

Abstrakt:

VÝCHODISKA: Na český trh byl uveden nový typ alkoholického nápoje hard seltzer, jehož cílovou skupinou jsou především mladí lidé. Užívání alkoholu mezi danou skupinou populace je velice rozšířeným jevem, proto je důležité zkoumat a zjišťovat její spotřební zvyklosti ve vztahu k novým typům alkoholických nápojů.

CÍLE: Hlavním cílem výzkumu je analýza užívání hard seltzer na český trh a působení reklamy na tento výrobek na mladou populaci. Nedílnou součástí práce je analýza uvedení nového alkoholického nápoje z pohledu rizikového a nárazového pití.

METODY: Jedná se o kvantitativní výzkum, jenž byl proveden v březnu 2022. Data byla získána prostřednictvím dotazníkového on-line šetření. Dotazník byl vytvořen pomocí Google Forms. Následně byla data převedena do MS Excel a analyzována pomocí metod deskriptivní a analytické statistiky.

VÝSLEDKY: On-line výzkumu se zúčastnilo 509 respondentů ve věku 18-26 let. Z celkového souboru pouze 101 respondentů zaznamenalo uvedení nového nápoje hard seltzer. Největší část respondentů se o novince dozvědělo z internetu (28 %), od kamarádů či známých (27 %) a z televize (22 %). Nápoj zaujal respondenty především svým nízkým obsahem kalorií, ovocnou chutí, dostupností a množstvím alkoholu.

ZÁVĚR A DOPORUČENÍ: Uvedení nového nápoje na trh zaznamenalo 20 % respondentů. Podle výzkumu 72 % respondentů, kteří byli vystaveni reklamě na hard seltzer, ho následně ochutnali. Proto je důležité zavádět přesnější opatření a omezovat reklamu na alkohol, včetně reklamy na sociálních sítích.

KLÍČOVÁ SLOVA: hard seltzer, alcopops, mladé dospělé, alkohol, konzumace alkoholu