

# Piwa, nalejcie piwa

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

INDICATOR  
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

**Piwo jest obok wódki czystej najczęściej spożywanym przez Polaków trunkiem alkoholowym. Piwa z dużych browarów cieszą się największą popularnością wśród konsumentów tego rodzaju napojów.**

Piwa tworzą segment rynku alkoholowego o wysokiej znajomości zarówno wśród osób pijących, jak też kupujących alkohol. Poziom zakorzenienia marek w świadomości badanych jest jednym ze wskaźników opisujących dany rynek. Uczestnicy badania zostali więc poproszeni o wskazanie, które marki piwa spośród z wymienionych im przez ankietę znają. Jak pokazuje nam kolejna tura badania przeprowadzonego przez Centrum Badań Marketingowych Indicator, najczęściej i najchętniej spożywane przez sympatyków marki piwa pochodzą przede wszystkim z największych polskich browarów, stanowiących czołówkę pod względem wielkości. I tak okazuje się, że 21,9% spośród osób spożywających złoty trunek przyznaje, że najczęściej wybiera markę Tyskie – piwo będące czołowym produktem Kompanii Piwowarskiej. Natomiast marki piwa należące do Grupy Żywiec zajmują kolejne miejsca wśród najchętniej spożywanych piw. Jak wynika z najnowszych sondaży, piwo Żywiec najchętniej spożywa 16,9% konsumentów, natomiast Warę 15,4%. Piwo Żubr (14,8%) wybierane jest przez co siódmego konesera chmielowego napoju, a Lecha (13,3%) pija co ósmy sympatyk piwa. Szczegółowe dane na temat preferowanych przez polskich konsumentów marek piwa przedstawia wykres 1.

Amatorzy piwa mają wśród złocistych trunków z pianką swoich faworytów, których chętnie polecają swoim znajomym czy przyjaciółom. I tutaj podobnie jak w przypadku deklarowanego spożycia są to przede wszystkim marki Tyskie i Żywiec. Właśnie te produkty poleca co czwarty konsument piwa (odpowiednio 23,2% i 18,9%). Na kolejnych miejscach wśród najczęściej polecanych marek znajdują się także Lech, Warka oraz Żubr (13,8%). Szczegółowe zestawienie pięciu najczęściej polecanych marek piwa zawiera wykres 2.

Zgodnie z deklaracjami konsumentów, zdecydowanie najchętniej spożywane jest w Polsce piwo jasne – tak powiedziało aż 82,1% smakoszy piwa. Inne rodzaje piwa cieszą się dużo mniejszym zainteresowaniem. Zaledwie co ósmy konsument wybiera piwo smakowe (11,8%). Najczęściej są to orzeźwiające warianty smakowe: cytrynowy, malinowy czy jabłkowy. Na zdecydowanym prowadzeniu kategorii piw smakowych znajduje się wariant cytrynowy, którego duża popularność wynika najprawdopodobniej z faktu rozpowszechnienia się ostatnimi czasy niskoalkoholowych napojów piwnych – radlerów oraz shandy, czyli mieszanek piwa i lemoniady, zazwyczaj właśnie o smaku cytrynowym. Co dziesiąty sympatyk chmielowego napoju wybiera jego ciemny wariant (10,8%), a 8,8% Polaków gustuje w piwie mocnym.

Piwo jest trunkiem, który najczęściej pijemy we własnym domu lub w czterech kątach należących do rodziny czy przyjaciół. Jest to jeden z nielicznych rodzajów alkoholu, którego ponad połowa respondentów (55,4%) spożywa w celu odstressowania się, relaksu czy poprawy humoru. 34,3% osób pija piwo podczas różnego rodzaju imprez. Zwłaszcza teraz w sezonie wiosenno-letnim, gdy często odbywają się różne imprezy na wolnym powietrzu, np. grillowanie. Rzadko kto oprze się chmielowym bąbelkom w towarzystwie dobrze wypieczonej karkówki czy soczystej kiełbaski.

Również podczas uroczystości rodzinnych co czwarty Polak przyznaje, że chętnie pije piwo (21,7%), chociaż, jak pokazuje badanie, na tego typu imprezach pierwsze skrzypce nadal gra wódka czysta. Dane dotyczące okazji podczas których najczęściej spożywamy piwo ilustruje wykres 4.

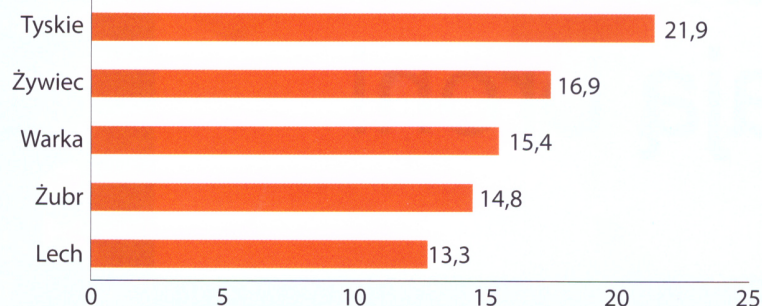
Wśród osób spożywających piwa przeważają konsumenci typu rotators, czyli osoby niebędące przywiązane do konkretnej marki, które wybierają zazwyczaj pomiędzy 2-3 markami o zbliżonej jakości (49,1%). Jednocześnie co trzeci konsument jest lojalny wobec jednej ulubionej marki (33,1%). Szczegółowe dane zawiera wykres nr 5.



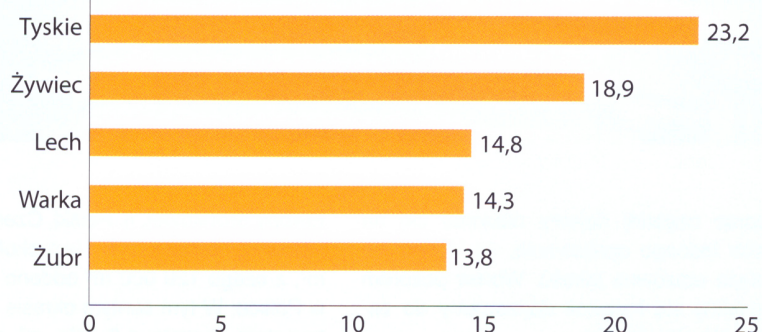
Kolejna XXXI tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych Indicator w I połowie grudnia 2013 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 1000 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów kwestionariuszowych.



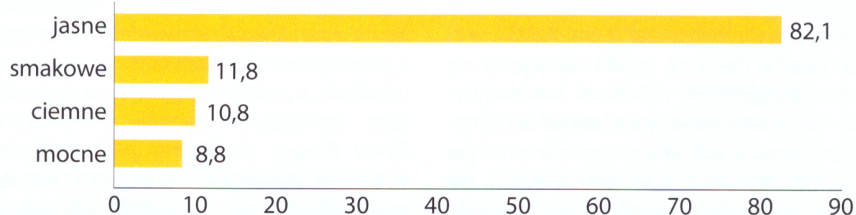
Wykres 1. Preferowane marki piwa (%).



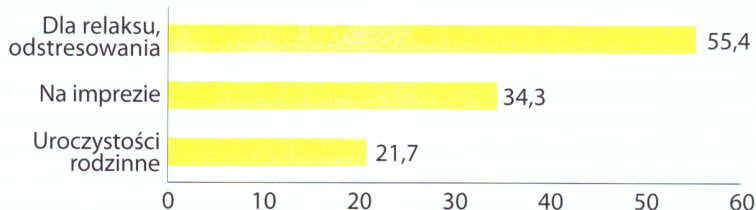
Wykres 2. Najczęściej polecane marki piwa (%).



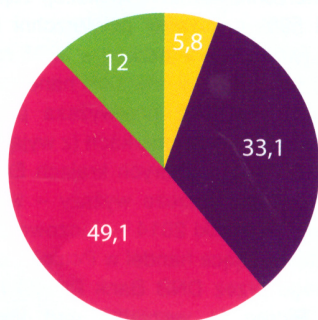
Wykres 3. Najczęściej wybierane rodzaje piwa (%).



Wykres 4. Okazje, podczas których spożywa się piwo (%).



Wykres 5. Typy konsumentów wyodrębnione na podstawie schematów zachowań zakupowych konsumentów.



■ Long loyals: „kupuję zawsze tę samą markę bez względu na cenę”

■ Rotators: „kupuję różne towary, ale o podobnej jakości (klasy) – preferuję dwie, trzy marki o zbliżonej jakości”

■ Deal sensitives: „kupuję markę, która aktualnie jest sprzedawana na najbardziej korzystnych warunkach (sezonowa obniżka cen, promocja, konkurs, rabaty przy zakupie większej ilości)”

■ Price sensitives: „zazwyczaj poszukuję towarów najtańszych”

