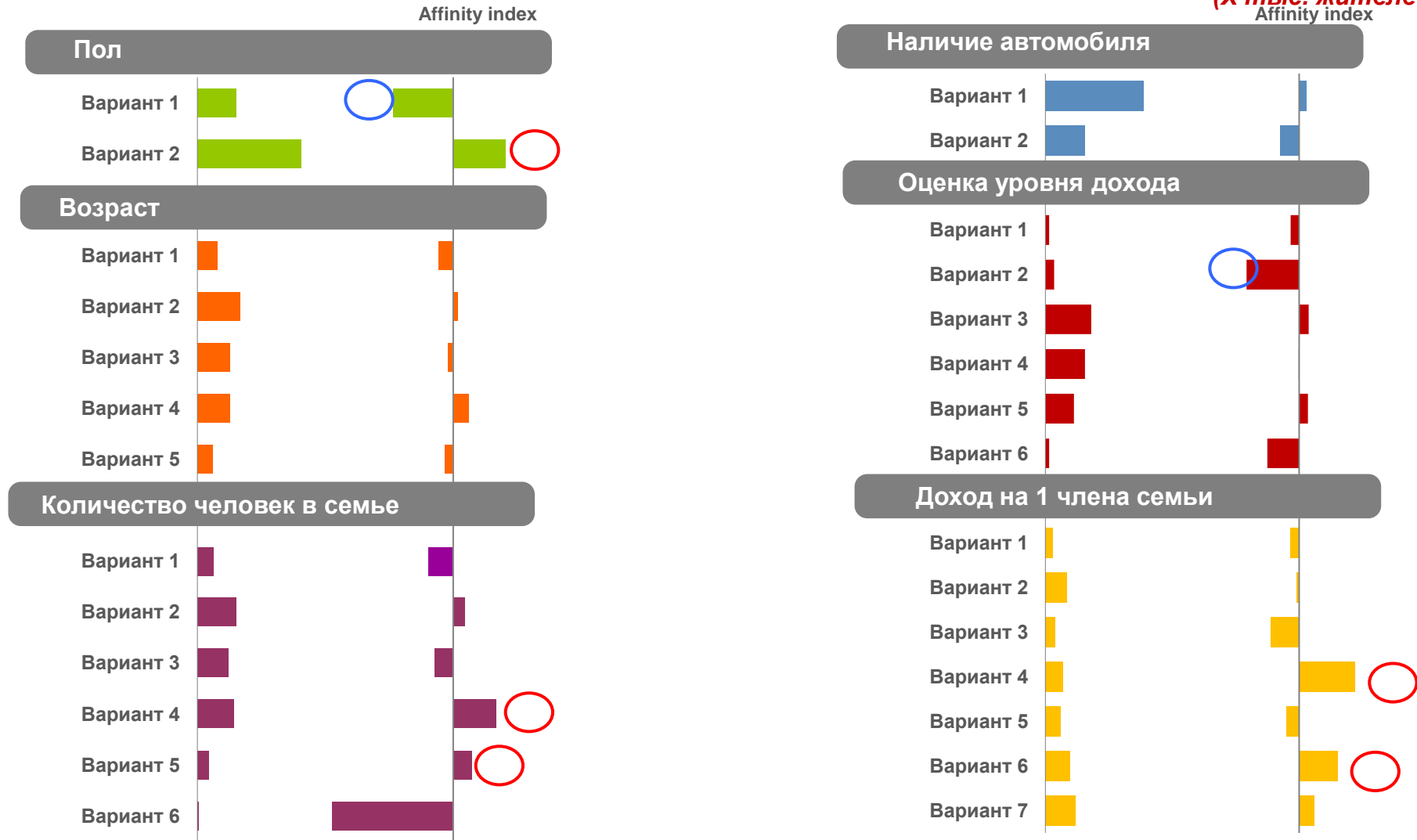
Affinity - отношение доли в сегменте к доле среди всех опрошенных. Показывает характерность признака для представителей данной группы.  
Если Affinity больше 120, признак характерен для группы. Если Affinity меньше 80, признак нехарактерен для группы.

# Социально-демографические характеристики

Потребители игристого вина, n=X

(X тыс. жителей СПб)

Рис. 41



## Выводы

Affinity - отношение доли в сегменте к доле среди всех опрошенных. Показывает характерность признака для представителей данной группы.

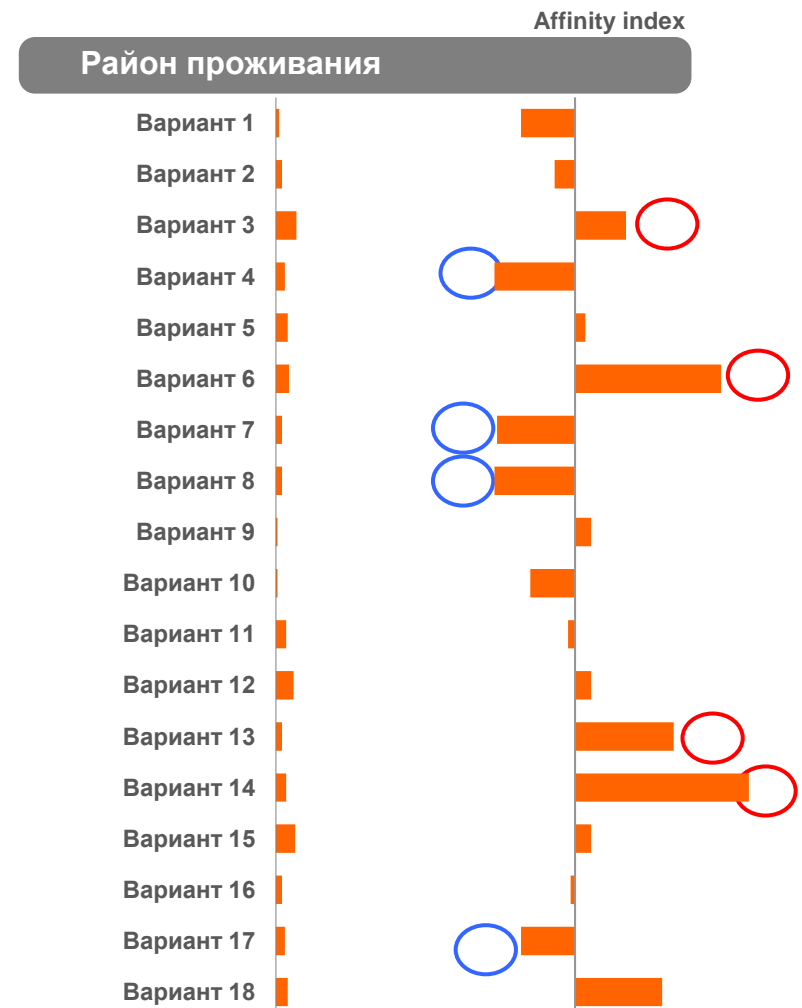
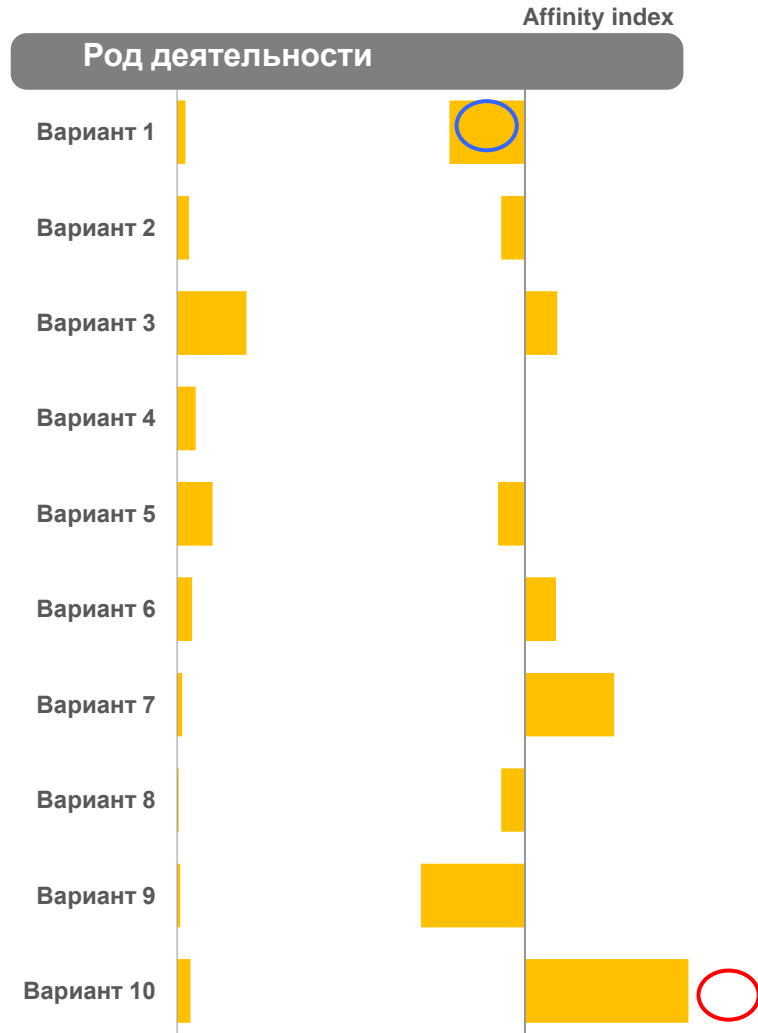
Если Affinity больше 120, признак характерен для группы. Если Affinity меньше 80, признак нехарактерен для группы.

# Социально-демографические характеристики

Потребители игристого вина,  $n=X$

( $X$  тыс. жителей СПб)

Рис. 42



## Выводы

Affinity - отношение доли в сегменте к доле среди всех опрошенных. Показывает характерность признака для представителей данной группы.  
Если Affinity больше 120, признак характерен для группы. Если Affinity меньше 80, признак нехарактерен для группы.



## **Основные выводы**



**С**пасибо!