

ТИПОЛОГІЯ СПОЖИВАЧІВ ІМПОРТНОГО ПИВА

Студ. Денисюк В.І.

Наук. керівник проф. Хоменко О.І.

Київський національний університет технологій та дизайну

Україна щорічно імпортує майже 47 млн. літрів пива, які формують ринок розміром близько \$150 млн. та приносять закордонним постачальникам більше \$48.4 млн. виручки. Також ринок імпортного пива – це близько 150 виробників, які представлені більше ніж 250 брендами. Зростання продажу імпортного пива в 2011-2013 роках було обумовлено як підвищенням лояльності до великих імпортних брендів з широкою дистрибуцією, так і цікавістю до появи безлічі раніше майже невідомих марок, що призвело до швидкого збільшення частки споживання імпортного пива.

Розвиток цього ринку визначається стійкістю економіки країни, купівельною спроможністю населення, курсом гривні та активністю компаній-імпортерів. На початку 2014 року ці чинники стали виражено негативними через початок політичної та економічної кризи, яка спричинила скорочення доходів населення, перехід багатьох людей на режим економії, різку девальвацію гривні. Протистояти падінню ринку імпортного пива буде той факт, що багато імпортних брендів вже отримали лояльних споживачів, а значна кількість любителів пива проявляє інтерес до новинок. Помітну роль грає і розвиток пивних закладів HoReCa.

Узагальнений портрет споживача імпортного пива — це добре освічена людина 30-35 років, що полюбляє спілкування і веде активний спосіб життя, з доходом вище середнього. Як правило, не надає перевагу лише одній марці. Основні групи споживачів імпортного пива:

Для **Цінителів** (28% популяції) головним є смак пива. Споживають (переважно чеське) — 1,5-4 літрів на місяць, не тільки спілкуючись з друзями (50%), а й просто до доброї трапези (19%). Ведуть активний спосіб життя, але одночасно люблять читати, кіно, театр, частіше за інших користуються Інтернетом.

Домосідам (23%) важливо, аби пиво було легким, доступним за ціною (доход мають трохи нижчий, ніж у інших груп), доступним всюди і при цьому модним і престижним. П'ють не більше 1,5 літрів на місяць, частіше відзначаючи якусь подію. Рідше за інших ходять в клуби та ресторани, проводячи час в Інтернеті.

Дивним фактом є те, що в цих двох великих групах більше половини (52%) — жінки.

Дві переважно чоловічі (близько 70%) групи — Економні цінителі і Любителі:

Серед **Економних цінителів** кожний третій віком 18-24 років з незакінченою вищою освітою. Близько половини вважає кращим чеське пиво. Споживають понад 4 літри на місяць. Велике значення надають ціні напою.

Любителі відрізняються значним споживанням (47% від загального), різноманітністю марок і смаків. Серед безлічі споживаних ними видів пива — чеське, німецьке та просто імпортне. Рідше називають домашні справи як спосіб дозвілля, менше дивляться телевізор, більше спілкуються з друзями. 5% з них (найбільше серед усіх груп) супроводжують пивом перебування в Інтернеті і комп'ютерні ігри.

Грунтовні віддають перевагу «чоловічому» німецькому пиву, 40% з них п'ють менше 1,5 л пива на місяць. Дозвілля заповнюють спілкуванням з друзями, прогулянками, а також відвідинами кінотеатрів. Більше, ніж представником інших груп, дбають про себе. Частіше (9%), ніж в середньому по категорії споживачів імпортного пива (4%), п'ють пиво під час занять домашніми справами.

Тусовщики — молодь, яка воліє легке, модне пиво. З них 43% проводять максимум свого часу в спілкуванні з друзями, споживають 1,5-4 літрів на місяць.