

Во консумирањето на безалкохолни пијалоци нема значителни разлики кај македонското население во споредба со земјите од Источна и Западна Европа. Чајот, овошните џусови (100%) и пакуваната вода се најчесто консумирани безалкохолни пијалоци кај македонските граѓани, покрај тоа што пијалоците како што се кафето, млекото, газирани сокови и јогуртот се исто така значително преферирани.

Во направеното истражување за консумацијата на безалкохолни пијалоци може да се види дека македонското население не се разликува многу во споредба со луѓето кои живеат во земјите од Источна и Западна Европа. Генерално, Македонија е лидер во однос на консумацијата на безалкохолни пијалоци во најголем број од наведените категории, но сепак Источна Европа ја држи лидерската позиција во консумација на чај, додека кај земјите во Западна Европа има најголема консумација кога станува збор за енергетски пијалоци.

GfK Skopje
Vodnjanska 50
1000 Skopje
Tel. +389 2 312 6001
Fax +389 2 313 3980
www.gfk.com.mk

Managing Director:

Весна Кумановиќ

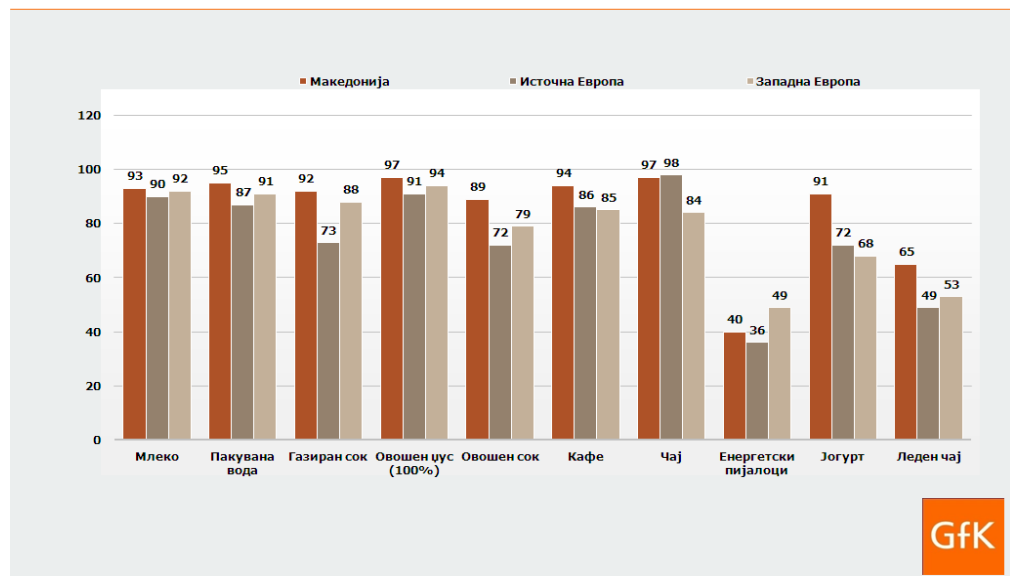
vesna.kuzmanovic@gfk.com

GfK Skopje

Безалкохолни пијалоци

Јули 2011

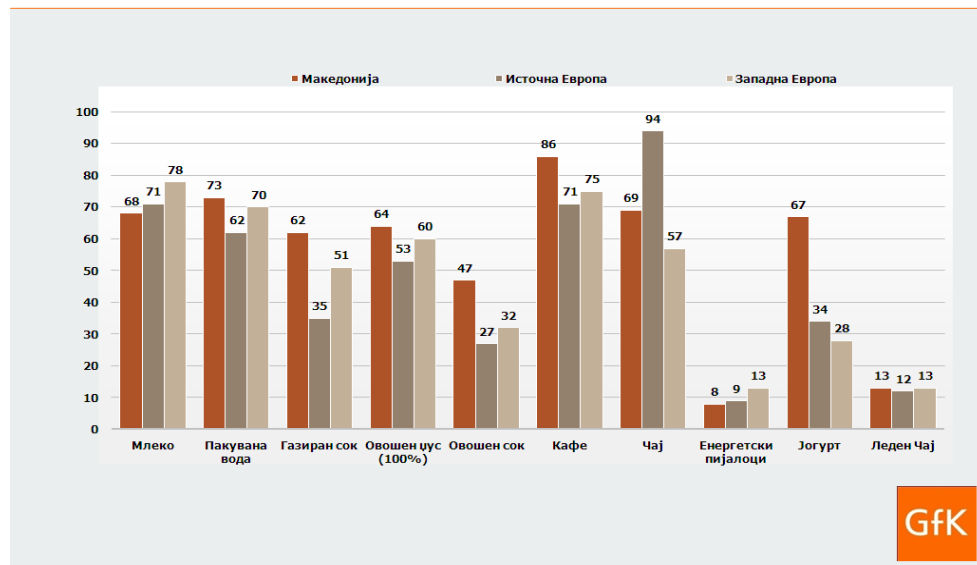
Главен безалкохолен пијалок
Консумација на безалкохолни пијалоци



Во неделната консумацијата на безалкохолни пијалоци, не се воочуваат некои големи разлики кај преферираниот безалкохолен пијалок помеѓу земјите од Источна и Западна Европа во споредба со Македонија. Македонските граѓани на неделна основа најчесто пијат кафе 86%, пакувана вода 73% и на трето место чајот 69%. Кај западно европските земји неделно најмногу се консумираат млекото 78%, кафето 75%, додека на трето место се наоѓа пакуваната вода 70%. Кај источно европските земји како најпрефериран и најконсумиран безалкохолен пијалок на неделна основа е наведен чајот со 94%, следен од кафето и млекото на второ и трето место со 71%.

Главен безалкохолен пијалок

Неделна консумација (%)?

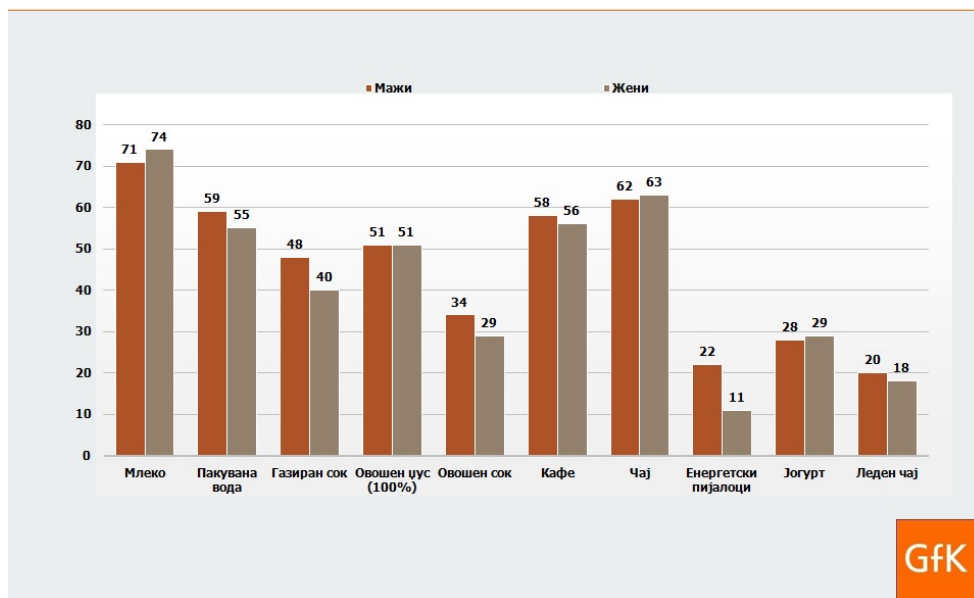


Во неделната консумација на безалкохолни пијалоци може да се забележи дека во Македонија е прилично поголем процентот на консумирање на јогурт за разлика од источно и западно европските земји, додека кај источно европските земји е прилично поголема консумацијата на чај во однос на Македонија и земјите од Западна Европа. Испитаниците од земјите од Западна Европа одговориле дека најмногу консумираат млеко во текот на една недела.

Кога е во прашање дневната консумација на безалкохолни пијалоци, во Македонија најмногу се консумира кафето со 77%, како и во западно европските со 63%, додека во земјите од Источна Европа најмногу се пие чајот со 83% во текот на еден ден.

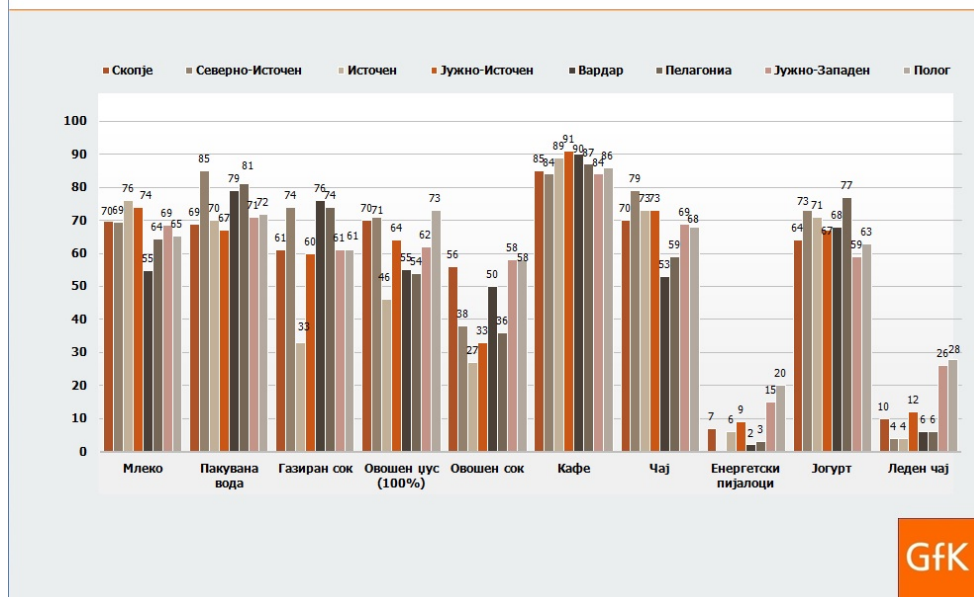
Во извршеното истражување за преферираниот безалкохолен пијалок кај машката и женската популација не се забележуваат значителни разлики. Мажите како и жените како најпрефериран безалкохолен пијалок го истакнаа млекото на прво место и потоа чајот. На трето место како префериран безалкохолен пијалок кај машката популација е пакуваната вода, додека кај жените го сакаат кафето како и пакуваната вода.

Главен безалкохолен пијалок мажи/жени (%)?



Кога се работи за најпрефериран и најконсумиран безалкохолен пијалок во рамките на осумте плански региони во Македонија може да се забележи дека нема големи разлики од регион до регион. Врз основа на ова истражување, најпрефериран и најконсумиран безалкохолен пијалок во регионите на Македонија е кафето со исклучок на северно-источниот регион каде најпрефериран и најконсумиран безалкохолен пијалок е пакуваната вода.

Главен безалкохолен пијалок Регион (%)?



Врз основа на возрасната категорија на испитаниците нема значителни разлики во однос на најчесто консумиран безалкохолен пијалок. Како безалкохолен пијалок кој е најчесто консумиран од страна на македонските граѓани на возраст

помеѓу 15 и 49 години е овошен џус (100%), додека кај граѓаните на возраст од 50 години и нагоре најчесто консумиран безалкохолен пијалок е млекото. Кај возрасната категорија помеѓу 15 и 19 години покрај овошен џус (100%) најмногу пијат и млеко. Истата оваа возрасна категорија заедно со испитаниците на возраст од 20 до 29 години се исто и најголеми консументи на пакуваната вода.

Во однос на етничката категорија може да се забележи кај македонското население најпрефериран и најконсумиран безалкохолен пијалок е чајот, додека на второ место е 100% овошен џус и на трето место е кафето. Кај албанското население во Македонија како најпрефериран и најконсумиран безалкохолен пијалок е овошен џус (100%), на второ место се пакуваната вода и чајот со само половина процент помалку, додека на трето место се газираниите и овошните сокови.

Врз основа на месечните приходи по домаќинство во Македонија во домаќинствата со месечни приходи помали од 6.000 денари како најпрефериран безалкохолен пијалок е чајот кој исто така е најпрефериран безалкохолен пијалок како и кај домаќинствата со месечни приходи од 6.000 до 18.000 денари и кај домаќинствата со месечни приходи од 54.000 денари и нагоре. Општо во Македонија како најпрефериран безалкохолен пијалок за домаќинствата со месечни приходи над 18.000 денари е 100% овошниот џус, додека на второ место е чајот и на трето место се наоѓа пакуваната вода. Веројатно големата понуда на разновидни овошни џусови на македонскиот пазар и грижата за здравјето кај македонските граѓани, ја објаснува причината зошто овошните џусови(100%) се на прво место за поголемиот дел од македонските граѓани со месечни семејни приходи поголеми од 18.000 денари.

За истражувањето

Резултатите за навиките на консумирање безалкохолни пијалаци помеѓу македонското население се извлечени од истражувањето ГфК Roper Report Worldwide спроведено во над 30 земји во светот. Во Македонија истражувањето се спроведе на репрезентативен примерок од 1000 испитаници на 15+ годишна возраст (податоци за консумација на алкохолни пијалаци се базираат на испитаници на возраст 18+).

GfK Групација

GfK Групацијата е една од водечките меѓународни компании за истражување на пазарот (трета во Европа и четврта во светот). Има повеќе од 115 канцеларии, во преку 90 земји, со приближно 10.000 вработени со полно работно време (80% од вработените се надвор од Германија). Работењето се одвива во три стратешки бизнис сектори: Custom Research, Retail & Technology и Media.

За повеќе информации, посетете ја нашата веб страна: www.gfk.com.mk

Следете нè на twitter: www.twitter.com/gfk_group

Одговорен за соопштението за јавност:

Илин Андреев

ilin.andreev@gfk.com