

УДК 339.138: 338.37:663.21

Е.В.Путинцева (4 курс, каф. СиП)

АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДОГО И СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ ВИНА

Сегодня большинство людей отдают предпочтение алкогольной продукции. Рынок алкогольной продукции сегодня представлен такими напитками, как водка, коньяк, пиво, настойки и т.д. Одна из лидирующих позиций на рынке алкогольной продукции принадлежит вину. Вино предпочитают покупать и молодые люди, и старшее поколение. Причем молодые люди не так относятся к выбору вина, как более зрелые.

Чем же различаются мотивы и предпочтения людей молодого и старшего поколения при выборе вина?

Работа направлена на то, чтобы выявить причины, по которым молодежь и люди старшего поколения употребляют вино, чем они руководствуются при покупке, отличия вкусов и предпочтений молодого поколения от мотивов и предпочтений более зрелого поколения при выборе вина. С этой целью было проведено маркетинговое исследование. В качестве метода исследования было выбрано анкетирование. Было опрошено 50 человек (25 человек – люди в возрасте от 25-25 лет и люди в возрасте, начиная от 28 лет).

В первую очередь, респондентов попросили назвать как минимум 3 ассоциации со словом “вино”. Одинаковое количество человек молодого и старшего поколения назвали такие слова, как “вечер” (14%), “виноград” (10%) и “праздник” (10%). У молодежи вино вызывает ассоциации, связанные с “романтикой” (30%). Они называли такие слова, как “камин”, “свечи”, “природа”. У большинства людей более зрелого поколения (30%) с вином ассоциируются те вещи, которые для них являются важными, которым они стремятся уделять особое внимание. Это, например такие ассоциации, как “семейный ужин”, “отдых”, “радость”.

Затем опрошенным людям предложили ответить на вопрос “Какую алкогольную продукцию (вино, водка, коньяк, пиво, другие напитки) вы предпочитаете в следующих случаях?”. Возможно несколько вариантов ответа. Результаты получились следующие:

1) Регулярно молодое поколение предпочитает пиво (50%), а те, кто постарше, отдают предпочтение более крепким напиткам, например, водке (44%). Вино предпочитают лишь 16% людей старшего поколения. **2)** Как показали результаты, у многих людей вино ассоциируется с праздниками. Поэтому большинство молодых людей (44%), так же, как и большинство людей старшего поколения (50%), предпочитают покупать вино по праздникам. Водку предпочитают употреблять 17 человек (34%) молодого поколения и 18 человек (36%) тех, кто постарше. Таким образом, почти все опрошиваемые (94%) покупают вино. **3)** Рассматривая предпочтения молодого и старшего поколения в барах и ресторанах, наблюдается следующая тенденция: двадцать один респондент молодого поколения (42%) предпочитает покупать вино. В отличие от молодежи больше половины людей более зрелого поколения (30%) отдает предпочтение такому напитку, как водка, а также 18% употребляют коньяк. Лишь 8 человек старшего поколения (16%) предпочитают вино, что почти в 3 раза меньше, чем у молодежи. Следовательно, молодое поколение больше предпочитает покупать вино в барах и ресторанах, чем старшее поколение. **4)** При встрече с друзьями большинство респондентов молодого поколения (42%) покупает пиво, тогда, как такой же процент тех, кто постарше, употребляет водку. Семь человек (14%) старшего поколения предпочитают покупать коньяк. Примечательно, что лишь 4% из всех опрошенных людей отдает предпочтение вину. Значит, при встрече с друзьями мало кто из опрошенных людей

покупает вино. Молодежь покупает менее крепкие алкогольные напитки (пиво), а более зрелое поколение – крепкие алкогольные напитки (водка, коньяк). 5) 46% опрошенных молодых людей и 44% опрошенных людей старшего поколения предпочитают употреблять вино при встрече с родственниками. Большинство молодежи (28%) и большинство людей старшего поколения (36%) покупают коньяк. Водку употребляют 10% молодых людей и 14% тех, кто постарше. Таким образом, большинство респондентов (90%) покупает вино при встрече с родственниками. 6) на романтическом ужине все опрашиваемые пьют вино. 7) Вино остается одним из самых распространенных подарков, как для молодых людей, так и для более зрелого поколения. Двадцать два человека молодого поколения (44%) и двадцать пять человек старшего поколения (50%) покупают вино в подарок. В качестве подарка выступает также коньяк. Коньяк покупают 30% молодежи и 32% старшего поколения. Ликер и водку покупают реже.

Таким образом, большинство людей молодого и более зрелого поколения предпочитает покупать вино по праздникам, при встрече с родственниками, на романтическом ужине, в подарок. В барах и ресторанах молодежь употребляет вино, а те, кто постарше – крепкие алкогольные напитки.

Респондентов попросили расположить в порядке убывания важность таких характеристик, как качество вина, цена, сорт винограда, дизайн тары, объем, содержание спирта. Результаты показали, что 34% молодых людей и все опрашиваемые старшего возраста на первое место поставили **качество** вина. На втором месте у молодых людей (18%) находится **цена**, а у большинства людей зрелого поколения (20%) – **сорт винограда**. Следующее место по важности у 20% молодежи занимает **объем**, а у 26% тех, кто постарше – **содержание спирта**. На четвертом месте у большинства людей молодого поколения (20%) располагается **сорт винограда**, а у большинства людей старшего поколения (16%) – **цена**. Пятое место у 34% молодых людей занимает **содержание спирта**, а у 18% более зрелого поколения – **объем**. Последнее место у 38% молодого поколения, и у 24% старшего поколения занимает **дизайн тары** вина. Таким образом, и у молодого, и у старшего поколения на первом месте находится качество вина, а на последнем – дизайн. Остальные места у них различаются.

При ответе на вопрос “Где вы покупаете вино?” 26% молодежи, также как и 30% более зрелого поколения, выбрало вариант «В больших продовольственных магазинах». В специализированных магазинах покупает вино лишь 8% молодых людей, что в 2 раза меньше, чем у старшего поколения. Четырнадцать процентов молодых людей все равно, где покупать, тогда как у тех, кто старше, только 2% выбрало этот вариант. Следовательно, более зрелым людям не все равно, где покупать вино, в отличие от молодежи. Они также больше, чем молодые люди, предпочитают покупать вино в специализированных магазинах. Респондентам был задан вопрос “Когда вы покупаете вино?”. Результаты показали, что 8% опрошенных людей молодого и старшего поколения покупают вино непосредственно перед употреблением. Большое количество тех, кто постарше (34%), предпочитает покупать вино заранее, тогда как у молодых людей количество тех, кто покупает вино заранее, составило лишь 6%. Таким образом, старшее поколение больше предпочитает покупать вино заранее, а те, кто помоложе, – когда как.

Вывод: между молодыми людьми и более зрелым поколением есть различия в предпочтениях при выборе вина. У молодых с вином ассоциируется романтика, а у старшего поколения более важные ценности (семья, отдых). В барах и ресторанах старшее поколение вино не пьет в отличие от молодых людей. Старшее поколение и молодые люди по-разному располагают характеристики вина по значимости (только на 1 место и те, и другие поставили качество вина, а на 6 – дизайн тары вина). Более зрелое поколение больше, чем молодые люди, уделяют внимания месту и времени покупки вина. Они более тщательно, чем молодежь, относятся к выбору вина.