

Потребление чипсов среди российской молодежи

Пресс-релиз

Компания [Profi Online Research](http://profi-research.ru) опубликовала результаты исследования, проведенного в III квартале 2009 года, на тему потребления продуктов, относящихся к категории импульсного спроса. Опрос проводился среди жителей российских городов-миллионников и охватил 1400 молодых людей в возрасте от 14 до 24 лет, которые в течение последних 2-3 месяцев ели чипсы. Основное внимание уделялось оценке уровня знания марок, предпочтениям аудитории и влиянию цены на выбор того или иного бренда. Выяснилось, что порядка 78% респондентов за последние 2-3 месяца употребляли чипсы.

Видимо, чипсы пользуются высокой популярностью среди российской молодежи. Порядка половины всех участников исследования едят чипсы не реже одного раза в неделю, а каждый десятый опрошенный указал, что употребляет этот продукт еще чаще: как минимум, раз в день (см. рис. №1).

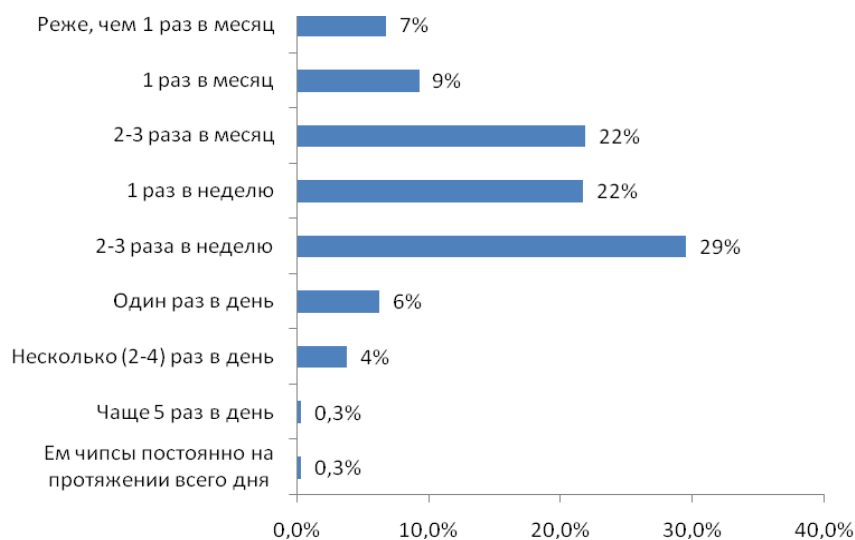


Рис. №1: Как часто Вы лично ели чипсы за последний месяц (в среднем)?

В ходе исследования также выяснилось, что подавляющее большинство российской молодежи (порядка 87%) уже определилось со своими предпочтениями в выборе тех или иных марок чипсов. В то время как лишь единицы не интересуются тем, какой продукт покупают. Новаторов, готовых экспериментировать и покупать ради интереса новые марки, в этой группе потребителей оказалось 9% (см. рис. №2).



Рис. №2: Выберите одно высказывание, которое в наибольшей степени описывает Ваше отношение к выбору марки чипсов.

Какими качествами должен обладать исследуемый продукт, чтобы заслужить доверие молодежи и заставить ее покупать определенную марку? Исследование показало, что большинство потребителей ориентируются на вкусовые качества чипсов и их цену. Меньше всего респондентов волнует, то, насколько продукт может быть вреден для здоровья, полезен для их имиджа или настроения (см. рис. №3).



Рис. №3: На что Вы обращаете внимание при выборе марки чипсов?

Исследование выявило высокую степень осведомленности респондентов о марках продукта, существующих на отечественном рынке. Так, более половины участников исследования сумели вспомнить не менее 10 известных им брендов (вопрос на вспоминание с подсказкой). В Топ-5 самых узнаваемых вошли «Лэйс», «Лэйс Макс», «Эстрелла», «Принглс» и «Читос», - они известны практически каждому. Стоит отметить, что в десятку наиболее известных марок чипсов вошли и продукты отечественных компаний, такие как «Русская картошка» и «Московский картофель» (см. рис. №4).

Отметим, что абсолютное лидерство «Лэйс» среди российских покупателей, по всей видимости, обусловлено грамотной маркетинговой стратегией, наличием большого разнообразия вкусов и

отлаженной дистрибуцией: как можно заметить, практически в каждой торговой точке присутствуют чипсы этой марки, но далеко не везде рядом стоит та же «Эстрелла». Сравнивая двух этих лидеров, следует обратить внимание, что рекламы чипсов «Эстрелла» на российском телевидении не так много, как «Лэйс». Но уровни знания этих марок практически одинаковы (96% против 93%), а вот ситуация со степенью потребления отличается в сторону «Лэйс».

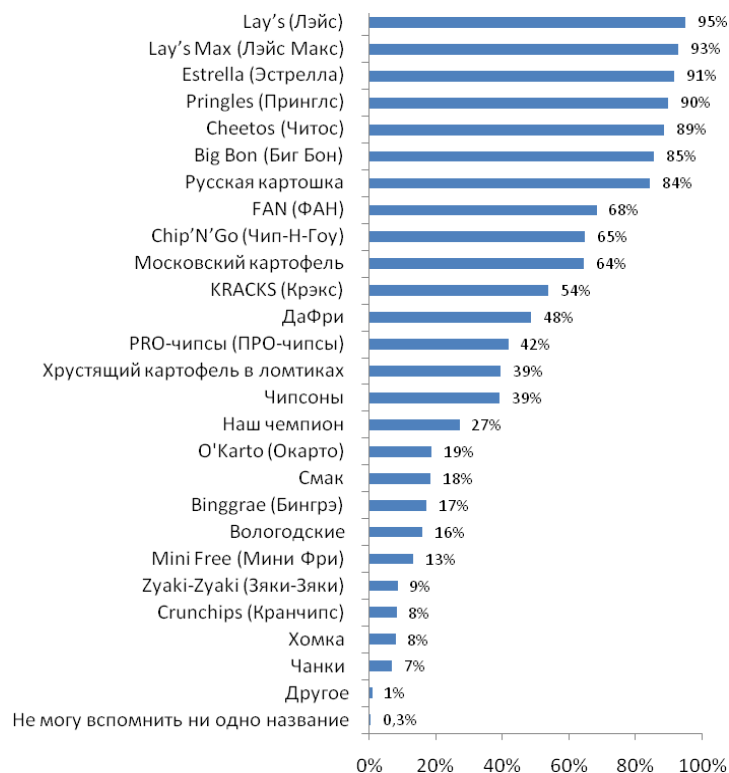


Рис. №4: Какие марки чипсов Вы знаете (в том числе понаслышке)?

В отношении уровня потребления тех или иных марок чипсов, пятерка лидеров остается здесь неизменной, однако уровни знания и потребления некоторых из марок различаются. Так, к примеру, «Читос» знают 89% опрошенных, в то время как покупают эту марку значительно меньшее число людей – порядка 1/3 респондентов.

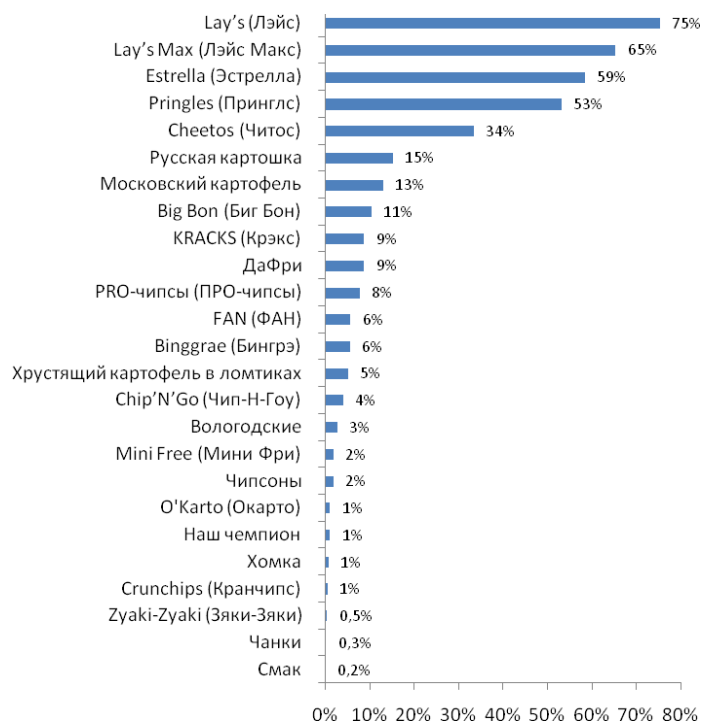


Рис. №5: Какие марки чипсов Вы предпочитаете больше всего?

Информация о компании:

Компания [Profiresearch](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 93 000 респондентов.

По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к Валерии Ериной – тел. (495) 930 06 93, valeria@profiresearch.ru