

Gatunkowe i czyste

Jan Garlicki, Centrum Badań Marketingowych Indicator, jgarlicki@indicator.pl

INDICATOR
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

Wódki są zdecydowanie i niezmiennie najlepiej rozpoznawalnymi trunkami wśród polskiego społeczeństwa. Najwięcej osób spośród biorących udział w badaniach CBM Indicator kojarzy marki właśnie tej grupy alkoholi. Najbardziej znane marki wódek czystych i białych gatunkowych w ostatnich testach znajomości spontanicznej to Bols, Finlandia i Sobieski w parze z Absolutem.

Według wyników najnowszego sondażu przeprowadzanego cyklicznie przez CBM Indicator, spożycie wódek czystych w 2015 roku spadło w porównaniu z pomiarami z minionych kilku lat, aczkolwiek nie jest to spadek drastyczny. Analiza porównawcza wyników naszych badań sięgająca 2011 roku wskazuje, iż w minionym roku co drugi respondent badania deklaruje, że spożywał wódkę czystą w ostatnich miesiącach. Nieco więcej, bo ponad 54 procent ankietowanych deklaruowało spożycie tego typu alkoholi w latach 2013 i 2014. Rekordowy pod tym względem był natomiast rok 2012. Szczegółowe dane prezentujemy w wykresie 1.

Warto dodać, że wódki czyste białe i gatunkowe są niezmiennie jednym z najchętniej spożywanych trunków alkoholowych. Na pierwszym miejscu w kategorii deklarowanego przez Polaków spożycia napojów wysokich nadal króluje piwo.

W teście znajomości spontanicznej, który jest wyznacznikiem zakorzenienia danej marki w świadomości konsumentów, wygrywa, jak już wspomnieliśmy, marka Bols. Warto zaznaczyć, że według badań CBM Indicator marka Bols dominuje w tej kategorii nieprzerwanie od kilku lat. Zaledwie o 1,5 punktu procentowego mniej głosów zdobyła plasująca się na drugim miejscu w tej kategorii wódka Finlandia. Natomiast na trzecim miejscu ex aequo znalazły się marki wódki Sobieski i Absolut – wymieniał je co czwarty spośród ankietowanych. Dopiero zaś na piątej pozycji, z minimalną stratą, znalazła się najpopularniejsza przed laty

marka Wyborowa. W teście znajomości wspomaganej dwa najpopularniejsze alkohole z tej grupy zamieniły się między sobą miejscami. Zwyciężyła Finlandia, zdobywając niemal 70% wskazań w tej kategorii. Marka Bols w teście znajomości wspomaganej może pochwalić się niewiele gorszym – o niecałe 2 punkty procentowe niższym – rezultatem. Warto zaznaczyć, że uzyskane w ostatnim sondażu wyniki wpisują się trend wyznaczony przez poprzednie edycje badania CBM Indicator. Pozostałe trzy marki z Top 5 w teście znajomości wspomaganej uzyskały wynik w granicach 50% wskazań. Szczegółowe dane na temat znajomości spontanicznej i wspomaganej najpopularniejszych marek wódek czystych gatunkowych znajdziemy w wykresie 2.

Wódkę czystą niezmiennie od wielu lat najchętniej spożywamy przy okazji spotkań rodzinnych. Ponad 55% respondentów wymienilo na pierwszym miejscu właśnie tę okazję. Natomiast blisko 45% osób deklarujących spożywanie wódek czystych gatunkowych przyznaje, że sięga po swój ulubiony trunek najczęściej przy okazji obchodów rocznicowych. Czysta wódka cieszy się także sporą popularnością na różnego rodzaju spotkaniach towarzyskich i imprezach lub po prostu jako środek łagodzący stres. Dokładne dane na ten temat prezentujemy w wykresie 3.

Respondenci spożywający alkohole z grupy wódek czystych, białych gatunkowych zadeklarowali, że najczęściej sięgają po marki Bols lub Finlandia, które cieszą się niemal identycznym uznaniem oscylującym w granicach 20%. Prowadzący duet jest taki sam jak w badaniu zakorzenienia marek, sprawdzanego przy pomocy testu znajomości spontanicznej, którego wyniki zaprezentowane są na wykresie 1. Na trzecim miejscu znalazła się marka Żółdkowa Gorzka Czysta de Luxe. Natomiast największym wzrostem uznania sięgającym powyżej 6% może pochwalić się Finlandia, która w ubiegło-

rocznym badaniu CBM Indicator została wskazana przez 13,2% badanych. Marka Bols zaś to niekwestionowany lider także w kategorii spożycia, wymieniany na pierwszym miejscu od wielu lat. Dokładny rozkład odpowiedzi prezentujemy w wykresie 4.

Ulubionym miejscem zakupu wódki czystej pozostają supermarkety, do których tak bardzo przywykli Polacy. Rosnącą popularnością mogą pochwalić się sklepy dyskontowe, które przyciągają coraz więcej amatorów tego mocnego alkoholu. Kosztem wyżej wymienionych rodzajów sklepów na popularności straciły wyspecjalizowane sklepy monopolowe, które w poprzednim badaniu były wymieniane na drugiej pozycji, obecnie preferowane przez 22,3% respondentów. Top 5 zamykają wielobranżowe sklepy wielkopowierzchniowe potocznie nazywane hipermarketami.

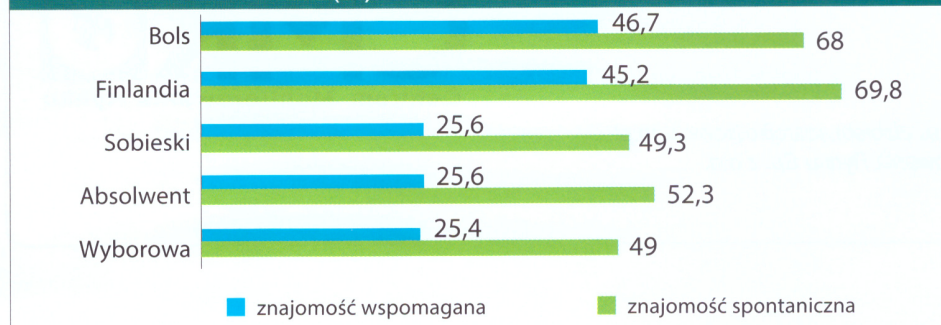


Kolejna XXXIII tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych Indicator w I połowie grudnia 2015 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 900 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CAPI).

Wykres 1. Deklarowane spożycie wódek czystych i białych gatunkowych w 2015 roku (%).



Wykres 2. Znajomość spontaniczna i wspomagana marek wódek w 2015 roku (%).



Wykres 3. Okazje spożycia wódek w 2015 roku (%).



Wykres 4. Preferowane marki wódek (%).



Wykres 5. Miejsca zakupu wódki czystej (%).

