



ВАРПЭ

ПОТРЕБЛЕНИЕ РЫБЫ И РЫБНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ 18-24 ЛЕТ

Телефонное формализованное интервью, объем выборки 800 респондентов. Выборка случайная, двухступенчатая, репрезентирует население России в возрасте 18-24 лет. Сбор информации проводился 2-4 июля 2019 года



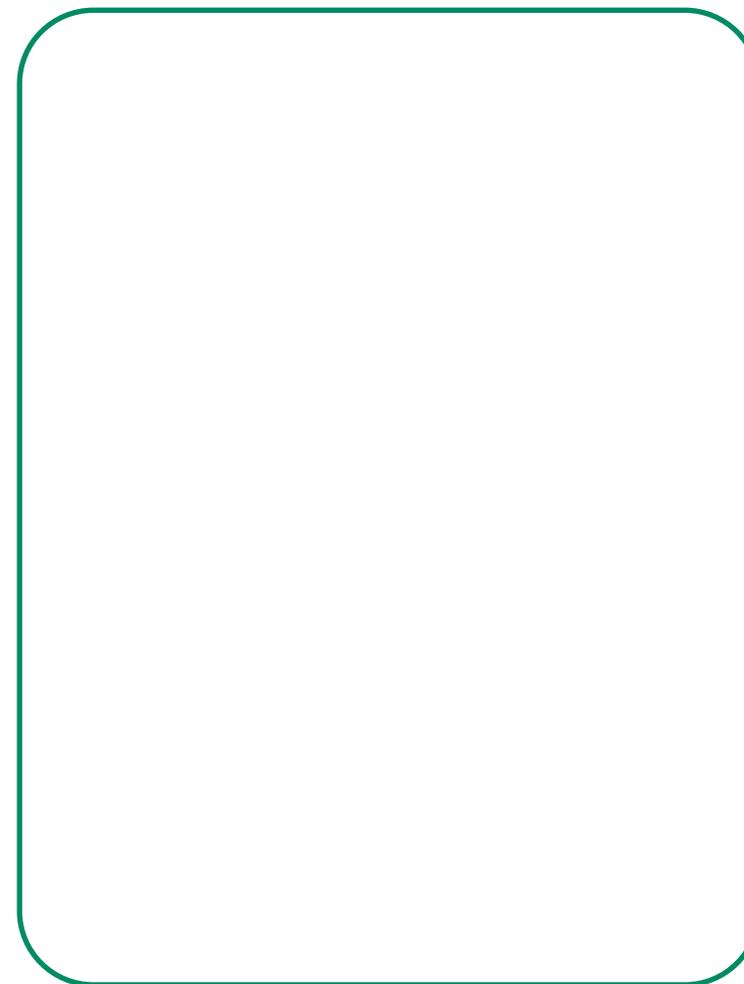
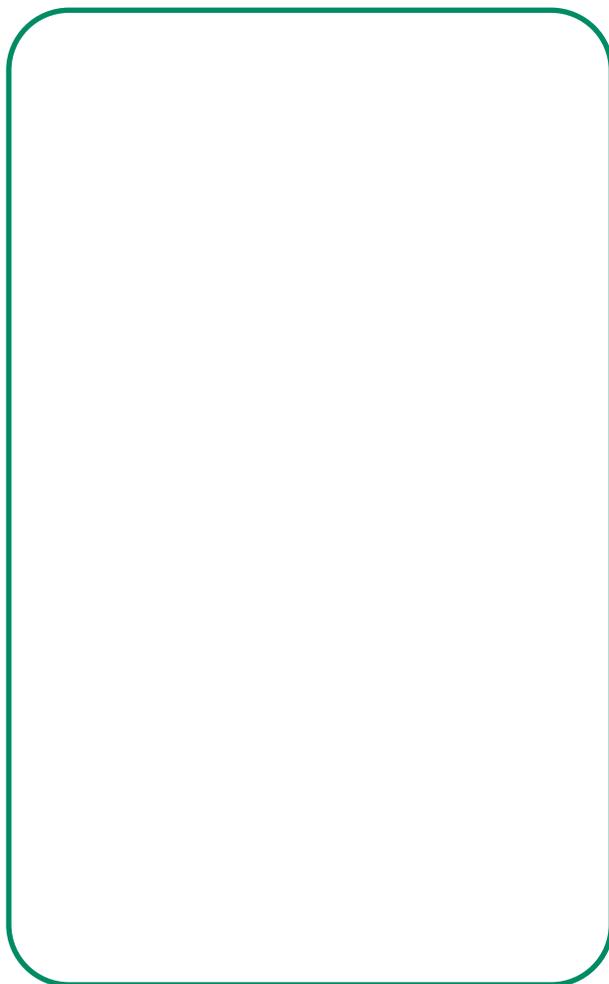
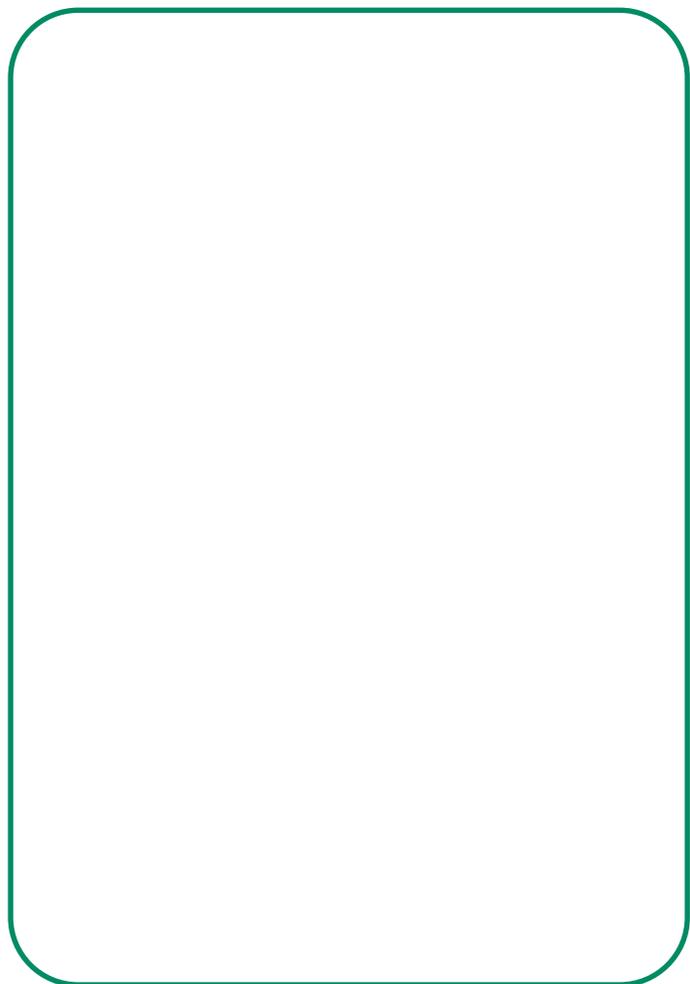
- Среди молодежи фиксируется довольно высокий потребительский спрос на рыбную продукцию, хотя он ниже, чем общероссийский показатель — 69% опрошенных 18-24 года с регулярностью не реже одного раза в месяц употребляют блюда из рыбы, среди россиян в целом* эта доля составляет порядка 81%.
 - Также среди молодежи ниже доля активной аудитории потребителей рыбной продукции (не реже 1 раза в неделю): 31% против 67% соответственно. И выше – доля тех, кто не ест рыбу вообще: 15% среди аудитории 18-24 года и 2% среди россиян в целом.
 - Приоритетные критерии выбора рыбы – качество, срок годности, вкус.
 - Основные причины редкого потребления или полного отказа молодежи от рыбы и рыбной продукции – субъективные пищевые предпочтения и высокая цена продукции.
 - Интерес к рыбе среди молодежной ЦА в целом присутствует, однако проявляется в более умеренной степени, чем среди населения в целом. Так, среди респондентов в возрасте 18-24 лет больше «равнодушных», чем по РФ в целом (69% против 39%) и меньше «фанатов» рыбной продукции (3% против 21%).
 - Несмотря на то, что молодежь в целом высоко оценивает свои навыки приготовления рыбы, представители этой целевой аудитории отдают предпочтение готовой продукции (32%) либо филе/стейкам (26%). Иными словами, молодежь стремится сократить время на приготовление рыбы.
 - Значительная часть молодежи воспринимает рыбу необходимым элементом правильного питания (48%). Немаловажным фактором роста частоты потребления респонденты называют пользу рыбы для здоровья, здорового образа жизни.
- 84% молодежи признают необходимость потребления рыбы минимум 1 раз в неделю. Позиционирование рыбы и рыбной продукции в качестве элемента здорового питания особенно характерно для женщин (64%).
 - Отмечается интерес к рыбе среди части молодежной аудитории (так, порядка половины опрошенных заинтересовались возможностью участия в рыбном фестивале). Направления актуального запроса касаются, в первую очередь, дегустации новых сортов рыбы, получения советов по определению качества рыбы, а также информации о способах быстрого приготовления продукта.
 - С точки зрения продвижения рыбы и рыбной продукции в молодежной аудитории можно рассмотреть следующие направления:
 - Потенциальный интерес молодежи могут вызвать блюда из рыбы быстрого приготовления либо готовые полуфабрикаты для приготовления в духовке/микроволновой печи и т.д.
 - Потенциально эффективной будет трансляция модели потребления рыбы через жизненно-стилевые стратегии (популярность здорового образа жизни). Возможно продвижение концепций потребления продукции через популярные социальные сети и интернет-каналы (например, блоги в Instagram).

(*). По результатам общероссийского опроса населения (целевая аудитория – жители РФ старше 18 лет), проведенного ВЦИОМ в 2018 г.

Потребление рыбы



Основные результаты

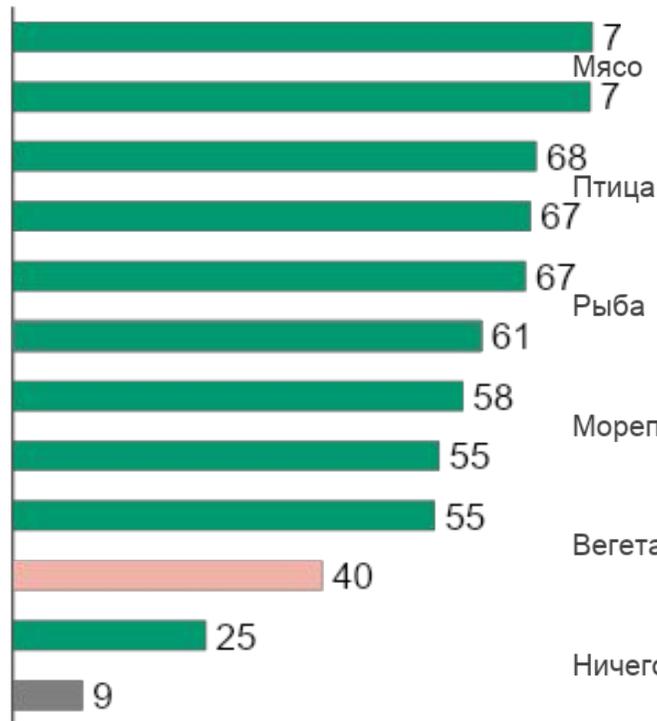


Скажите, пожалуйста, какие виды продукции лично Вы регулярно употребляете в пищу в течение недели?

В % от всех опрошенных

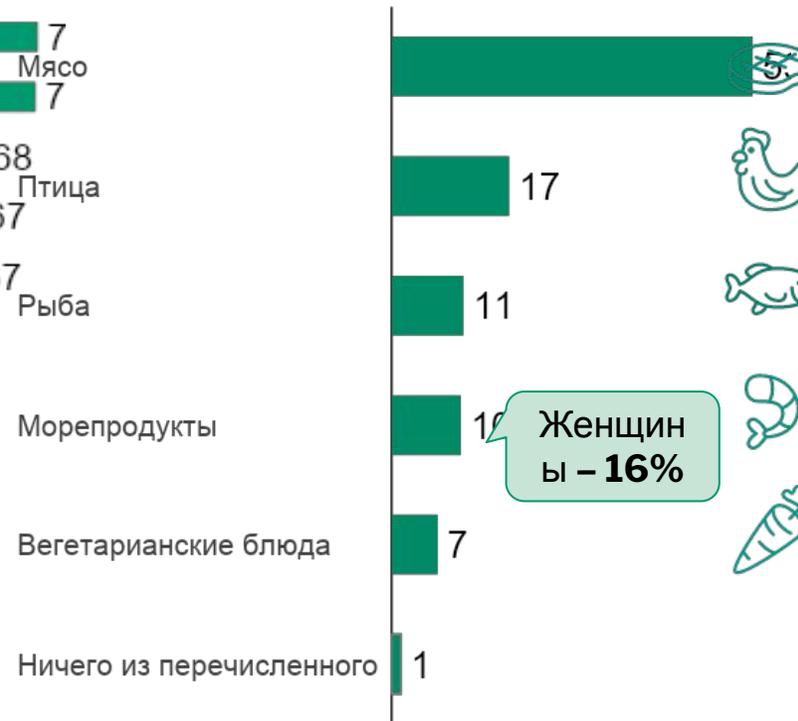


Овощи (в том числе замороженные)
 Мясо
 Макароны изделия
 Молоко и молочная продукция
 Крупы
 Фрукты (в том числе замороженные)
 Яйца
 Сладости
 Птица
 Рыба (не включая морепродукты)
 Морепродукты
 Другое (укажите)



Представьте, что Вы пришли в обычный ресторан..... Какой из продуктов Вы бы выбрали в первую очередь?

В % от всех опрошенных



По результатам исследования, молодая ЦА в возрасте 18-24 лет в целом **придерживается разнообразного питания**, в ее рацион входят **овощи, мясо, макаронные изделия, молочная продукция и крупы**. **Рыба и морепродукты пользуются меньшей популярностью** (40% и 25% соответственно). При выборе блюд в местах общественного питания **предпочтение отдается мясу** (53%). Мужчины выбирают мясные блюда значительно чаще, чем женщины (68% против 38%). Женщины чаще, чем мужчины, отдают предпочтение морепродуктам (16% против 4%).

Потребление рыбы

Скажите, пожалуйста, в среднем, как часто Вы употребляете блюда из рыбы, приготовленные дома, или в кафе, столовой?

(один ответ, в % от всех опрошенных)



31 %

67% среди всех жителей России старше 18 лет

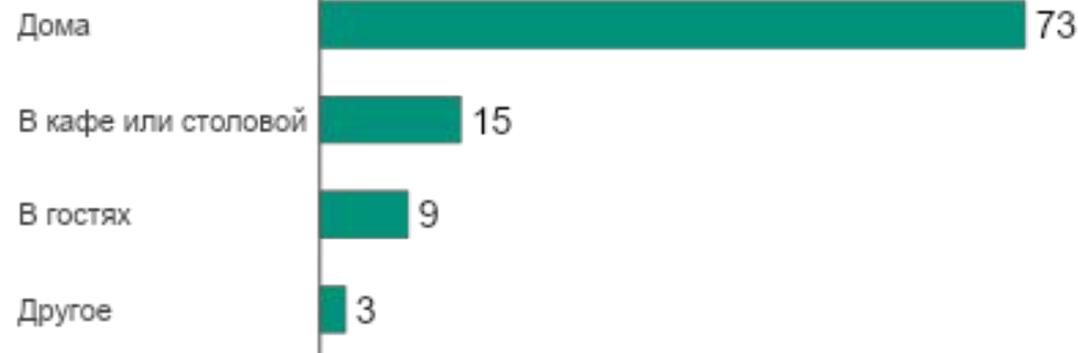
2% среди всех жителей России старше 18 лет

Спрос на рыбные блюда находится на достаточно высоком уровне – 69% опрошенных потребляют рыбу минимум раз в месяц.

Однако активных потребителей рыбы среди молодой аудитории всего 31% - это почти в 2 раза меньше, чем среди всех жителей России старше 18 лет. Также среди молодой ЦА значительно больше тех, кто не ест рыбу (15%), в отличие от всех опрошенных старше 18 лет.

Скажите, пожалуйста, где чаще всего Вы употребляете блюда, приготовленные из рыбы?

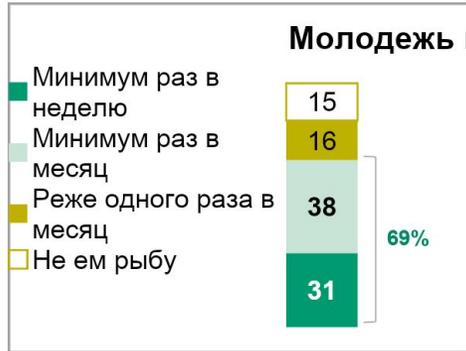
(один ответ, в % от тех, кто употребляет рыбу еженедельно)



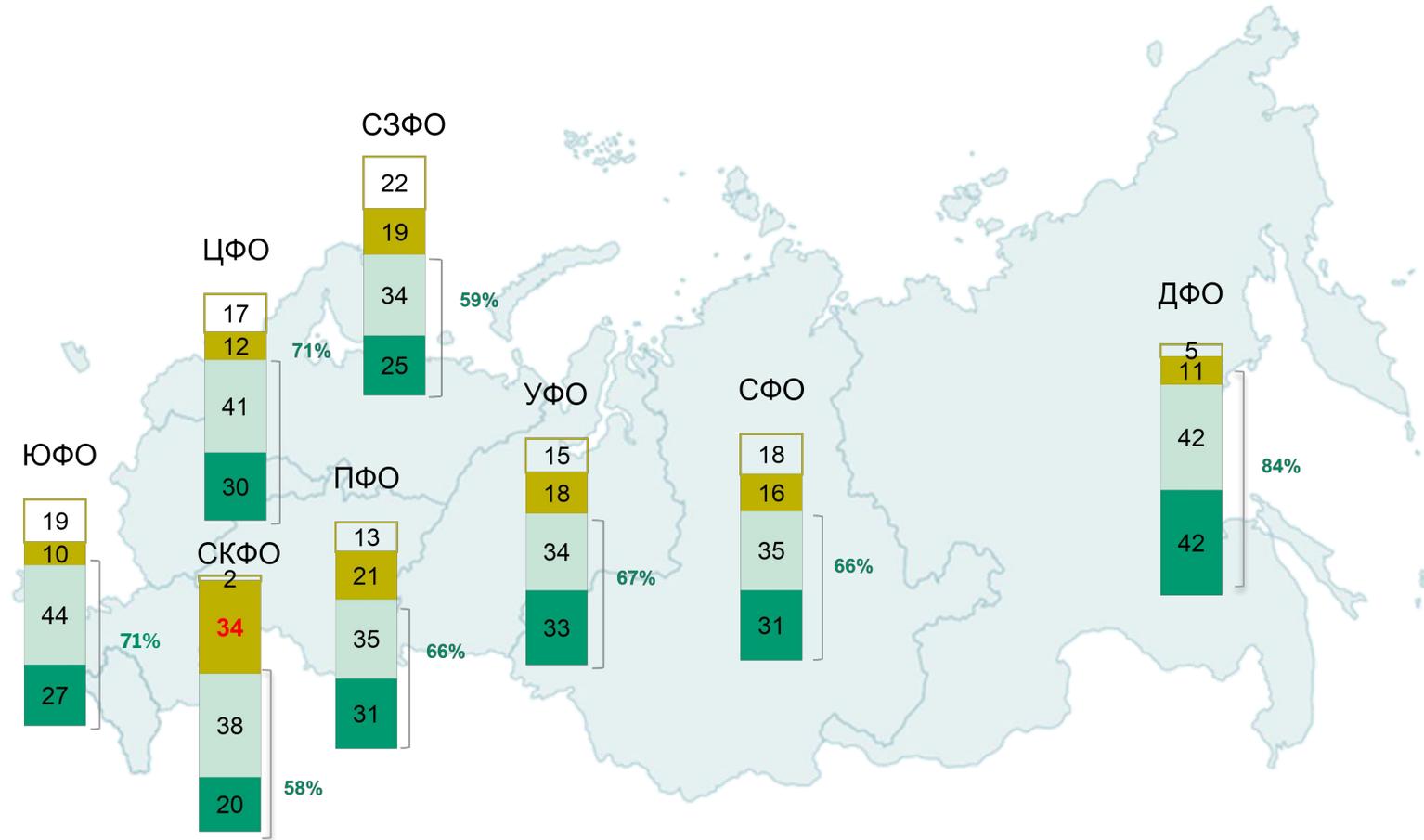
Скажите, пожалуйста, почему Вы не употребляете блюда из рыбы еженедельно или не едите рыбу вообще? Вы можете дать до трёх ответов (открытый вопрос, не более трех вариантов ответа, % от тех, кто не употребляет рыбу еженедельно или в целом не употребляет)



Частота потребления рыбы по федеральным округам



Чаще всего покупают рыбу в **Дальневосточном ФО** (84% не реже раза в месяц, 42% - каждую неделю), а реже всего – в Северо-Западном и Северо-Кавказском федеральном округах (59% и 58% соответственно покупают рыбу хотя бы раз в месяц). В Северо-Кавказском федеральном округе выше, чем в среднем по России, доля тех, кто покупает рыбу реже 1 раза в месяц (34%).



А как часто Вы едите готовую продукцию из рыбы (приготовленную рыбу, соленую, вяленую, копченую, сушеную, консервы, суши и прочее)?

(один ответ, в % от всех опрошенных)



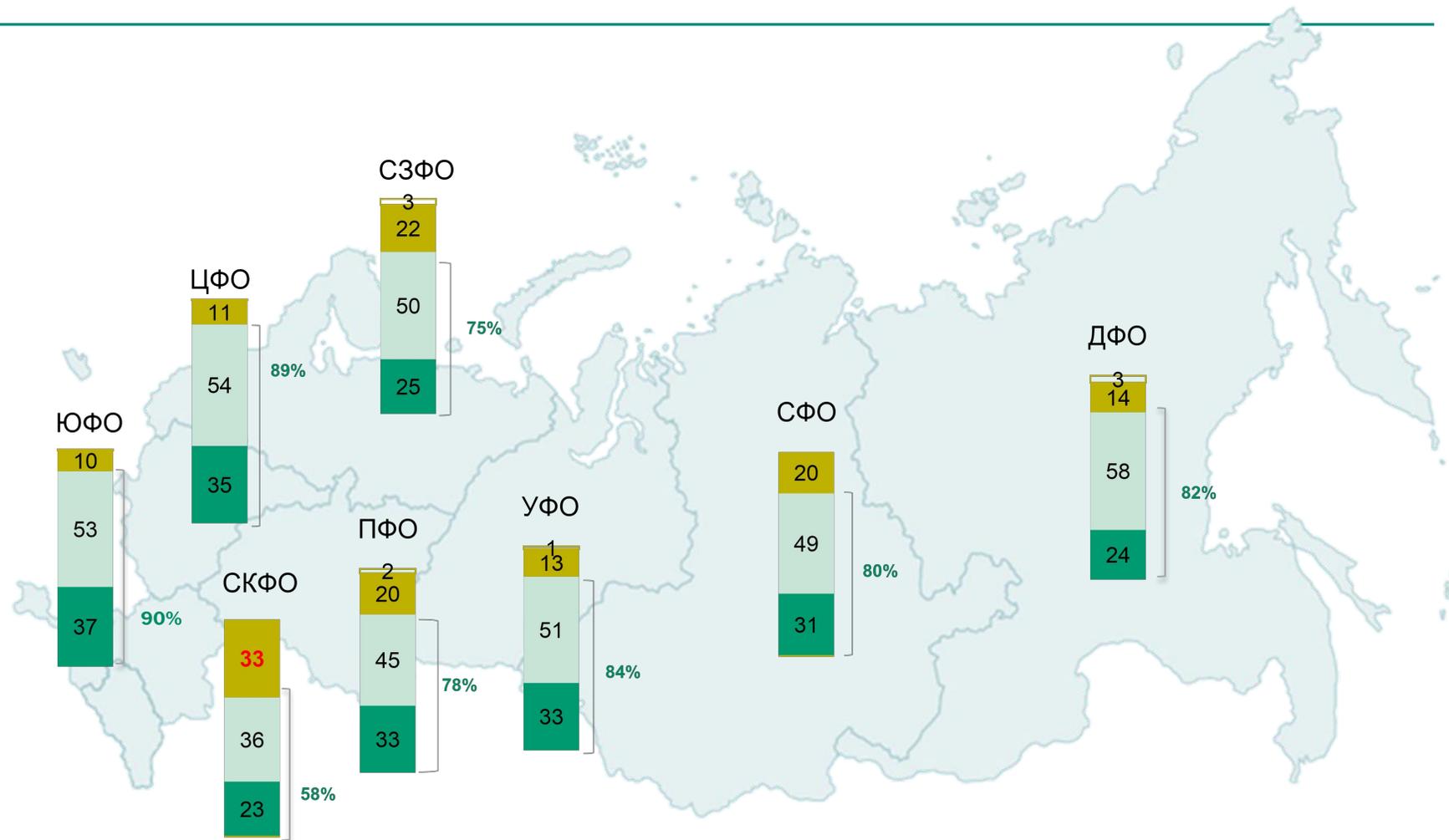
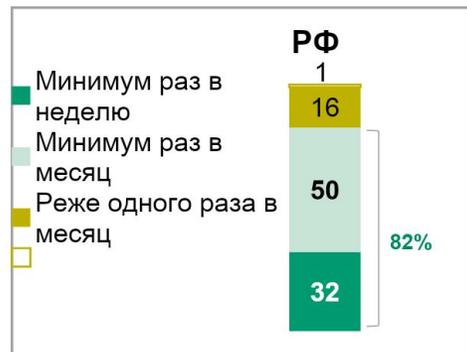
Скажите, пожалуйста, где чаще всего Вы едите рыбную продукцию?

(один ответ, в % от тех, кто употребляет рыбную продукцию)



Рыбная продукция имеет большую популярность, чем собственно рыба. **98%** опрошенных являются потребителями рыбной продукции, при этом **82%** потребляют ее минимум **1 раз в месяц**.

Частота потребления рыбной продукции по федеральным округам



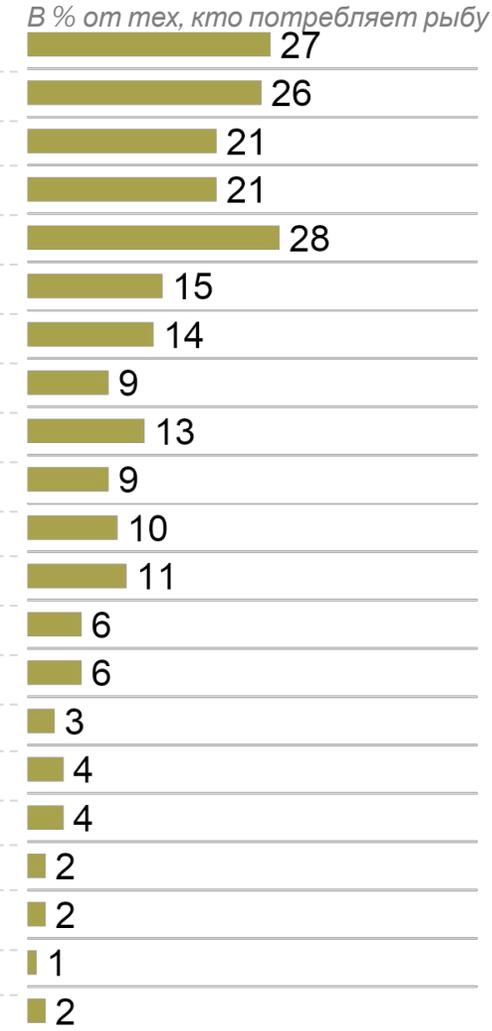
Чаще всего рыбную продукцию потребляют в **Южном федеральном округе** – **90%** опрошенных потребляют ее минимум 1 раз в месяц. Почти такие же показатели отмечены и в **Центральном федеральном округе (89%)**. В **Северо-Кавказском федеральном округе** выше, чем в среднем по России, доля тех, кто потребляет рыбную продукцию **реже 1 раза в месяц (33%)**.

Предпочитаемые сорта рыбы

Какие сорта рыбы вы едите хотя бы иногда?
В % от тех, кто потребляет рыбу



А какие виды рыбы Вы едите чаще всего?
В % от тех, кто потребляет рыбу



В каком виде Вам больше всего нравится приготовленная рыба?
В % от тех, кто потребляет рыбу



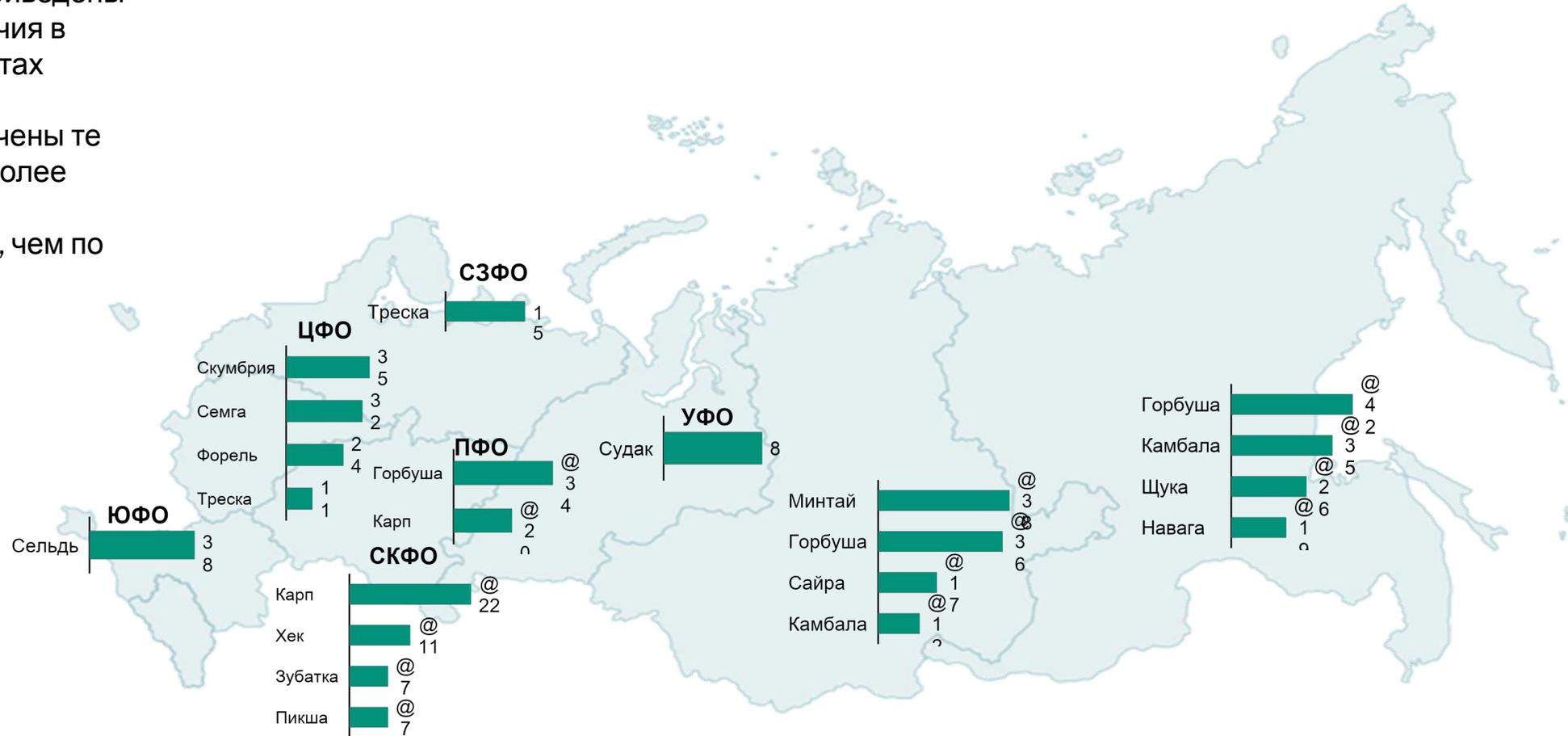
Большинство опрошенных потребляли когда-либо достаточно широкий ассортимент сортов рыбы. При этом наиболее популярны такие сорта, как **сельдь (28%)**, **скумбрия (27%)**, **горбуша (26%)**, **минтай (21%)** и **семга (21%)**.

Приготовленную рыбу молодежь предпочитает в виде суши/роллов (37%), а также в вяленом/сушеном виде (29%).

Структура покупок по видам рыбы в федеральных округах

На данном слайде приведены региональные различия в предпочитаемых сортах рыбы.

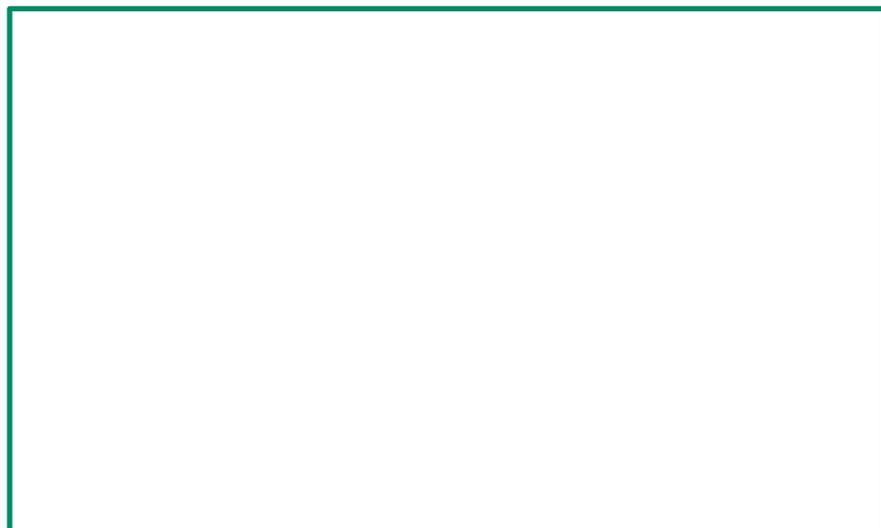
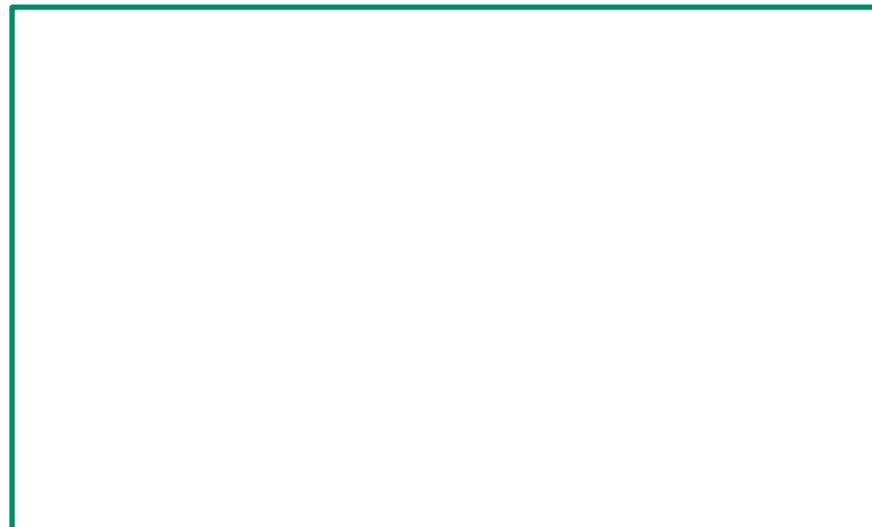
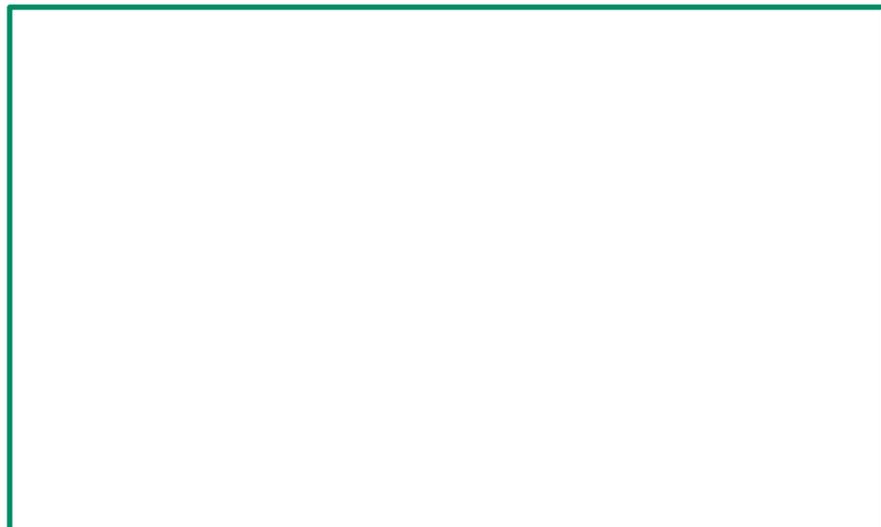
На диаграммах отмечены те сорта рыб, которые более популярны в данном федеральном округе, чем по России в целом.



Рыбная культура

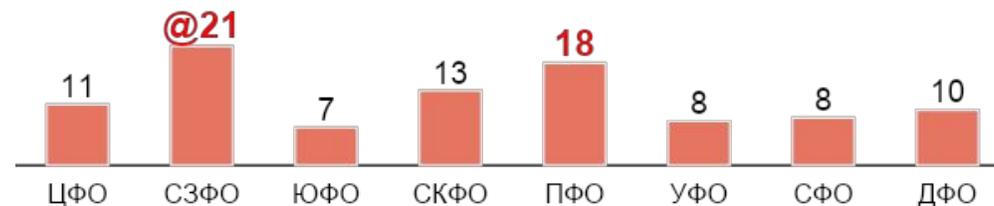
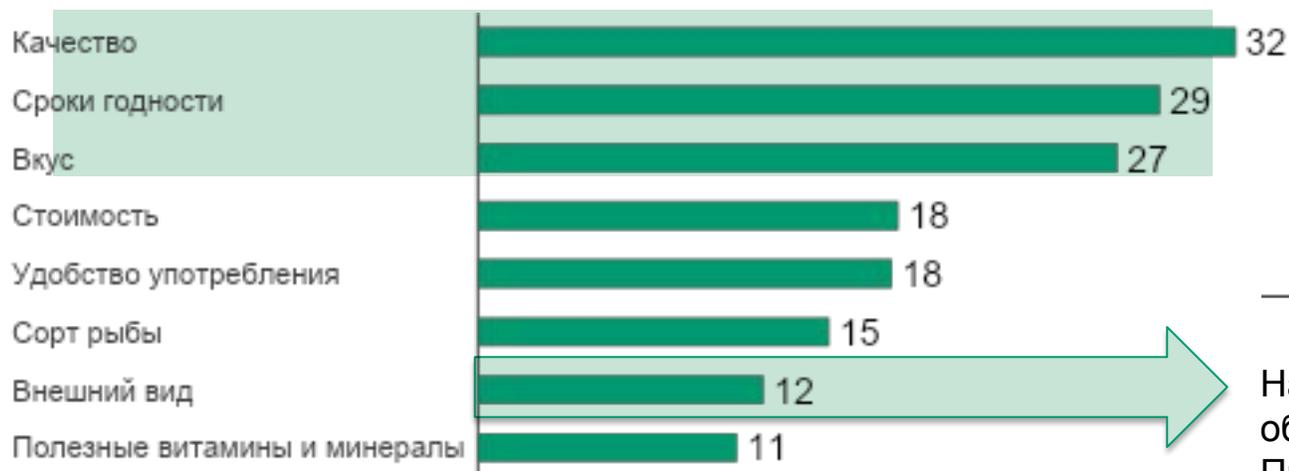


Основные результаты



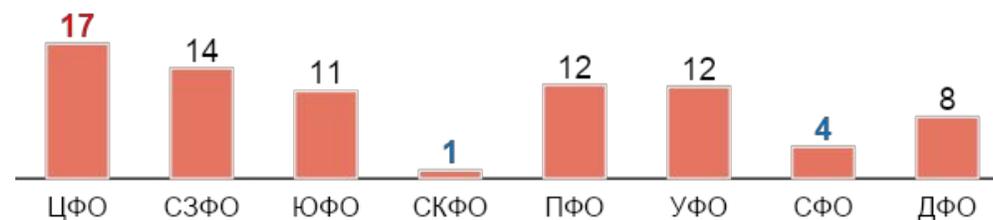
Критерии выбора рыбы и рыбной продукции

Что лично для Вас является главным при выборе рыбы и рыбной продукции?
(не более двух ответов, в % от тех, кто ест рыбу или рыбную продукцию)



На **внешний вид** рыбы и рыбной продукции чаще обращают внимание жители Северо-Западного и Приволжского федеральных округов (21% и 18% соответственно).

Ограничивающие потребление факторы
Доли опрошенных, согласных с утверждениями



Жители Центрального федерального округа чаще отмечали, что рыба и рыбная продукция являются **сложными в приготовлении** (17%).

Субъективная оценка стратегий потребления рыбы

Субъективная оценка частоты потребления рыбы



Почему вы стали реже потреблять рыбу?
В % от потребителей рыбы



Почему вы стали чаще потреблять рыбу?
В % от потребителей рыбы



Предпочитаемый вид рыбы и навыки приготовления

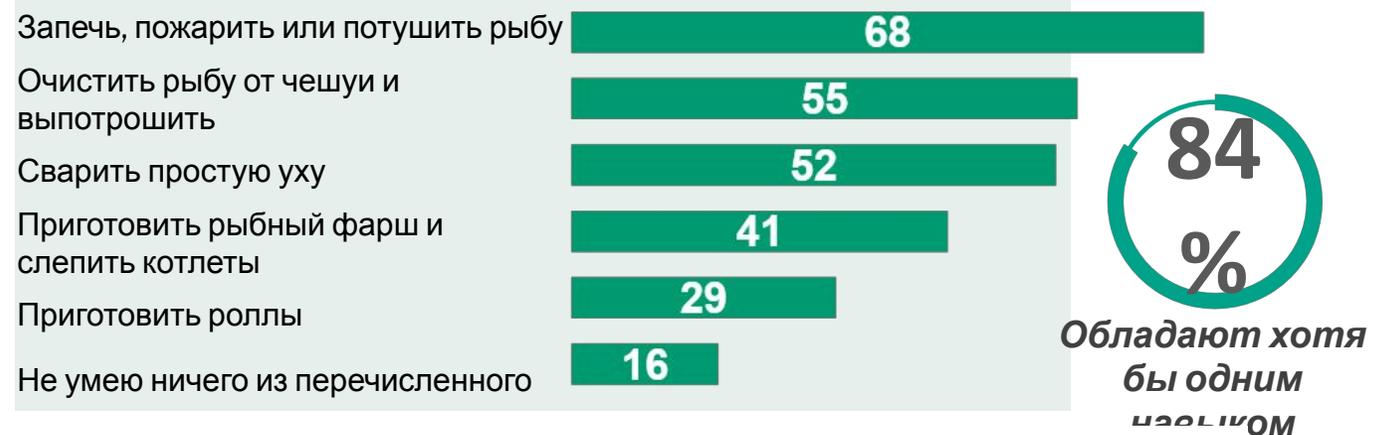
Какой продукт Вы бы предпочли купить?
В % от потребителей рыбы



Кто в Вашем домохозяйстве в основном готовит еду?
В % от всех опрошенных



Что из перечисленного Вы умеете делать?
В % от всех опрошенных



76% опрошенных принимают участие в приготовлении пищи в своем домохозяйстве. При этом свои **навыки приготовления рыбы** респонденты оценивают на **достаточно высоком уровне: 84%** представителей молодежной целевой аудитории могут выполнить хотя бы одно действие по приготовлению рыбы (запекание, потрошение и т.д.). Однако при прямом выборе в магазине предпочтение отдается либо **готовым блюдам (32%)**, либо тому продукту, который **не нуждается в сложном приготовлении (филе, стейк, 26%)**.

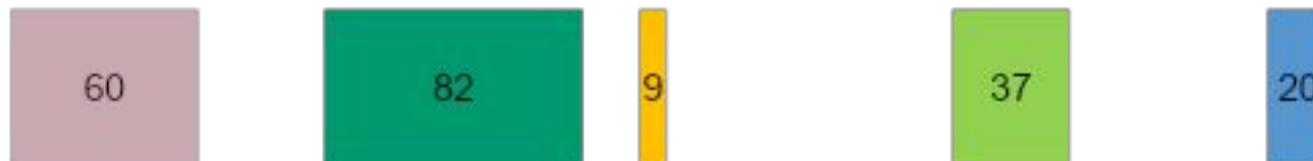
Типы потребителей рыбы

Альтернативный источник белка Полезный продукт, необходимый для здорового питания Продукт доступный по цене Продукт, который сложно найти в хорошем качестве Продукт, который я люблю

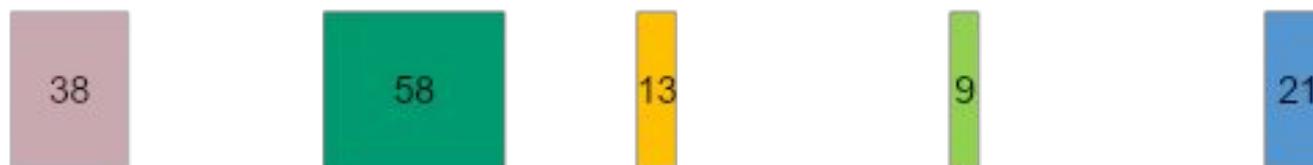
3
Фанаты
 любят рыбу, часто покупают, признают питательные свойства
21% по РФ



17
Эстеты
 любят рыбу, но считают, что сложно найти продукт хорошего качества, поэтому покупают реже, чем хотели бы



11
Рациональные
 покупают рыбу умеренно из-за полезности и доступной цены, не хотят есть чаще

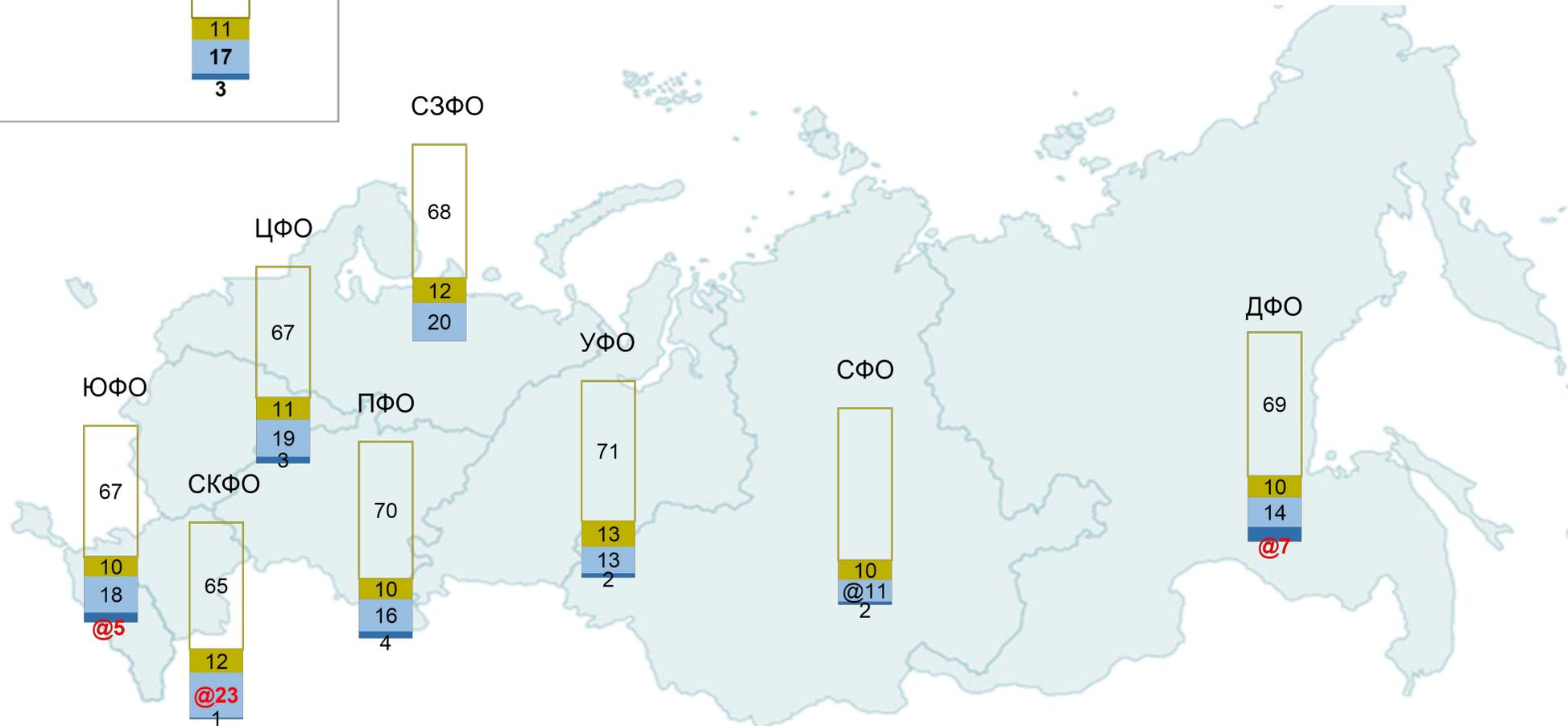
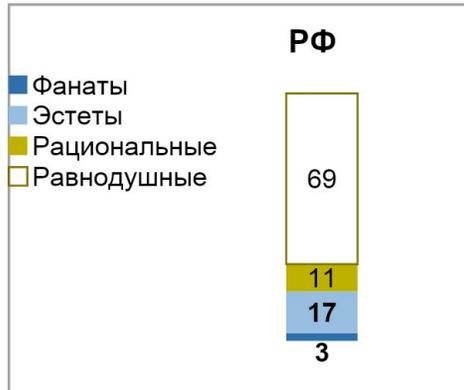


69
Равнодушные
 признают важность рыбы в качестве элемента здорового питания, но не считают **39% по РФ** мым есть ее чаще



Территориальная специфика потребителей рыбы

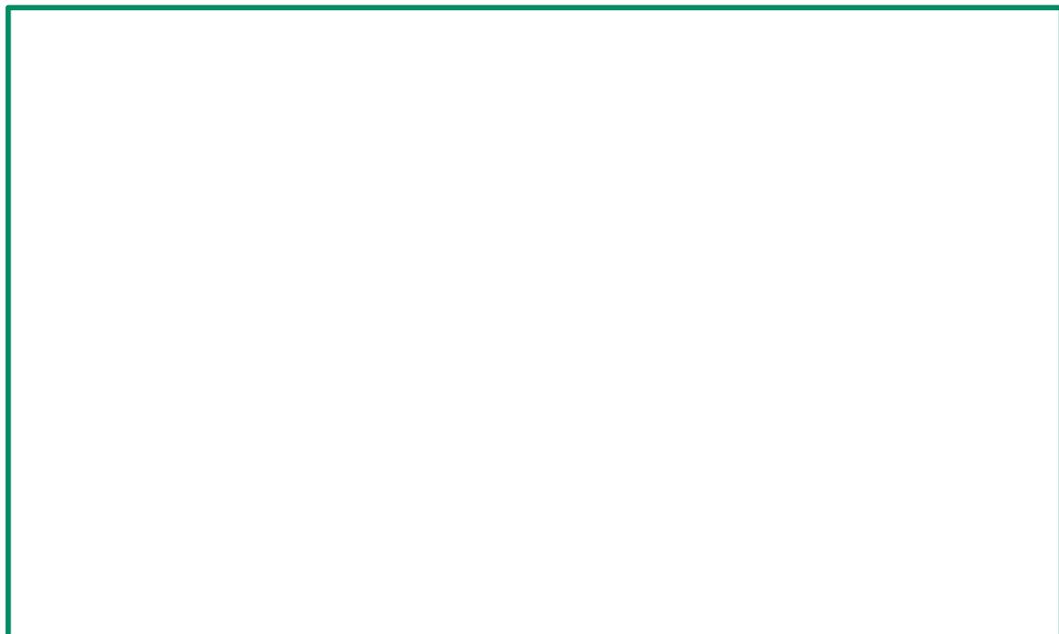
Отношение к рыбе связано в основном с территориальными и возрастными особенностями: «**фанаты рыбы**» чаще встречаются в Южном (5%) и Дальневосточном (7%) федеральных округах. В Северном федеральном округе чаще встречаются «**равнодушные**» (77%) к рыбе, а в Северо-Кавказском – «**эстеты**» (23%).



Рыба в концепции здорового питания



Основные результаты



Позиция рыбы в концепции здорового питания

Какие продукты при условии их правильного приготовления составляют основу здорового питания?
В % от всех опрошенных



Можно
обойтись
без рыбы



Рыба
обязательно
нужна

Распределение ответов по полу и возрасту



Индекс

Необходимая частота потребления рыбы

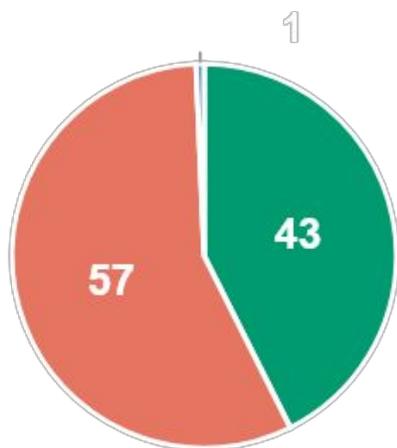


48% представителей молодежной целевой аудитории считает **рыбу обязательным элементом в рационе питания**. Доля сомневающихся в необходимости рыбы в рационе выше среди мужчин (56%) и «равнодушных» (56%) потребителей

Отношение к популяризации рыбы

Представьте, что в Вашем населенном пункте планируется проведение фестиваля рыбных блюд. Скажите, Вы бы скорее приняли или скорее не приняли в нем участие?

В % от всех опрошенных



- Скорее бы принял участие
- Скорее бы не принял участие
- Затрудняюсь ответить

Что лично Вам было бы интересно на данном мероприятии?
В % от тех, кто заинтересован в мероприятии



43% опрошенных потенциально примут участие в рыбном фестивале в своем населенном пункте. Для 53% респондентов данное мероприятие не представляет интереса.

Потенциальные участники фестиваля желали бы **попробовать разные сорта рыбы (69%), получить советы по выбору качественной рыбы (51%), а также узнать секреты быстрого приготовления рыбных блюд (50%).**



Спасибо за внимание!

ФОНД СОДЕЙСТВИЯ ИЗУЧЕНИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ «ВЦИОМ»
119072, МОСКВА, БОЛОТНАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 7, СТРОЕНИЕ 1
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (495) 748-08-07