

ZACHOWANIA POLSKICH KONSUMENTÓW NA RYNKU PRODUKTÓW SPOŻYWCZYCH

WYNIKI BADANIA PROJEKTU FOOD DLA FEDERACJI KONSUMENTÓW

ABR SESTA, LIPIEC 2020

Spis treści

1. Cele badania i metodologia	2
2. Struktura próby	3
3. Wybrane zachowania zakupowe	4
4. Test wiedzy	12
5. Styl życia (tylko respondenci CAWI).....	15
6. Wnioski	21



1. Cele badania i metodologia

Celem badania było sprawdzenie rzeczywistego stanu wiedzy o bezpieczeństwie żywności, a także diagnoza potrzeb edukacyjnych w zakresie bezpieczeństwa żywności.

Badanie zrealizowano z użyciem dwóch technik badawczych :

1. CATI (Computer Assisted Telephone Interview) – wywiady przeprowadzane telefonicznie przez pracowników Federacji Konsumentów (606 wywiadów, 49% próby)
2. CAWI (Computer Assisted Web Interview) – za pomocą wspomaganym komputerowo wywiadów zrealizowanych na panelach internautów platformy SYNO Poland (620 wywiadów, 51% próby).

Badanie zrealizowano w czerwcu i w lipcu 2020 na reprezentatywnej próbie 1226 Polaków. Próbę kontrolowano pod kątem następujących zmiennych: płeć, wiek, wielkość miejscowości.

Kwestionariusz składał się z trzech bloków pytań.

Pierwsza część obejmowała pytania dotyczące oceny swojego stanu wiedzy przez respondenta, zwyczajów zakupowych i zainteresowania kwestią bezpieczeństwa żywności. Druga część to test wiedzy z zagadnień z zakresu bezpieczeństwa żywności. Trzecia część dotyczyła stylu życia i związanych z nim zwyczajów żywieniowych. Na pytania z dwóch pierwszych bloków odpowiadali wszyscy badani. Natomiast o zwyczaje żywieniowe pytano tylko uczestników badania techniką CAWI.

Zebrane odpowiedzi respondentów poddawane zostały kontroli. Weryfikowany był m.in. czas wywiadu oraz spójność i logiczność odpowiedzi. Odrzucone zostały wywiady o zbyt krótkim czasie i te wypełnione niestarannie.

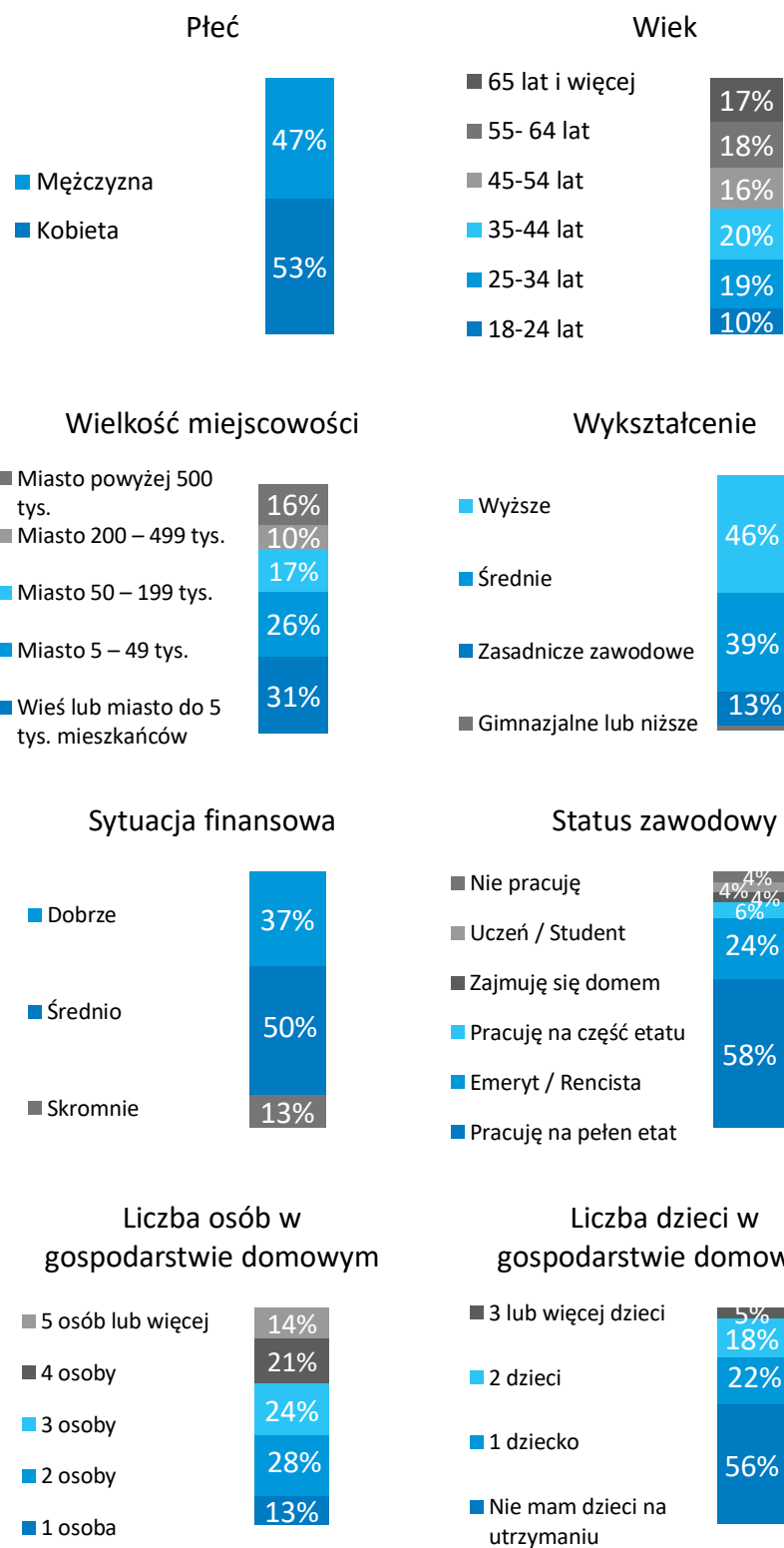
Na wybranych wykresach wyniki istotnie wyższe statystycznie oznaczono zielonymi strzałkami, a istotnie niższe - czerwonymi.

Gwiazdka przy podanej liczebności próby oznaczają, że podstawa procentowania jest zbyt niska do porównań.



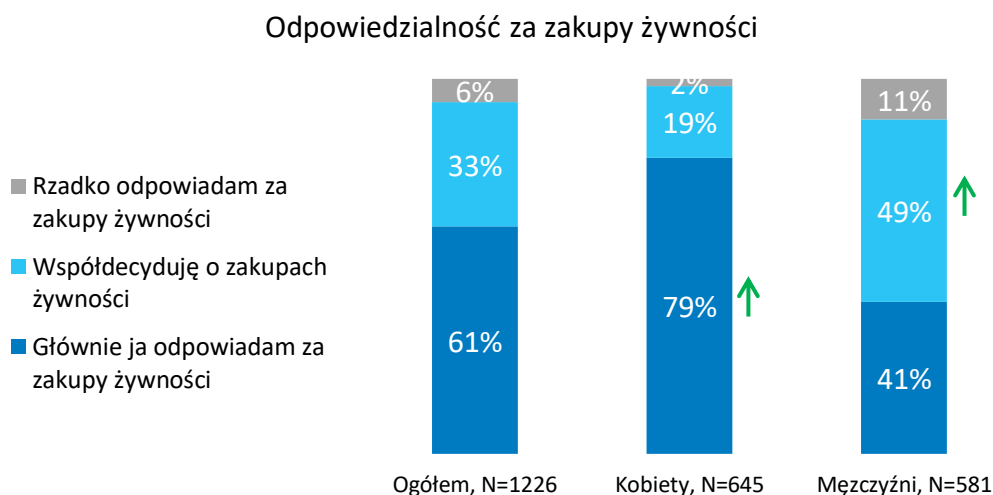
2. Struktura próby

W badaniu wzięto udział 1226 dorosłych Polaków. Rozkład próby ze względu na cechy demograficzne przedstawia się następująco:



3. Wybrane zachowania zakupowe

Osoby, które wzięły udział w badaniu w większości mają wpływ na zakupy żywności. Kobiety częściej (79%) deklarują, że odpowiadają za całość zakupów, a mężczyźni raczej są osobami współdecydującymi (49%) lub nie zajmują się tymi obowiązkami.



Wykres 1 P1. Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/i zakupy żywności w gospodarstwie domowym? Ogółem, N=1226

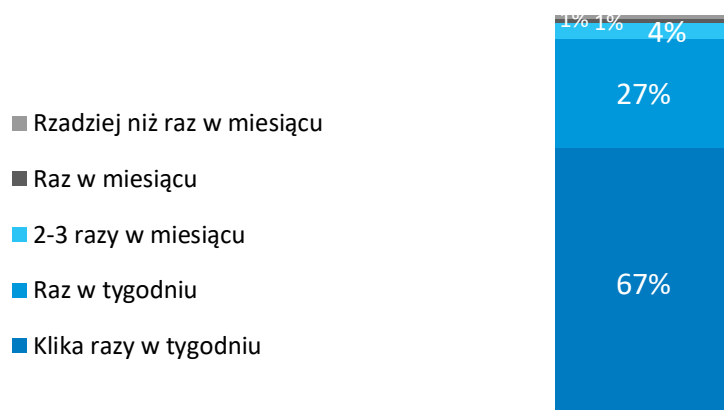
Badani robią zakupy spożywcze przeważnie w tradycyjnych sklepach, a kupowanie żywności przez Internet nie jest popularne.

Niemal wszyscy respondenci (94%) robią zakupy w sklepie przynajmniej raz w tygodniu, w tym 67% częściej niż raz. Zaopatrzenie kilka razy w tygodniu częściej deklarują osoby w gospodarstwach domowych liczących 3 lub 4 osoby i tam, gdzie są dzieci (73%) niż osoby mieszkające same.

Kupowanie żywności przez Internet z różną częstotliwością deklaruje dwóch na pięciu respondentów. Stosunek do tej formy zaopatrzenia różni się w zależności od wieku. Badani w wieku poniżej 35 lat rzadziej deklarują, że nie robią zakupów spożywczych w Internecie - 39%, ale odsetek wzrasta do 80% dla osób powyżej 55 roku życia. Także osoby określające sytuację materialną jako skromną częściej odpowiadały, że nie robią zakupów w ten sposób.

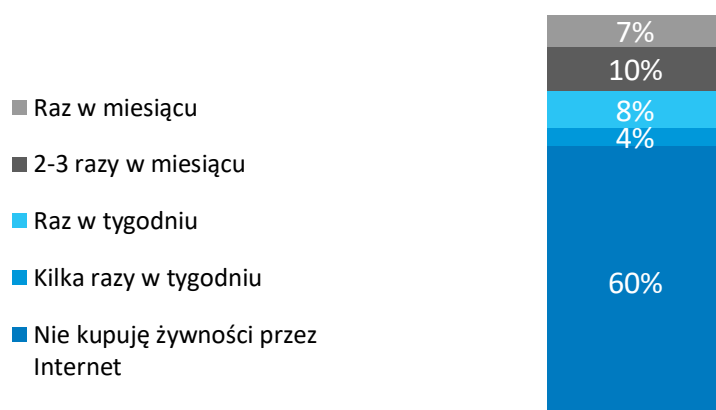
W świetle wyników, również stosowanie diety różnicuje postawy wobec zakupów, osoby, które nie są na diecie częściej mówią, że nie kupują w Internecie (62% vs 53% osób na diecie).

Zakupy żywności w sklepach tradycyjnych



Wykres 2 P2. Jak często kupuje Pan/i żywność w tradycyjnych sklepach (hipermarkety, supermarkety, dyskonty, małe)? Ogółem, N=1226

Zakupy żywności w sklepach internetowych



Wykres 3 P3. A jak często kupuje Pan/i obecnie żywność przez Internet? Ogółem, N=1226

Termin „bezpieczna żywność” wywołuje skojarzenia związane z jakością, pochodzeniem i sposobem przechowywania żywności. Największy odsetek badanych wskazuje, że bezpieczna jest zdrowa żywność. W dalszej kolejności zwracano uwagę na przydatność do spożycia, brak sztucznych dodatków (tzw. „chemii”, konserwantów) i to, czy produkty są ekologiczne. Płeć i wiek lekko różnicują akcenty kładzione na poszczególne skojarzenia. Kobiety częściej niż

mężczyźni mówili o „braku chemii” (15% vs 9%). Osoby powyżej 35 roku życia częściej wiążą bezpieczeństwo z datą ważności/ przydatności niż młodszy (9% osób do 35 lat vs. 16% w wieku 35-54 lat i 21% w wieku 55+). Relatywnie mała grupa badanych nie podała żadnych skojarzeń. Częściej byli to mężczyźni niż kobiety (8% vs 4%), osoby z zawodowym wykształceniem w porównaniu do osób, które ukończyły studia (10% vs 3%) oraz oceniające swoją sytuację materialną jako skromną (12%) niż średnią (5%) i dobrą (4%).

Skojarzenia z terminem "bezpieczeństwo żywności"

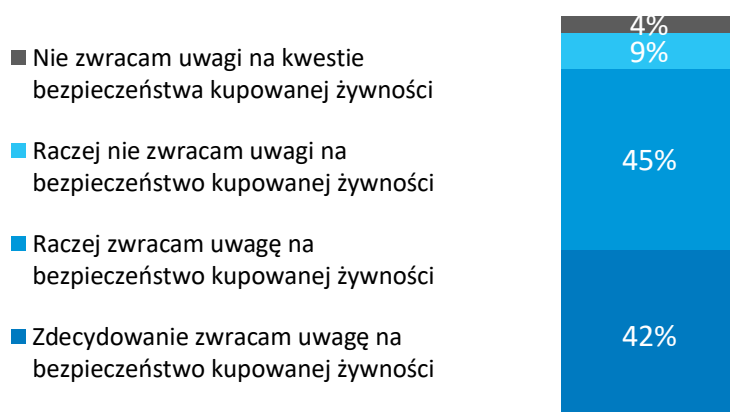


Wykres 4 P4. Z czym kojarzy się Panu/i termin „bezpieczeństwo żywności”? Ogółem, N=1226; odpowiedzi, które wskazało powyżej 3% respondentów. Pytanie otwarte.

Respondenci zwracają uwagę na bezpieczeństwo kupowanej żywności, 87% spośród nich (zdecydowanie lub umiarkowanie interesuje się tą kwestią). Nastawienie do tematu związane jest z odpowiedzialnością za zakupy spożywcze - osoby, które samodzielnie decydują bardziej zwracają uwagę na bezpieczeństwo produktów (46%). Jest to ważny temat częściej w gospodarstwach domowych, gdzie są dzieci (46%), a także tam, gdzie ktoś z domowników stosuje dietę (49%).



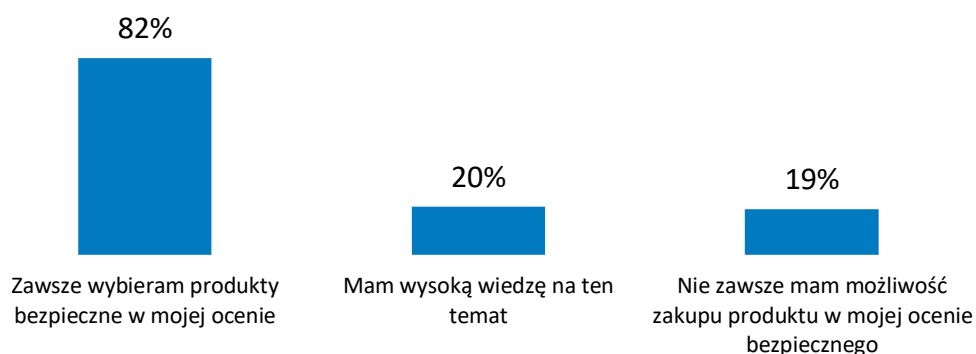
Podejście do tematu bezpieczeństwa żywności



Wykres 5 P5. Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/i podejście do tematu bezpieczeństwa żywności? Ogółem, N=1226

Osoby, które przywiązują dużą wagę do bezpieczeństwa żywności są w większości przekonane o słuszności swoich wyborów. Chociaż tylko co piąta osoba w tej grupie wysoko ocenia swoją wiedzę, to w teście wiedzy uzyskiwali wysokie wyniki (połowa osób z wynikiem 13-14 punktów i 10-12 punktów).

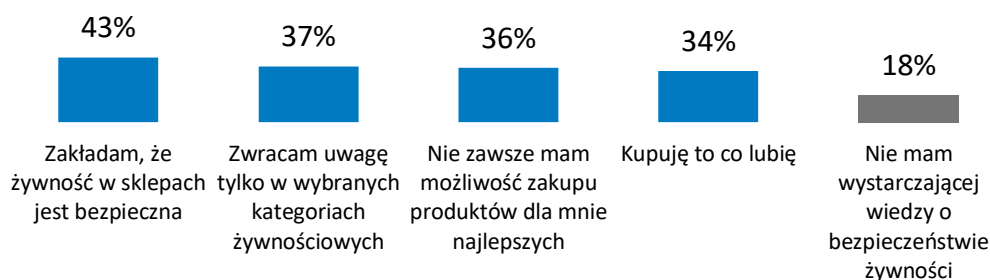
Uzasadnienie dla odpowiedzi „Zdecydowanie zwracam uwagę na bezpieczeństwo kupowanej żywności”, N=510



Wykres 6 P5_1. A z czego wynika odpowiedź „Zdecydowanie zwracam uwagę na bezpieczeństwo kupowanej żywności”? Odpowiedź wielokrotnego wyboru

W pozostałych grupach badani rzadko wskazują, że nie mają wystarczającej wiedzy. Osoby, które nie interesują się bezpieczeństwem żywności najczęściej argumentują, że po prostu kupują to co lubią, a produkty w sklepach są bezpieczne.

Uzasadnienie dla odpowiedzi „Raczej zwracam uwagę na bezpieczeństwo kupowanej żywności”, N=557



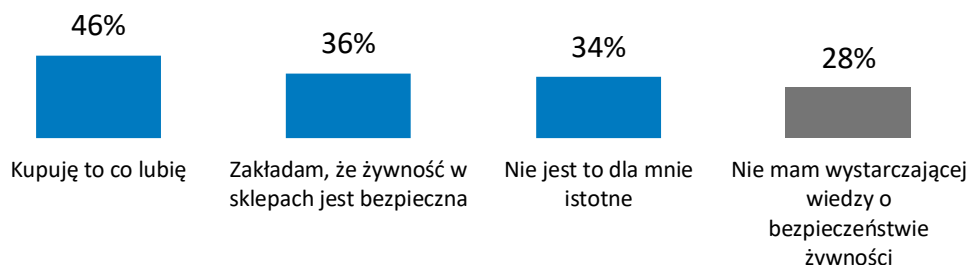
Wykres 7 P5_2. Z czego wynika odpowiedź „Raczej zwracam uwagę na bezpieczeństwo kupowanej żywności”? Odpowiedź wielokrotnego wyboru

Uzasadnienie dla odpowiedzi „Raczej nie zwracam uwagi na bezpieczeństwo kupowanej żywności”, N=109



Wykres 8 P5_3. Z czego wynika odpowiedź „Raczej nie zwracam uwagi na bezpieczeństwo kupowanej żywności”? Odpowiedź wielokrotnego wyboru

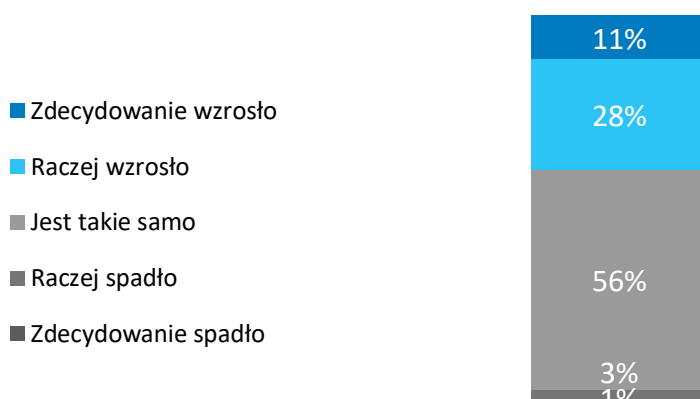
Uzasadnienie dla odpowiedzi „Nie zwracam uwagi na bezpieczeństwo kupowanej żywności”, N=50



Wykres 9P5_4. Z czego wynika odpowiedź „Nie zwracam uwagi na kwestie bezpieczeństwa kupowanej żywności”? Odpowiedź wielokrotnego wyboru

Połowa badanych nie zmieniła swojego zainteresowania zagadnieniem bezpieczeństwa żywności w ostatnim roku. W drugiej połowie przeważają osoby, które poświęciły tematowi więcej czasu. Znow postawy różnią się z zależności od wpływu na zakup produktów spożywczych. Wzrost zainteresowania deklarują częściej ludzie, którzy decydują o zakupach żywności (31%) i współdecydujący (26%) niż osoby, które nie odpowiadają za zakupy.

Ocena własnego zainteresowania tematem bezpieczeństwa żywności w ciągu ostatnich 12 miesięcy

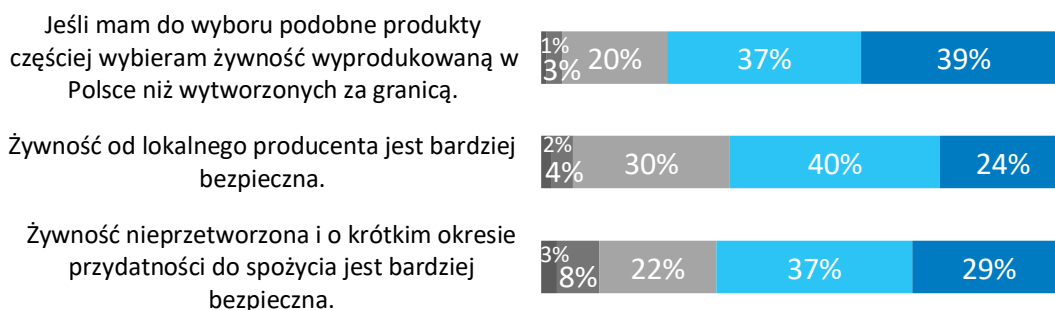


Wykres 10 P6. Czy w ostatnich 12 miesiącach Pana/i zainteresowanie tematem bezpieczeństwa żywności? Ogółem, N=1226

Respondenci w większości oceniają żywność lokalnych producentów jako bardziej bezpieczną (64%), a dodatkowo deklarują, że chętniej kupują polską żywność.

W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poniższymi stwierdzeniami?

■ Zdecydowanie nie ■ Raczej nie ■ Ani tak, ani nie ■ Raczej tak ■ Zdecydowanie tak



Wykres 11 P7. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami? Ogółem, N=1226

Nieco ponad połowa badanych (55%) jest zainteresowana pogłębieniem wiedzy o bezpieczeństwie żywności. Około jedna trzecia (32%) nie potrafi zająć stanowiska.

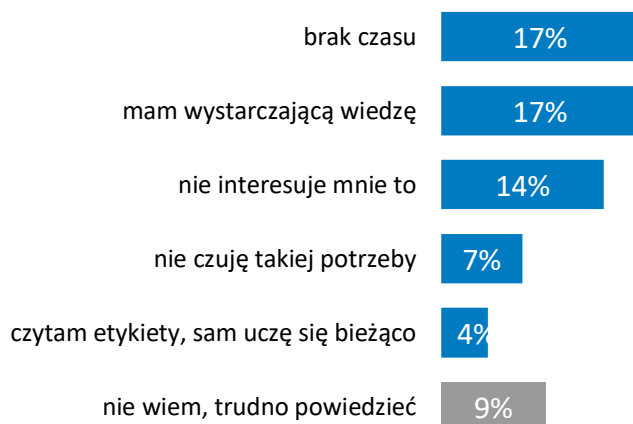
Zainteresowanie pogłębieniem wiedzy o bezpieczeństwie żywności



Wykres 12 P8. Na ile chciałby/chciałaby Pan/Pani pogłębić swoją wiedzę dotyczącą bezpieczeństwa żywności? Ogółem, N=1226

Osoby, które nie chcą pogłębiać wiedzy o bezpieczeństwie żywności podają jako główne przyczyny brak czasu (17%) lub zadowalającą wiedzę (17%). Około jedna piąta badanych w tej grupie przyznaje, że temat ich nie interesuje lub nie czują takiej potrzeby.

Przyczyny braku zainteresowania pogłębieniem wiedzy o bezpieczeństwie żywności, N=161

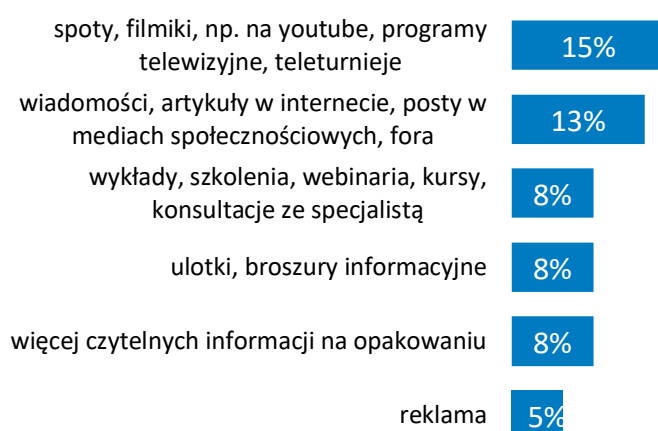


Wykres 13 P8i. Co jest powodem tej odpowiedzi? Czy jest coś co mogłoby zachęcić Pana/Panią? Podstawa: osoby niezainteresowane pogłębieniem wiedzy; odpowiedzi, które wskazało powyżej 3% respondentów

Respondenci zainteresowani poszerzeniem wiedzy i niezdecydowani najczęściej wskazywali, że zainteresowałyby ich materiały audiowizualne w Internecie i w telewizji (szczególnie osoby poniżej 55 roku życia – 17% osób do 35 lat i 17% 35-54 lat vs 11% osób w wieku 55+) oraz materiały w mediach społecznościowych i na forach. Osoby w wieku powyżej 55 lat częściej niż młodszy wskazywali, że chcieliby znaleźć więcej czytelnych informacji na opakowaniach. Natomiast wśród osób, które wybierają różnego typu szkolenia, jest więcej kobiet niż mężczyzn (10% vs 6%).

Jaka forma przekazu zachęciłaby do pogłębienia wiedzy?

N=1066



Wykres 14 P8i. Co i/lub w jakiej formie zachęciłoby Pana/Panią do pogłębienia wiedzy? Podstawa: Osoby zainteresowane pogłębieniem wiedzy lub niezdecydowane; odpowiedzi, które wskazało powyżej 3% respondentów



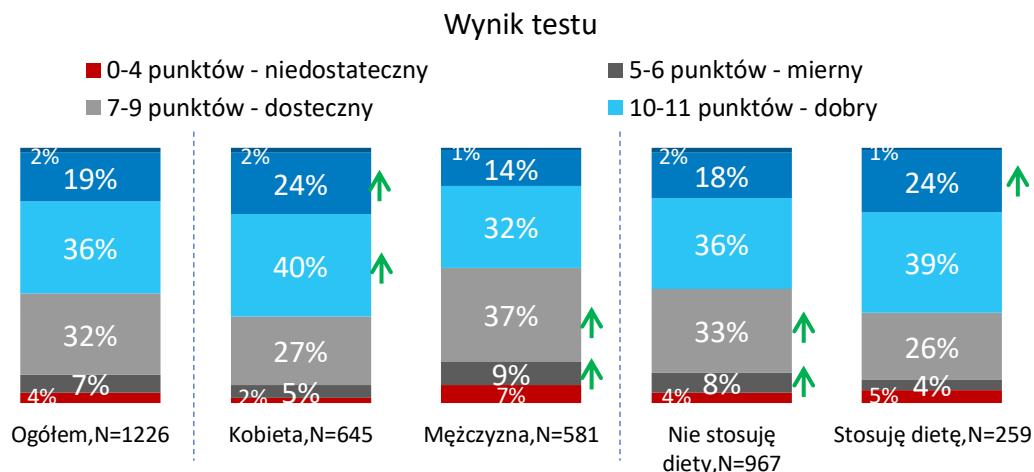
4. Test wiedzy

Quiz wiedzy składał się z 14 pytań dotyczących zdrowej diety oraz składu i przechowywania żywności. Najłatwiejsze okazały się pytania o zalecaną liczbę posiłków, a także sposób przechowywania oleju i oznaczenie trwałości na opakowaniu. Najwięcej trudności sprawiły pytania o zawartość owoców i warzyw w diecie, zalecaną ilość wody do wypicia w ciągu dnia i bezpieczeństwo składników. Jednak nawet na każde z tych pytań znała odpowiedź około połowa respondentów.

Pytanie	Odsetek poprawnych odpowiedzi
T8. Jaka jest najbardziej odpowiednia liczba posiłków spożywanych w ciągu dnia?	91%
T3. Do przechowywania oleju (spożywczego) najlepiej jest wybrać:	88%
T14. Termin na opakowaniu "Należy spożyć do" oznacza?	81%
T5. W przypadku przeciętnej, dorosłej, zdrowej osoby zaleca się, by <u>całkowite</u> spożycie soli, to znaczy zliczone	73%
T4. Wyróżniona informacja, np. pogrubione lub podkreślone słowo „mleko” lub „orzechy” na opakowaniu produktu to informacja o:	72%
T13. Zasada pierwsze weszło – pierwsze wyszło oznacza:	70%
T6. Czy znak na opakowaniu – zielony, przekreślony kłos - to informacja o:	70%
T9. Które z poniższych produktów powinny być składnikiem większości posiłków?	69%
T15. Suplement diety to:	65%
T12. Którego oleju powinno używać się do smażenia?	62%
T11. Jaka zalecana jest minimalna aktywność fizyczna w ciągu dnia?	61%
T7. Jaką ilość łącznie w spożywanych w ciągu dnia posiłkach powinny stanowić warzywa i owoce?	52%
T10. Jaka jest zalecana ilość wody wypijanej w ciągu dnia?	50%
T2. Które dodatki do żywności zostały uznane za bezpieczne dla zdrowia?	49%

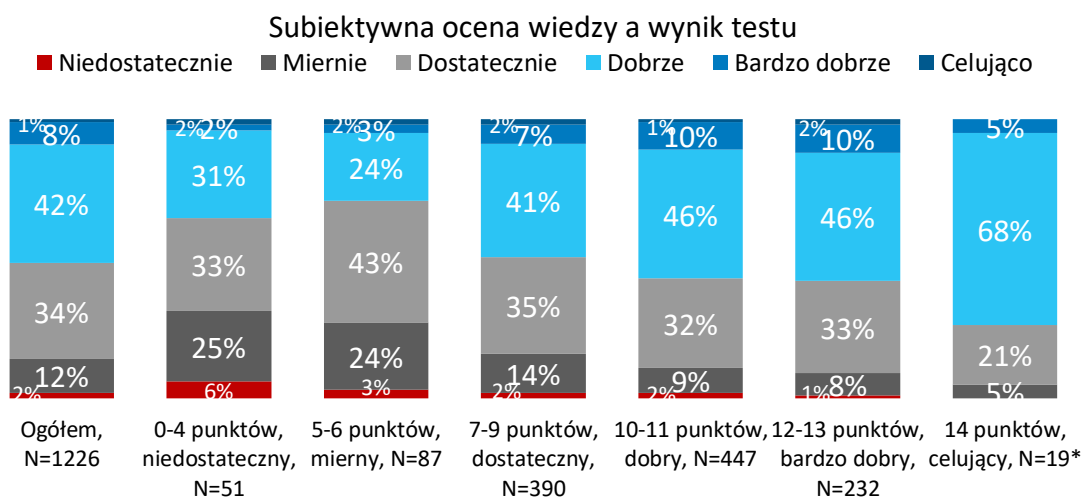


Test nie sprawił większych trudności. Posługując się szkolną skalą ocen, 89% badanych ma ocenę przynajmniej dostateczną. Lepsze wyniki uzyskują kobiety niż mężczyźni, osoby stosujące dietę w porównaniu do osób bez diety. Wyniki były też zróżnicowane w zależności od posiadanego wykształcenia – im wyższy poziom ukończonej edukacji tym wyższa punktacja.



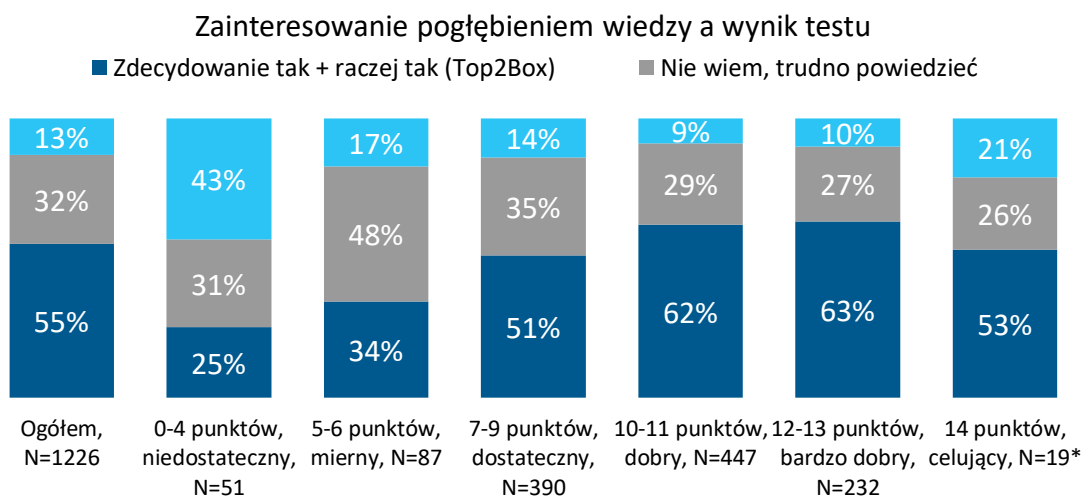
Wykres 15 Wynik testu wiedzy

Deklarowany poziom wiedzy jest adekwatny do uzyskanych wyników. Osoby, które uzyskały niższe wyniki raczej nisko oceniały swoją wiedzę i analogicznie osoby z lepszymi wynikami na ogół deklarowały wyższy poziom wiedzy.



Wykres 16 Subiektywna ocena wiedzy w podziale na uzyskane oceny

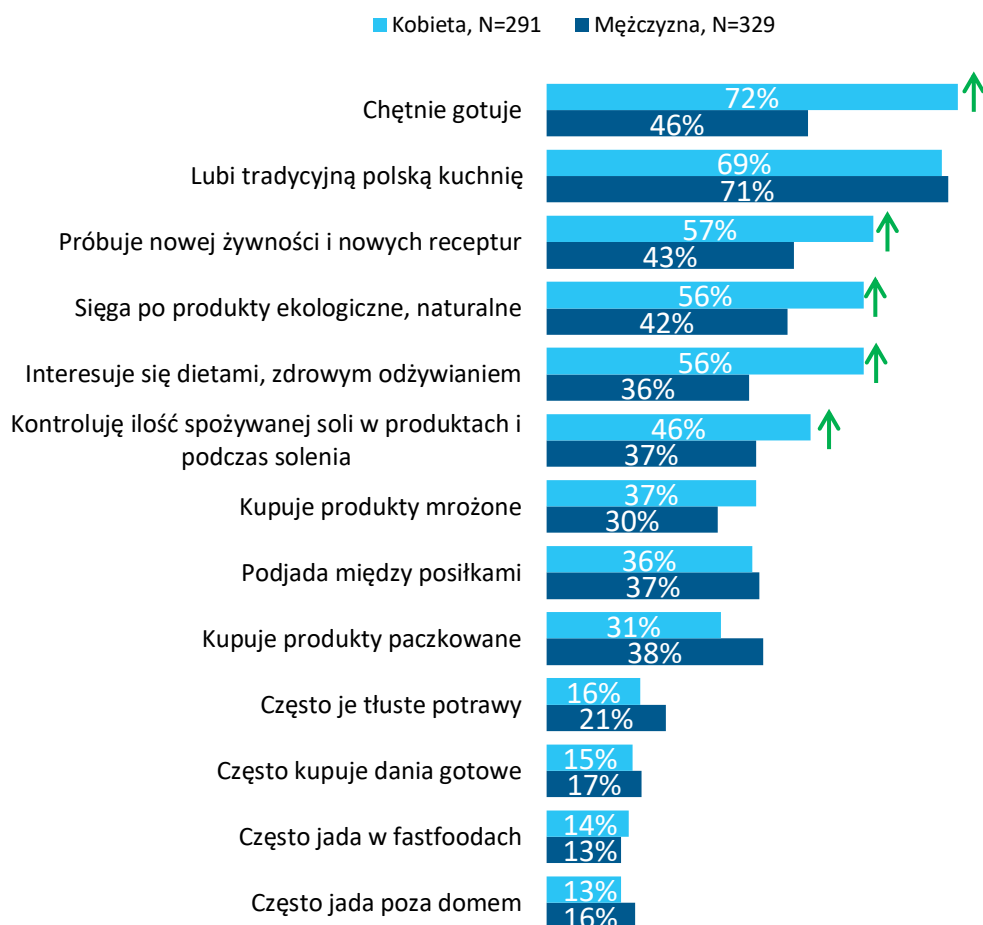
Niemniej, jedna około jedna trzecia wszystkich badanych ocenia swoją wiedzę dostatecznie, a 14% jako niedostateczną lub mierną. Istnieje przestrzeń do działań edukacyjnych w zakresie bezpieczeństwa żywności. Trzeba jednak zwrócić uwagę, że zainteresowanie pogłębieniem wiedzy częściej deklarują respondenci, którzy uzyskali wyższy wyniki w teście, czyli mają już jakieś wiadomości.



Wykres 17 Zainteresowanie pogłębieniem wiedzy w podziale na wynik testu

5. Styl życia (tylko respondenci CAWI)

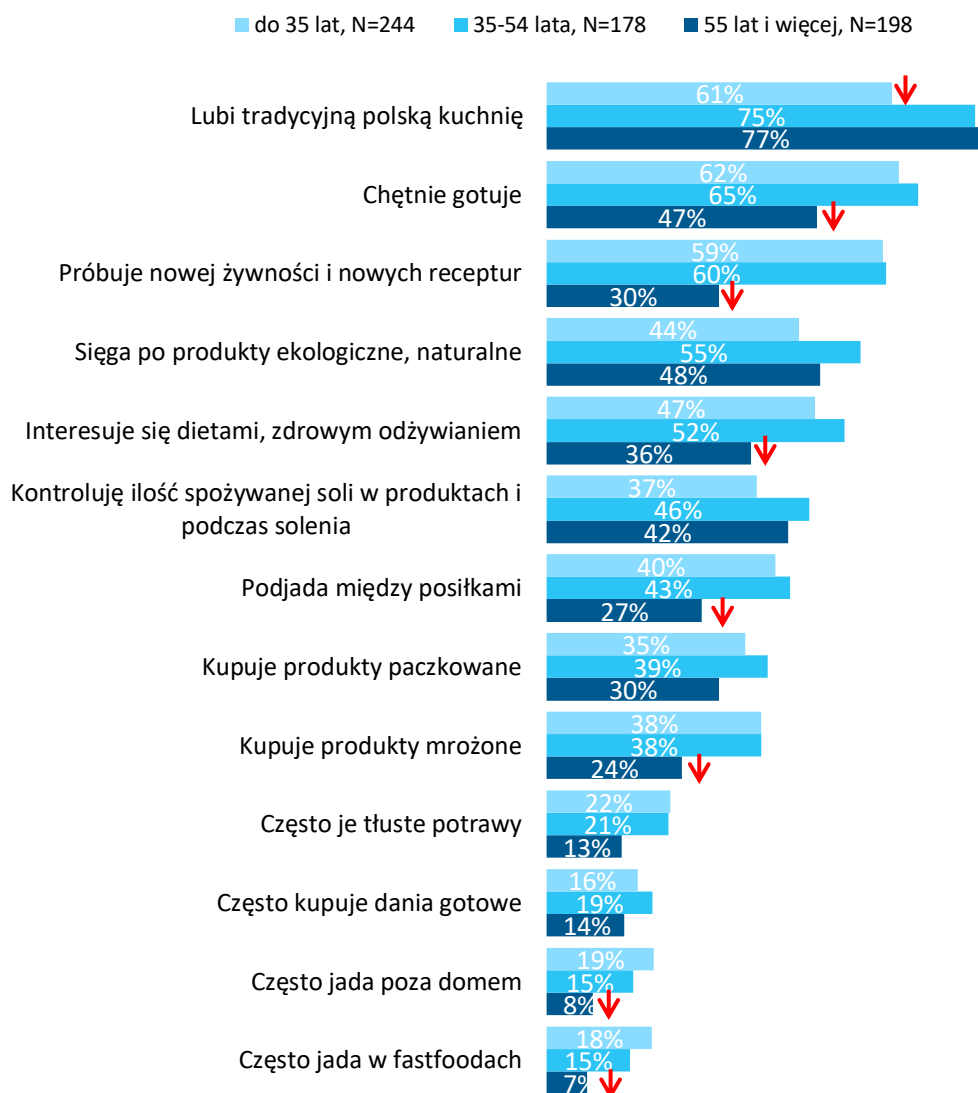
Zwyczaje konsumentów w zakresie odżywiania według płci



Wykres 18 S1. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami. Jestem osobą, która ...; Top2boxes=odpowiedzi „tak” i „zdecydowanie tak”; Tylko respondenci CAWI, N=620

Zarówno większość kobiet jak i mężczyzn deklaruje, że lubi tradycyjną polską kuchnię, jednak to kobiety chętniej gotują. Panie są bardziej otwarte na nowe produkty i receptury oraz częściej od Panów kontrolują ilość spożywanej soli. Kobiety także częściej sięgają po produkty ekologiczne, naturalne oraz częściej interesują się dietami, zdrowym odżywianiem.

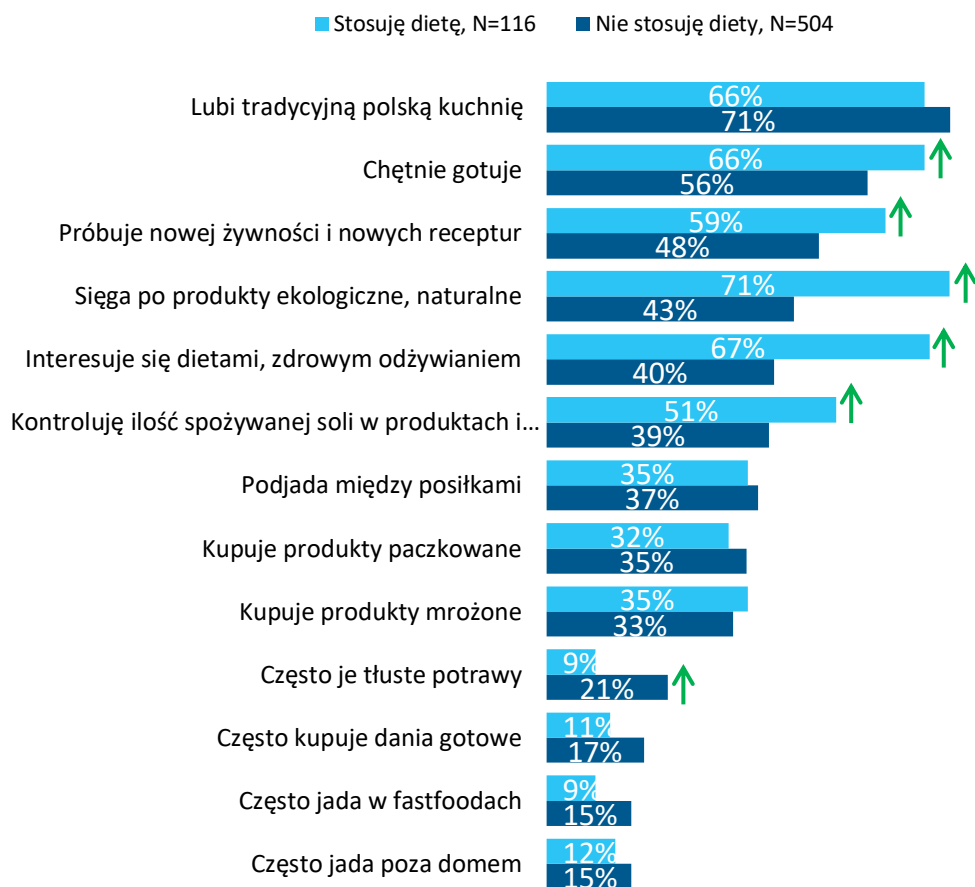
Zwyczaje konsumentów w zakresie odżywiania według wieku



Wykres 19 S1. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami. Jestem osobą, która ...; Top2boxes=odpowiedzi „tak” i „zdecydowanie tak”; Tylko respondenci CAWI, N=620

Większość respondentów lubi tradycyjną polską kuchnię, jednak osoby młodsze (poniżej 35 roku życia) lubią ją rzadziej niż starsi. Natomiast młodszy konsumenci chętniej gotują, a także częściej próbują nowej żywności i nowych receptur w porównaniu do osób powyżej 55 roku życia. Zarówno osoby młodsze jak i w średnim wieku częściej podjadają między posiłkami oraz częściej kupują produkty mrożone. Starsze osoby natomiast mniej interesują się dietami i zdrowym odżywianiem, rzadziej jadają poza domem lub w fastfoodach.

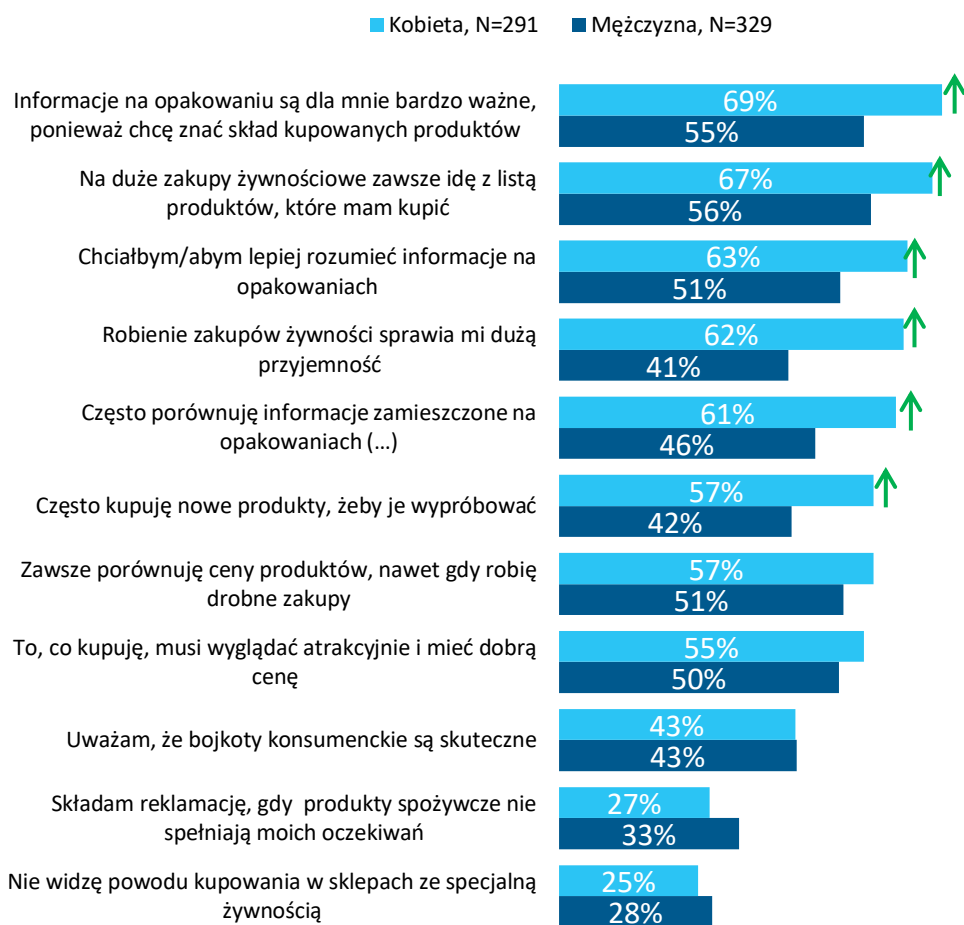
Zwyczaje konsumentów w zakresie odżywiania według stosowania diety



Wykres 20 S1. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami. Jestem osobą, która ...; Top2boxes=odpowiedzi „tak” i „zdecydowanie tak”; Tylko respondenci CAWI, N=620

Osoby, które stosują dietę częściej gotują w porównaniu do osób, które nie są na żadnej diecie. Osoby na diecie także częściej próbują nowej żywności i receptur, częściej sięgają po produkty ekologiczne, naturalne, interesują się zdrowym odżywianiem oraz kontrolują ilość spożywanej soli. Natomiast osoby nie stosujące diety częściej spożywają tłuste potrawy.

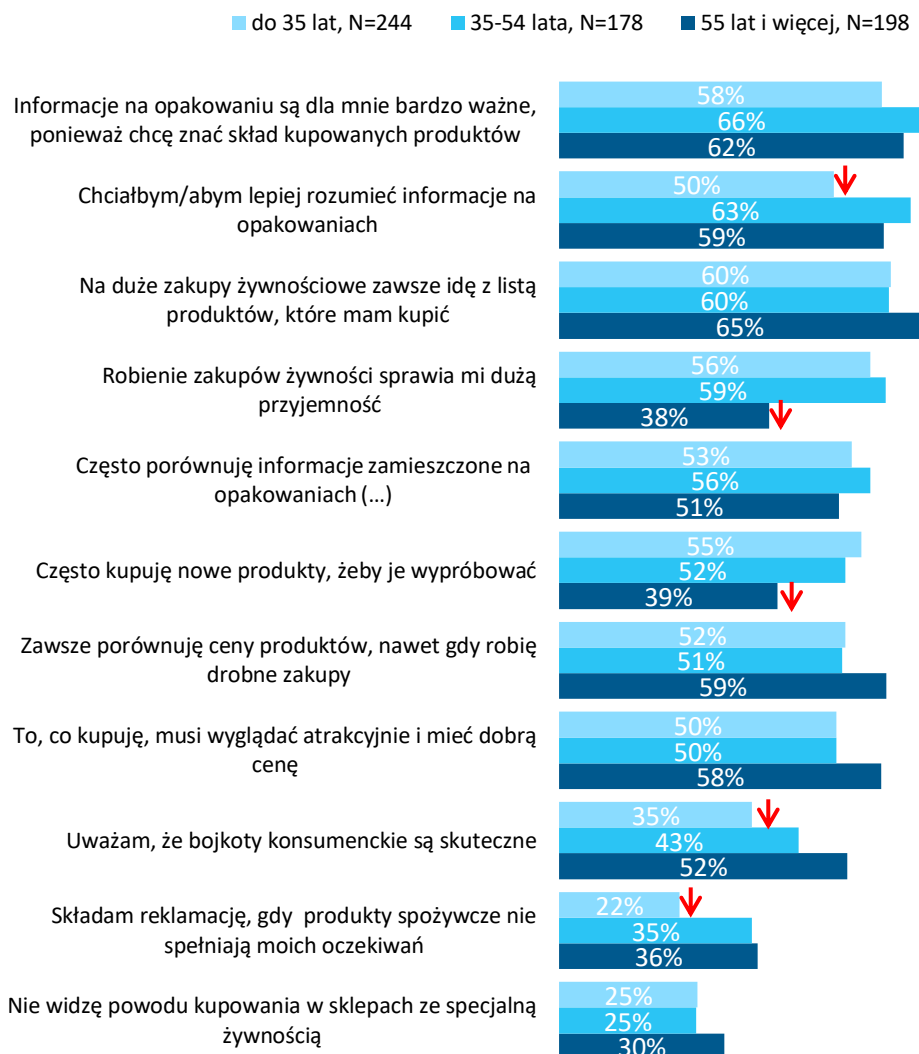
Zwyczaje konsumentów dotyczące kupowanej żywności według płci



Wykres 21 S2. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami; Top2boxes=odpowiedzi „tak” i „zdecydowanie tak”; Tylko respondenci CAWI, N=620

Kobiety w porównaniu do mężczyzn częściej zwracają uwagę na informacje zawarte na opakowaniu żywności, częściej chodzą na zakupy z przygotowaną listą produktów do kupienia, chciałyby lepiej rozumieć informacje zawarte na opakowaniach, a robienie zakupów częściej sprawia im przyjemność. Panie także częściej porównują informacje zamieszczone na opakowaniach oraz częściej kupują nowe produkty, żeby je wypróbować.

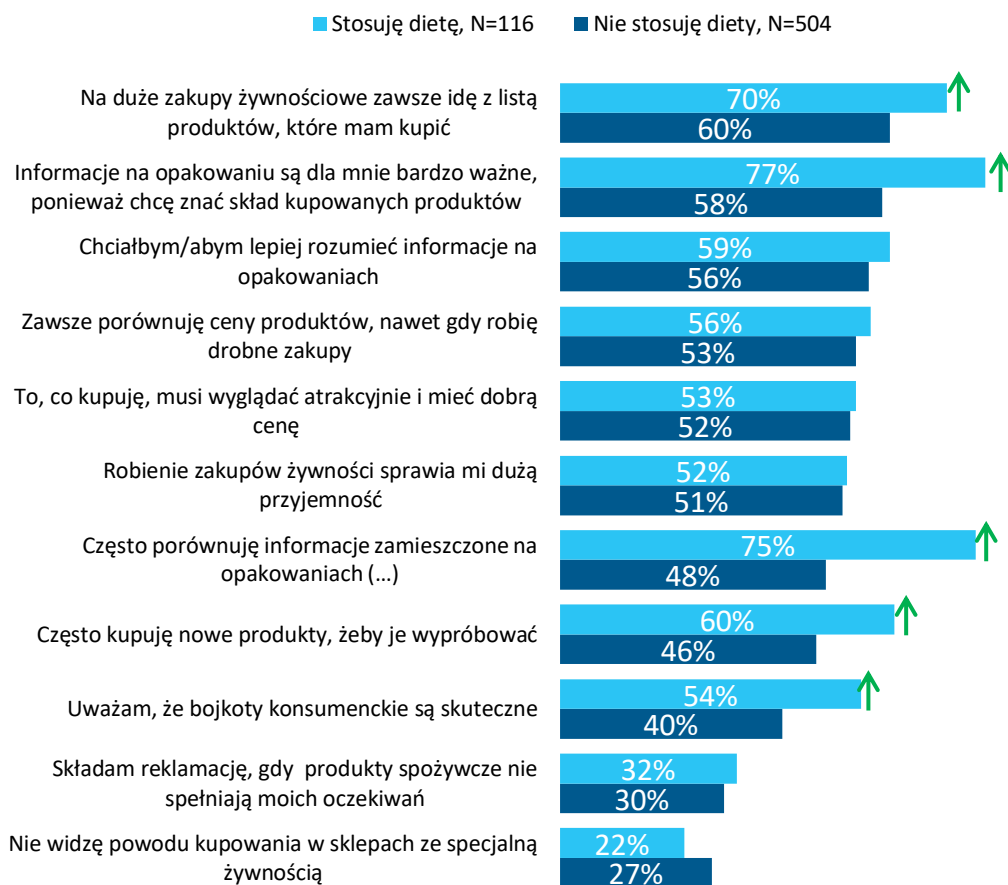
Zwyczaje konsumentów dotyczące kupowanej żywności według wieku



Wykres 22 S2. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami; Top2boxes=odpowiedzi „tak” i „zdecydowanie tak”; Tylko respondenci CAWI, N=620

Osoby młodsze (poniżej 55 roku życia) częściej deklarują, że robienie zakupów żywnościowych sprawia im dużą przyjemność. Osoby pomiędzy 35 a 54 rokiem życia najczęściej deklarują, że chciałyby lepiej rozumieć informacje zawarte na opakowaniu żywności. A najmłodszy badani (poniżej 35 roku życia) najchętniej kupują nowe produkty, żeby je wypróbować. Osoby najstarsze natomiast częściej wierzą w skuteczność bojkotów konsumenckich oracząc częściej składają reklamacje, kiedy produkt nie spełnia ich oczekiwań.

Zwyczaje konsumentów dotyczące kupowanej żywności stosowania diety



Wykres 23 S2. W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami? Top2boxes=odpowiedzi „tak” i „zdecydowanie tak”; Tylko respondenci CAWI, N=620

Osoby, które stosują dietę częściej na duże zakupy idą z listą oraz częściej porównują informację zawarte na produktach żywnościowych, uznają te informacje za ważne, ponieważ chcą znać skład kupowanych produktów, częściej kupują nowe produkty, żeby je wypróbować. Osoby na diecie także częściej wierzą w skuteczność bojkotów konsumenckich.

6. Wnioski

Celem badania było sprawdzenie poziomu wiedzy i określenie potrzeb edukacyjnych w zakresie bezpieczeństwa żywności.

- Większość badanych (87%) deklaruje, że zwraca uwagę na bezpieczeństwo kupowanej żywności. Postawy w tym zakresie różnią się w zależności od poziomu odpowiedzialności za zakupy spożywcze.
- Wyniki testu wskazują, że badani mają zasób wiedzy na temat bezpieczeństwa żywności i zdrowej diety – 57% respondentów uzyskało wynik co najmniej dobry, kolejne 32% dostateczny. Na ogół respondenci realistycznie oceniają swoją wiedzę o bezpieczeństwie żywności, co widać w zestawieniu deklarowanego poziomu wiedzy i wyniku testu.
- Na pytanie wprost o chęć pogłębienia wiedzy w tym zakresie 55% badanych wyraziło zainteresowanie, są to częściej osoby, które uzyskały lepsze wyniki w teście.
- Jako bariery zdobywania wiedzy w tym zakresie badani wskazują brak czasu, obojętność dla tematu lub brak konieczności (ktoś inny odpowiada za zakup żywności).
- Pytania dotyczące stylu życia pokazują, że czynniki demograficzne – płeć i wiek, a także stosowanie diety różnicują postawy wobec zakupów i nawyków żywieniowych.
- W zakresie planowania działań edukacyjnych warto wziąć pod uwagę potrzeby ludzi, którzy posiadają już pewną wiedzę, interesują się zagadnieniem i chcieliby rozszerzyć zasób posiadanych informacji. Respondenci zainteresowani poszerzeniem wiedzy i niezdecydowani najczęściej wskazywali na materiały audiowizualne w Internecie i telewizji jako preferowaną formę przekazu. Istnieje także grupa odbiorców, którzy nie są zainteresowani bezpieczeństwem żywności i ich wiedza jest na niskim poziomie. Wyzwaniem byłoby w tym przypadku nie tyle przekazanie wiedzy, ile kształtowanie przekonania o odpowiedzialności za własne wybory żywieniowe i zdrowych nawyków.
- Planując przekaz edukacyjny warto wziąć pod uwagę, że skuteczność dotarcia do konsumentów może zależeć od ich zaangażowania w wybory konsumenckie w gospodarstwie domowym (co związane jest z płcią), a także wiek, zróżnicowanie poziomu wiedzy i stopnia zainteresowania tematem.



Opracowanie:

Monika Rożen: rozen.m@abrsesta.com

Joanna Buda: buda.j@abrsesta.com

ABR SESTA Sp. z o.o.



Capacity Building Programme
Projekt współfinansowany przez Unię
Europejską w ramach Consumer PRO (S.C. 2018
86 03 – CHAFEA / 2018/CP/04)

