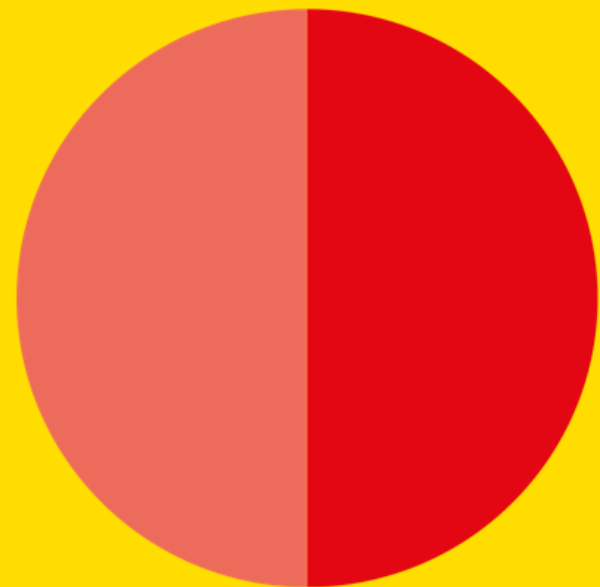


Preferencje i zachowania konsumentów jabłek

Raport z badania

**BADANIE ZOSTAŁO WYKONANE W RAMACH REALIZACJI PRZEZ
KRAJOWY ZWIĄZEK GRUP PRODUCENTÓW OWOCÓW I WARZYW
ZADANIA „BADANIA RYNKU JABŁEK W POLSCE ”.
ZADANIE FINANSOWANE ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU PROMOCJI OWOCÓW I WARZYW.**



Kantar Public: Badanie dla KZGPOiW

Podstawowe informacje o badaniu



Termin badania:

17.03.2023 – 22.03.2023



Próba:

ogólnopolska, reprezentatywna próba 1012 mieszkańców Polski, w wieku 15 i więcej lat



Technika:

wywiady bezpośrednie wspomagane komputerowo (CAPI)



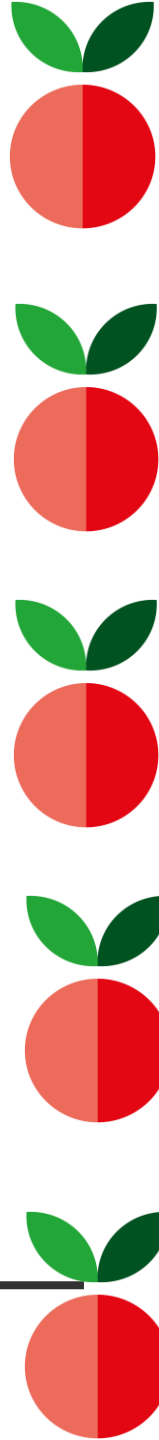
Podsumowanie

Zakupy jabłek

- Ponad połowa Polaków (55%) przyznaje, że w ich gospodarstwach domowych jabłka są kupowane przynajmniej raz w tygodniu. Najczęściej jednorazowo kupuje się około 1 kg tych owoców (48%). Badani najczęściej nie kupują jabłek, gdyż ich nie spożywają.
- Polacy najczęściej kupują jabłka w supermarketach/hipermarketach (53%), targowiskach/bazarach (43%) oraz warzywniakach/sklepach osiedlowych (40%).
- Do rezygnacji z zakupu jabłek najczęściej przyczyniają się widoczne uszkodzenia (49%), nieodpowiedni wygląd/zapach (40%) i za wysoka cena (33%).

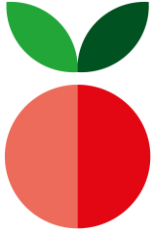
Preferencje dotyczące jabłek

- Dla Polaków najważniejsze przy zakupie jabłek jest ich wygląd/zapach (46%) oraz cena/promocja (41%).
- 64% badanych przyznało, że ma dla nich znaczenie polskie pochodzenie jabłek.
- 70% Polaków preferuje kupowanie jabłek luzem, bez opakowania.
- Jabłka są najczęściej spożywane w formie surowej (80%).
- Odmiana jabłek Lobo jest najczęściej wybierana jako ulubiona (28%), natomiast 31% respondentów nie zwraca uwagi na odmianę spożywanych jabłek. 42% Polaków preferuje słodko-kwaśny smak jabłek, a 32% - słodki. Czerwony kolor jabłka okazał się najbardziej pożądanym przez respondentów (51%).
- Soczystość jabłek jest najbardziej docenianą cechą i jest ważna dla 85% Polaków.
- Polacy najczęściej zgadzali się ze stwierdzeniami, że jabłko kojarzy im się ze zdrową przekąską (82%) oraz owocem dostępnym przez cały rok (80%).



1. ZAKUPY JABŁEK





Jak często w Pana(i) gospodarstwie domowym kupuje się jabłka?

W ponad jednej trzeciej gospodarstwach domowych (35%) jabłka są kupowane raz w tygodniu. 17% Polaków stwierdziło, że w ich domach zakupów jabłek dokonuje się 2-3 razy w tygodniu, a 3% wskazała na codzienny lub prawie codzienny zakup. 21% respondentów przyznało, że jabłka w ich domach kupuje się nieregularnie, a 9%, że w ogóle się ich nie kupuje.

W gospodarstwach domowych **55%** Polaków, kupuje jabłka przynajmniej raz w tygodniu



■ Codziennie lub prawie codziennie

■ Raz w tygodniu

■ Nieregularnie

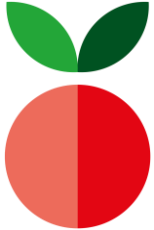
■ Nie wiem

■ 2-3 razy w tygodniu

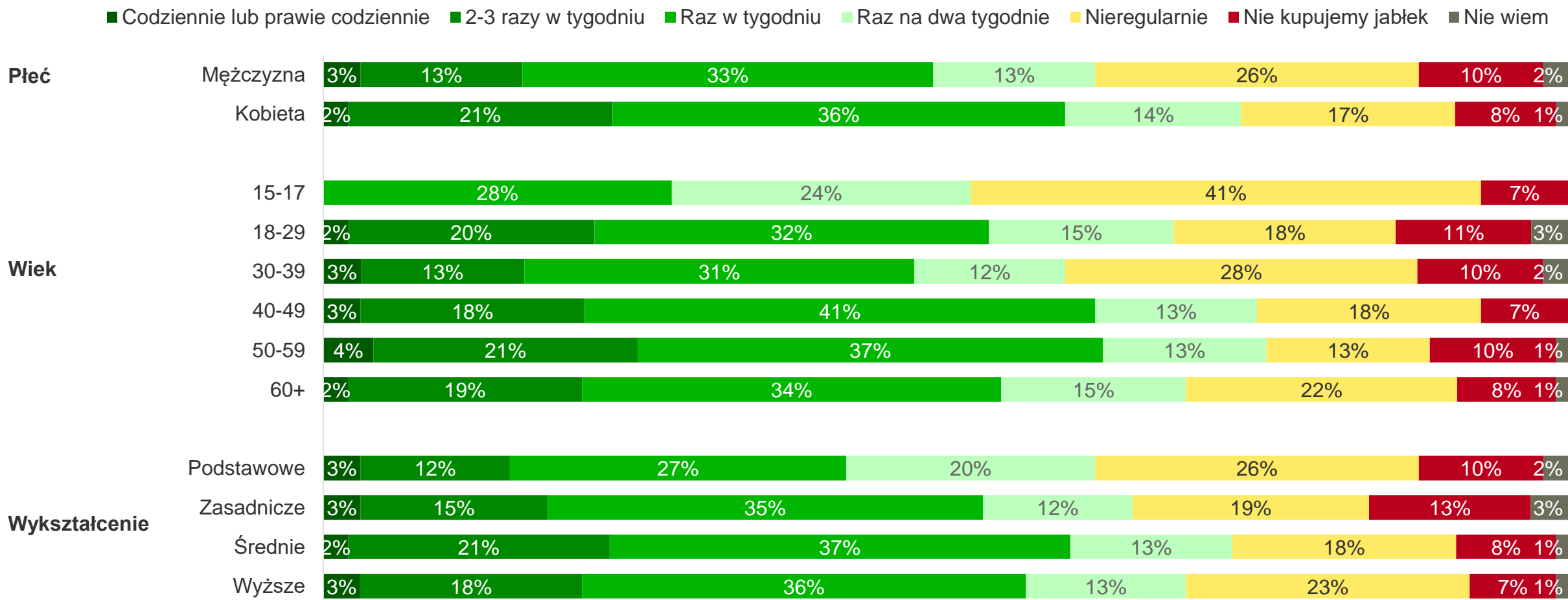
■ Raz na dwa tygodnie

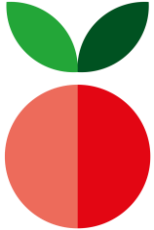
■ Nie kupujemy jabłek

N=1012

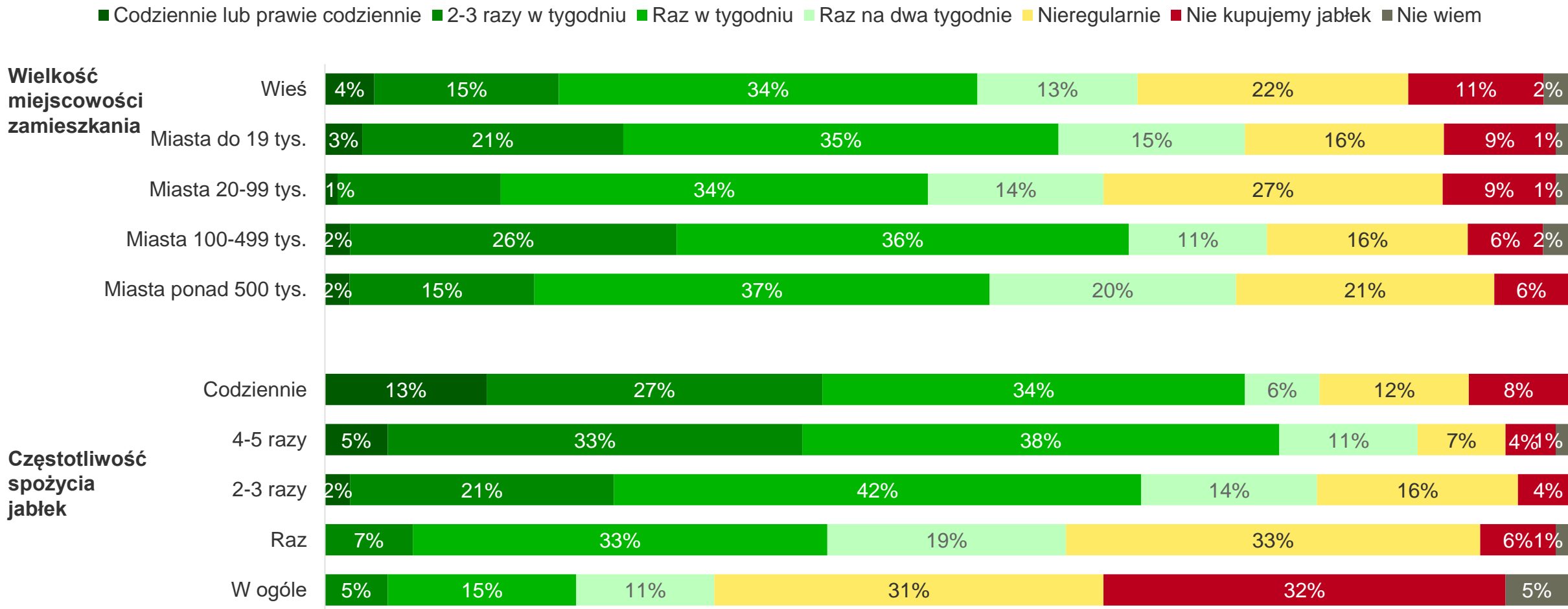


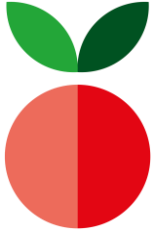
Kobiety (59%) częściej niż mężczyźni (49%), przyznawały, że w ich domach kupuje się jabłka przynajmniej raz w tygodniu. Podobną tendencję można zaobserwować wśród osób w wieku 40-49 lat (62%) oraz 50-59 lat (62%). W przypadku wykształcenia, badani z wykształceniem średnim najczęściej wskazywali na kupowanie jabłek przynajmniej raz w tygodniu (60%).





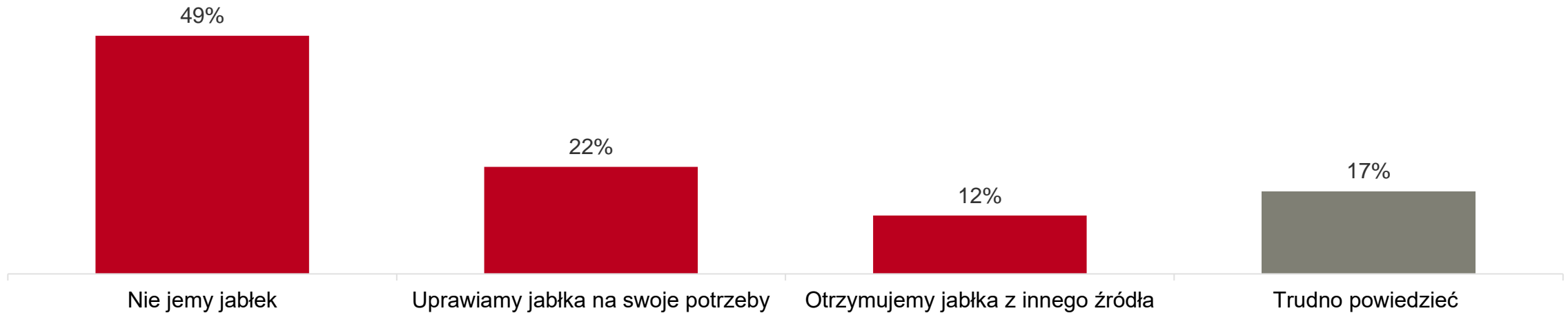
Jabłka przynajmniej raz w tygodniu kupują częściej mieszkańcy miast od 100 do 499 tys. (64%) oraz miast do 19 tys. (59%), podobnie jak respondenci spożywający jabłka 4-5 razy w tygodniu poprzedzającym badanie (76%).



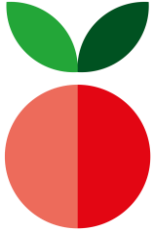


Dlaczego w Pana(i) gospodarstwie domowym nie kupuje się jabłek?

Niespełna połowa badanych (49%) stwierdziła, że w ich gospodarstwach domowych nie kupuje się jabłek, ponieważ domownicy ich nie spożywają. Inną przyczyną nie kupowania jabłek jest samodzielne ich uprawianie (22%) oraz otrzymywanie jabłek z innego źródła niż kupno (12%). 17% respondentów nie potrafiło stwierdzić dlaczego w ich gospodarstwie domowym nie są kupowane jabłka.

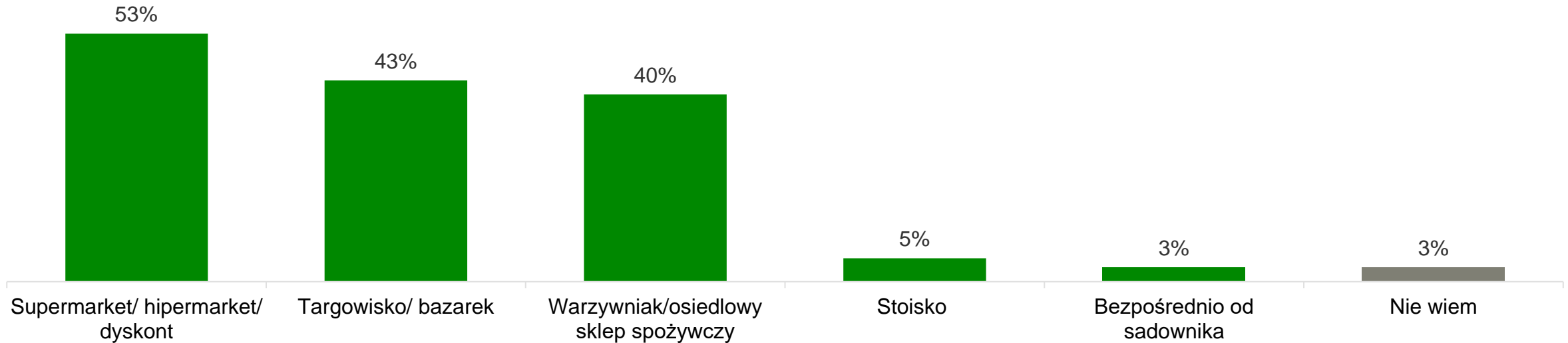


N=92

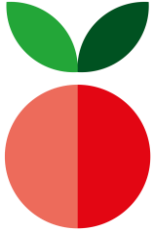


Gdzie Pan(i) lub inne osoby z Pana(i) gospodarstwa domowego kupują jabłka?

Jabłka najczęściej kupowane są w supermarketach/hipermarketach – 53%, targowiskach/bazarkach – 43% oraz w warzywniakach/osiedlowych sklepach spożywczych – 40%. O wiele rzadziej Polacy nabywają jabłka na stoiskach – 5% oraz bezpośrednio od sadownika – 3%. Kupowanie jabłek w supermarketach jest najbardziej popularne wśród osób w wieku 30–39 lat oraz osób spożywających (63%) oraz kupujących (67%) jabłka codziennie. Targowiska i warzywniaki jako miejsce nabywania jabłek są bardziej popularne w starszych grupach wiekowych (od 40 do 60+ lat), niż w młodszych (od 15 do 39 lat).

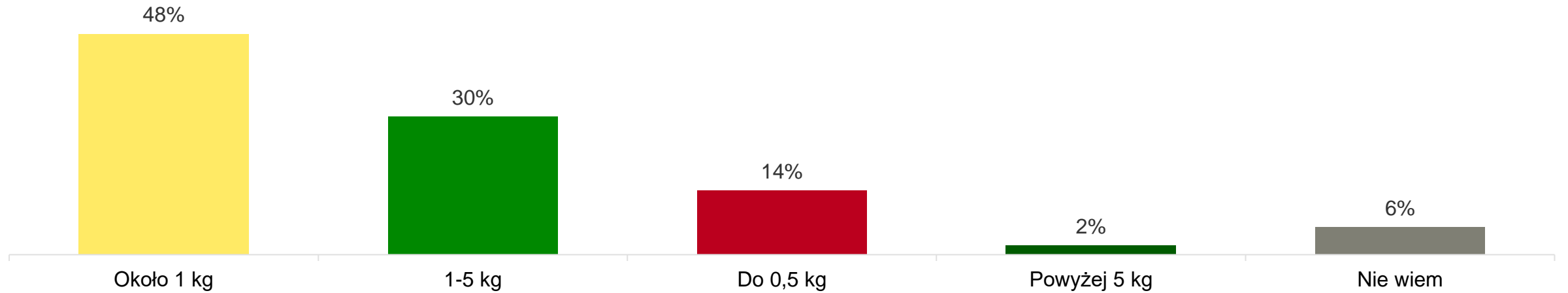


N=922

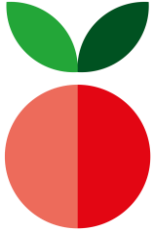


Ile jabłek kupuje się jednorazowo w Pana(i) gospodarstwie domowym?

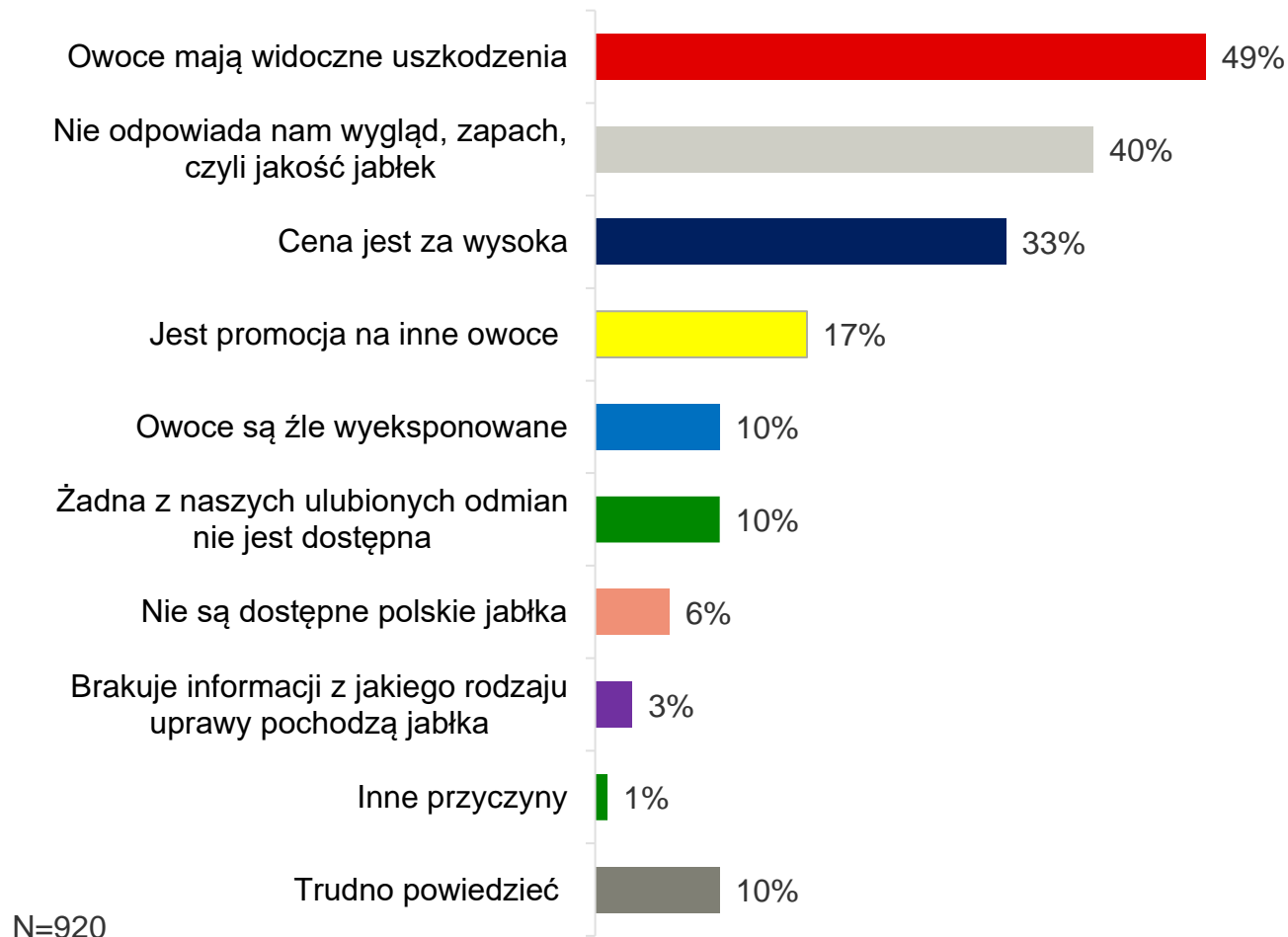
48% badanych przyznało, że najczęściej jednorazowo do ich gospodarstw domowych kupuje się około 1 kg jabłek. 30% Polaków stwierdziło, że jest to 1-5 kg, a 14% - do 0,5 kg. Jedynie 2% badanych przyznało, że w ich domach jednorazowo kupuje się powyżej 5 kg jabłek. Odsetek respondentów, którzy nie potrafili tego określić wyniósł 6%.



N=920

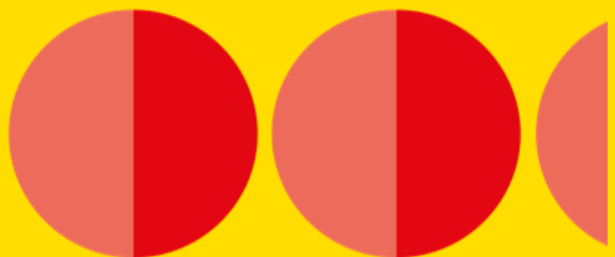
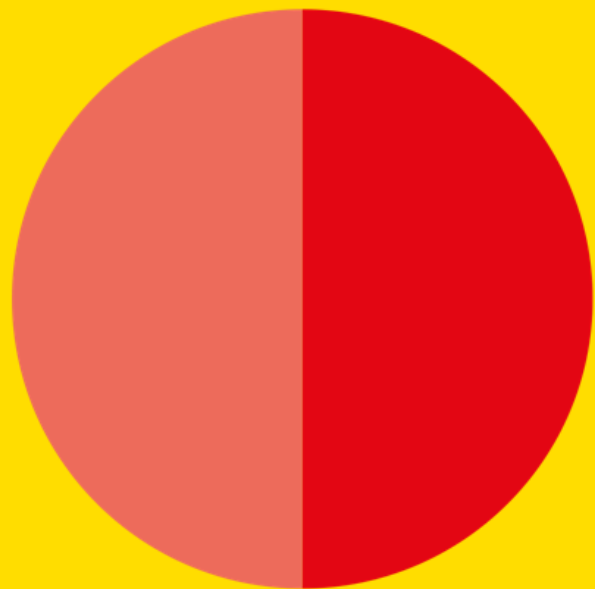


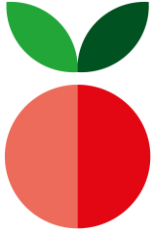
W jakich sytuacjach w Pana(i) gospodarstwie domowym rezygnuje się z zakupu jabłek podczas wizyty w sklepie lub innym miejscu zakupu?



Prawie połowa Polaków (49%) stwierdziła, że w ich domach rezygnuje się z kupna jabłek z powodu widocznych uszkodzeń. Nieco rzadziej wskazywanymi powodami rezygnacji z kupna jest nieodpowiedni wygląd, zapach owoców (40%) oraz za wysoka cena (33%). Rzadziej na decyzję o rezygnacji z nabycia jabłek wpływają promocje innych owoców (17%), zła ekspozycja (10%), brak dostępności ulubionej odmiany (10%), brak dostępności polskich jabłek (6%) oraz brak informacji z jakiej uprawy pochodzą dane owoce (3%). Kobiety oraz mieszkańcy największych miast deklarują, że w ich gospodarstwach domowych częściej rezygnuje się z zakupu, gdy: owoce są uszkodzone (odpowiednio 50%, 63%), nie odpowiada jakość owocu (43%, 60%), jest oraz gdy żadna z preferowanych odmian nie jest dostępna (12%, 13%). Ponadto w gospodarstwach domowych reprezentowanych przez kobiety częściej porzuca się decyzję o zakupie, gdy brakuje ulubionej odmiany (12%), natomiast w przypadku mężczyzn, gdy cena jest zbyt wysoka (35%).

2. PREFERENCJE DOTYCZĄCE JABŁEK



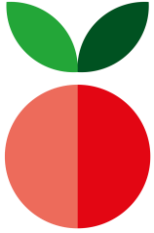


Co jest dla Pana(i) osobiście najważniejsze przy zakupie jabłek?



Polacy przy zakupie jabłek najczęściej zwracają uwagę na ich wygląd i zapach (46%) oraz cenę i dostępne promocje (41%). Rzadziej natomiast Polacy jako najważniejsze czynniki wskazywali odmianę jabłek (29%), kraj pochodzenia (19%) czy dostępność w miejscu gdzie najczęściej robią zakupy (13%). Najmniej istotne przy zakupie jabłek okazało się pochodzenie z ekologicznej uprawy (6%) oraz rekomendacja sprzedawcy (5%). Na wygląd, zapach zwracają uwagę osoby z wyższym wykształceniem (55%), mieszkańcy największych miast (64%) oraz osoby w wieku 18-29 lat (57%), cena jest istotna dla najstarszych badanych (46%) i osób z podstawowym wykształceniem (56%), natomiast polskie owoce starają się kupować kobiety (22%), osoby w wieku 60+ (24%) oraz badani posiadający wyższe wykształcenie (24%).

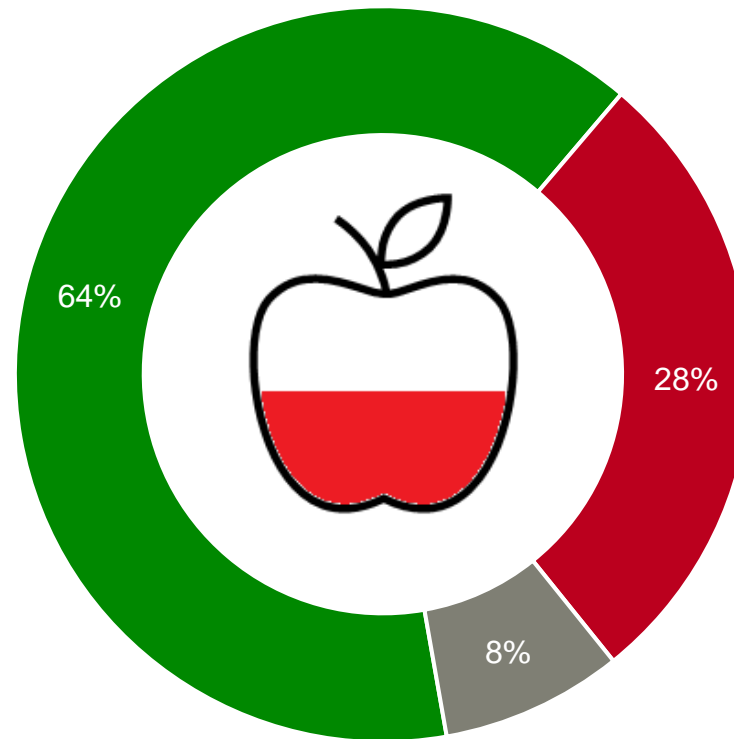
N=920



Czy polskie pochodzenie jabłek ma dla Pana(i) znaczenie przy ich zakupie?

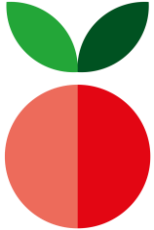
Dla 64% Polaków polskie pochodzenie jabłek ma znaczenia przy ich zakupie. Przeciwnego zdania jest 28% respondentów, a 8% nie potrafiło odpowiedzieć na to pytanie. Pochodzenie jabłek ma największe znaczenie dla kobiet (69%), oraz osób z wyższym wykształceniem (70%). Również wraz z wiekiem rósł odsetek respondentów, którzy potwierdzali ważność polskiego pochodzenia jabłek przy zakupie.

Polskie pochodzenie jabłek ma znaczenie w opinii **64%** Polaków.



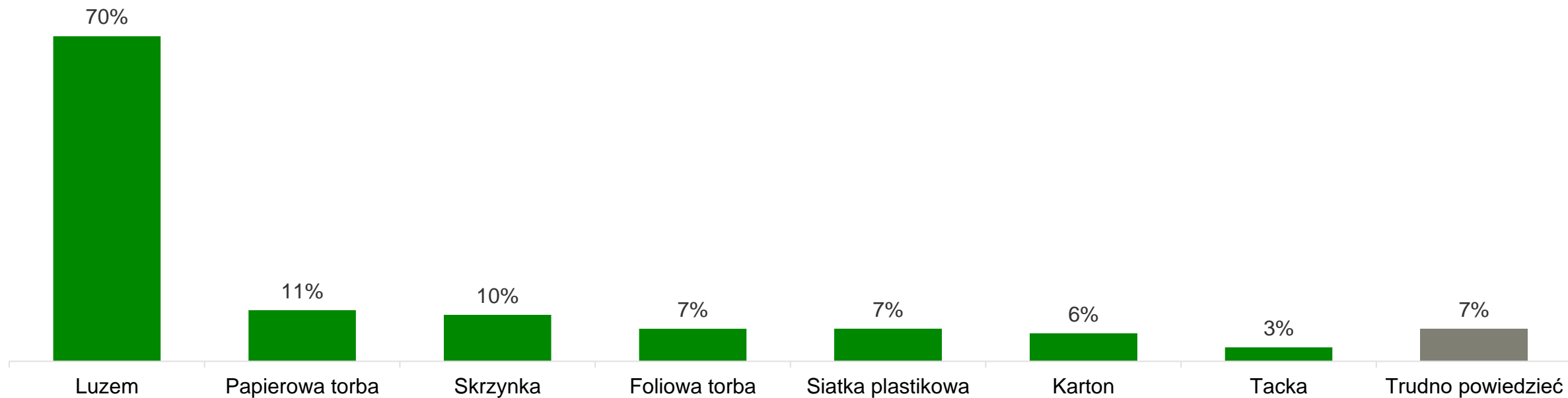
- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

N=901

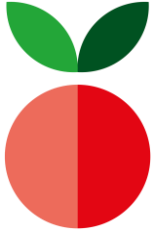


Jaki rodzaj opakowania jabłek Pan(i) preferuje?

Większość Polaków (70%) preferuje brak opakowania przy zakupie jabłek. Papierową torbę jako najlepsze opakowanie jabłek wybrało 11% badanych, skrzynkę 10%, foliową torbę i siatkę plastikową po 7%, karton 6%, a tackę 3%. 7% respondentów nie potrafiło określić jakie opakowanie preferują. Brak opakowania częściej preferują kobiety (72%) oraz osoby codziennie kupujące jabłka (80%)

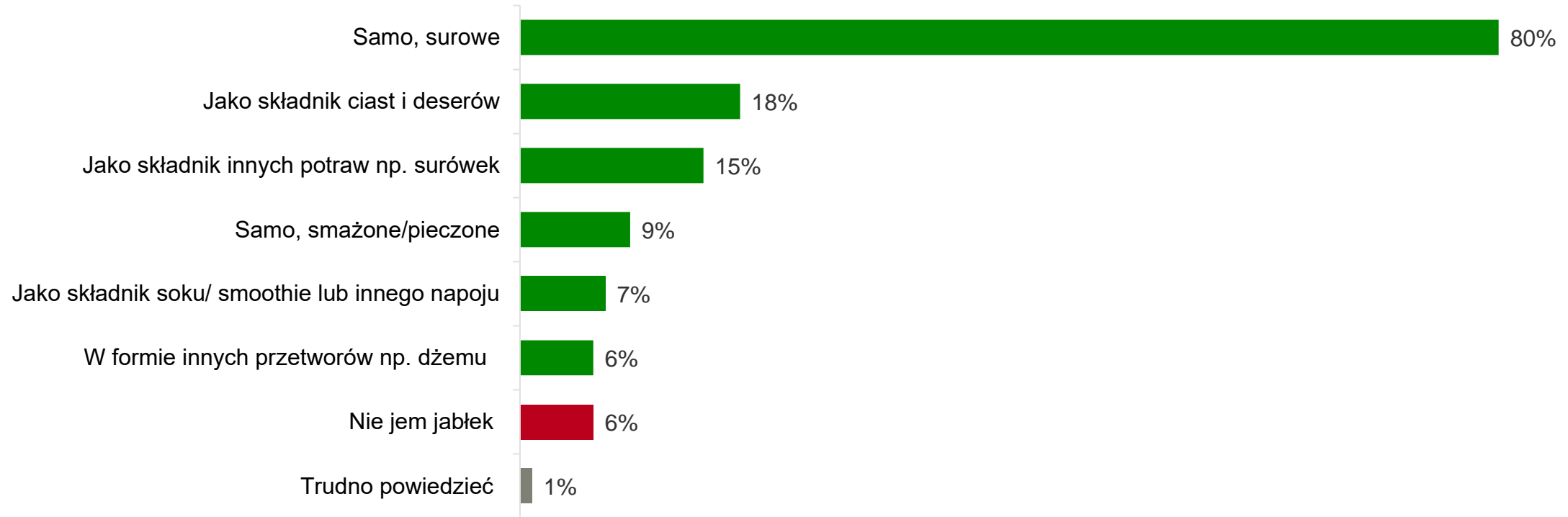


N=920

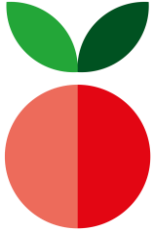


W jakiej formie najczęściej spożywa Pan(i) jabłka?

Polacy najczęściej spożywają jabłka w formie surowej (80%). Znacznie rzadziej jabłka są spożywane jako składnik ciast/deserów (18%), jako składnik innych potraw (15%), same w formie smażonej/pieczonej (9%), jako składnik soku/napoju (7%) czy w formie przetworów (6%). W ciastach oraz jako składnik innych potraw jabłka są częściej spożywane przez kobiety (odpowiednio 22%, 18%).

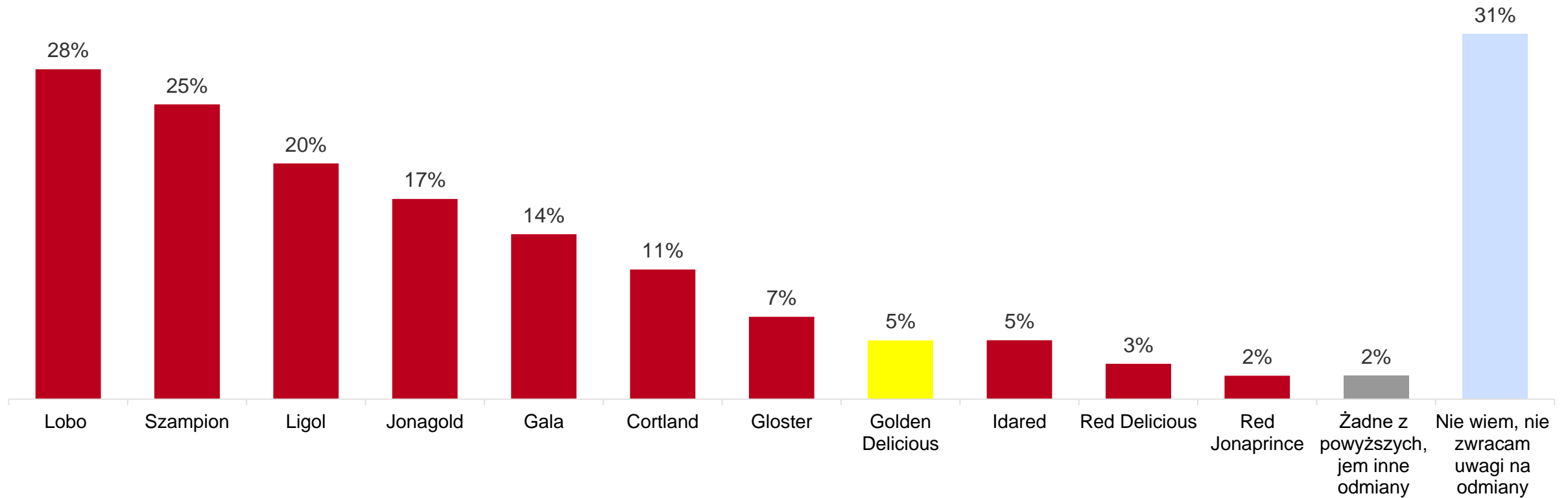


N=1012

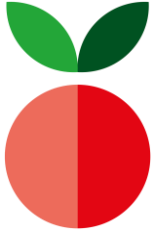


Które z wymienionych odmian jabłek najczęściej Pana(i) je?

Największy odsetek Polaków (31%) nie zwraca uwagi na odmiany jabłek. Częściej takiej odpowiedzi udzielali mężczyźni (40%), niż kobiety (22%). Ze względu na wiek, najczęściej na odmianę jabłek nie zwracają uwagi najmłodsi badani w wieku 15-17 lat (64%), mężczyźni (40%), osoby nie zwracające uwagi na pochodzenie owoców (42%) oraz kupujący jabłka nieregularnie (45%). Najczęściej spożywanymi odmianami przez badanych są Lobo (28%), Szampion (25%) oraz Ligol (20%). Najmniej popularne okazały się takie odmiany jak Golden Delicious (5%), Idared (5%), Red Delicious (3%) oraz Red Jonaprince (2%).

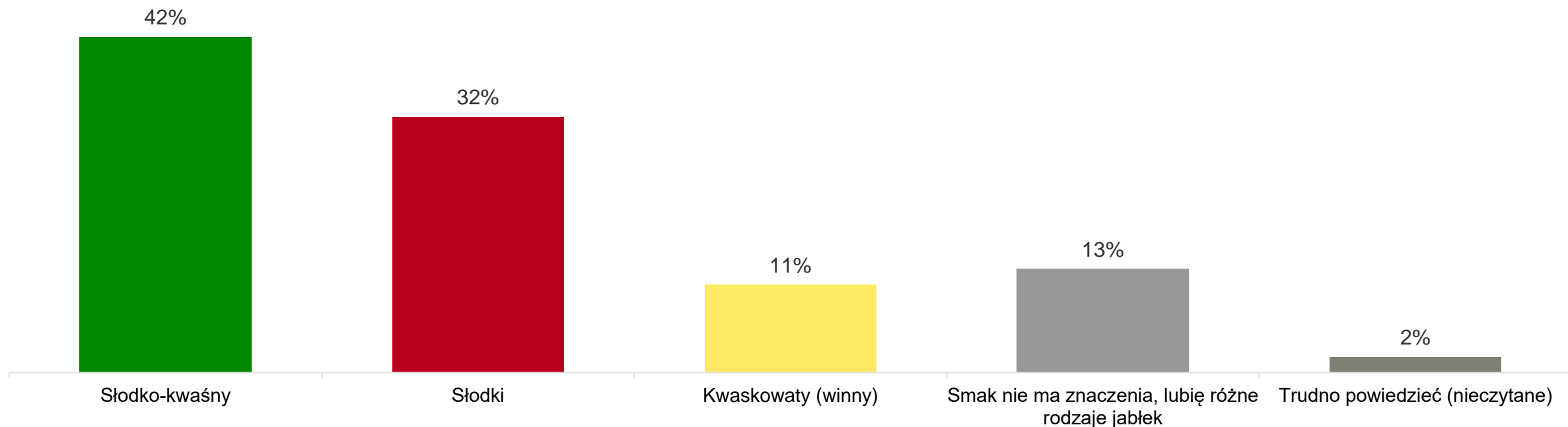


N=953

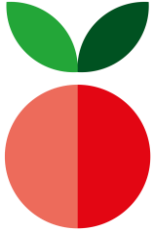


Jaki jest Pana(i) ulubiony smak jabłek?

Słodko-kwaśny smak jabłek jest ulubionym smakiem Polaków (42%). Na drugim miejscu znalazł się smak słodki (32%), a na trzecim kwaskowaty (11%). 13% badanych uważa, że smak nie ma dla nich znaczenia, gdyż lubią różne rodzaje jabłek. Słodko-kwaśny smak preferują kobiety (45%), osoby w wieku 50-59 (50%) oraz 60+ (47%), a także badani z zawodowym wykształceniem (46%). Słodki cenią sobie nieco częściej mężczyźni (33%), respondenci w wieku 18-29 (39%) i 30-39 lat (38%) oraz osoby z wykształceniem podstawowym (38%).

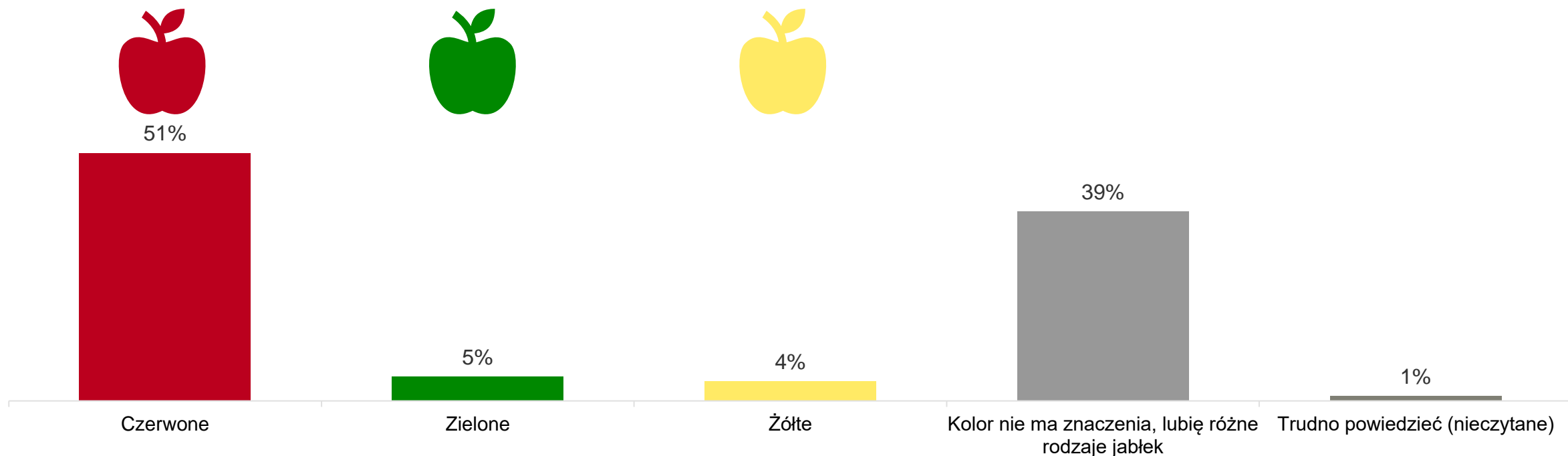


N=953

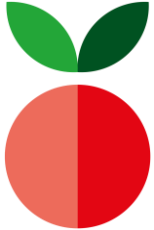


Jakiego koloru jabłka je Pan(i) najchętniej?

Nieco ponad połowa Polaków (51%) najchętniej spożywa czerwone jabłka. Jabłka zielone i żółte są najchętniej spożywane przez odpowiednio 5% i 4% badanych. 39% Polaków jest zdania, że kolor jabłek nie ma znaczenia, ponieważ lubią różne rodzaje. Czerwony kolor preferują najmłodszy badani (69%), osoby z zawodowy wykształceniem (58%), a także dokonujący zakupów jabłek 2-3 razy w tygodniu (59%). Czterdziestolatkowie (46%) oraz osoby kupujące jabłka raz w tygodniu (43%) częściej uważają, że kolor nie ma znaczenia.

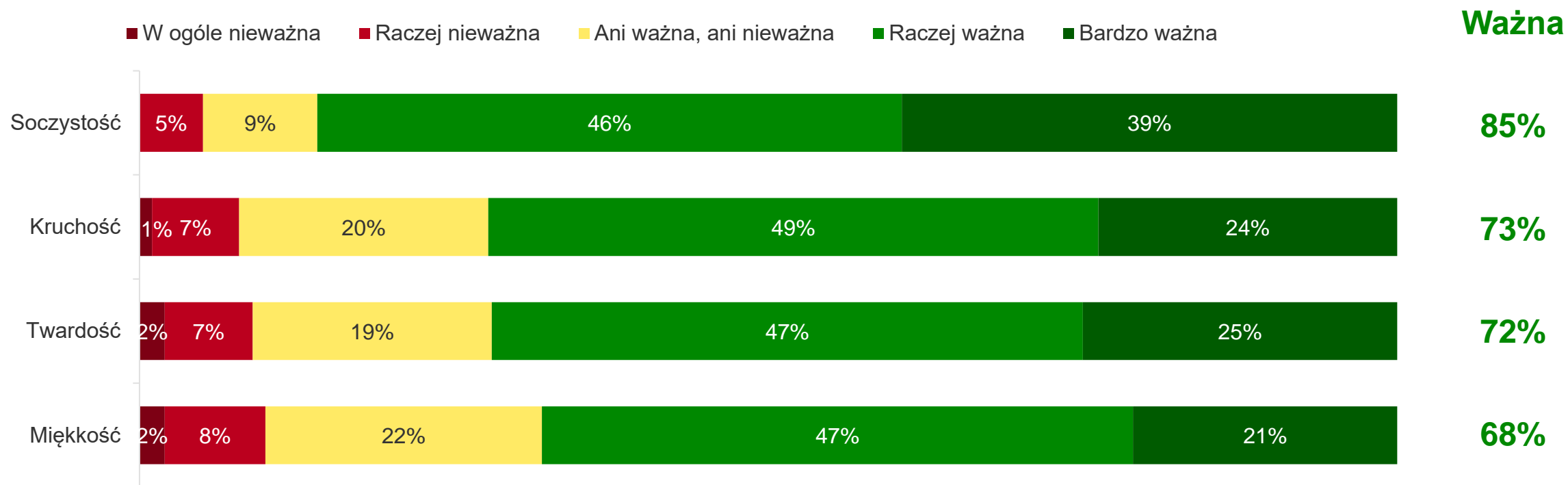


N=953

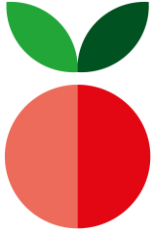


Na ile każda z następujących cech jabłek jest dla Pana(i) ważna?

Najczęściej wskazywaną ważną cechą jabłek była soczystość (85%). W podobnym stopniu badani zwracają uwagę na kruchość jabłka (73%) oraz jego twardość (72%). Najmniejszy odsetek badanych wskazywał miękkość jabłek jako ważną cechę (68%). Miękkość cenią sobie bardziej starsi badani 50-59 (71%) oraz 60+ (72%), natomiast kruchość jest ważna w przypadku kobiet (74%) oraz respondentów z zawodowym wykształceniem (75%).



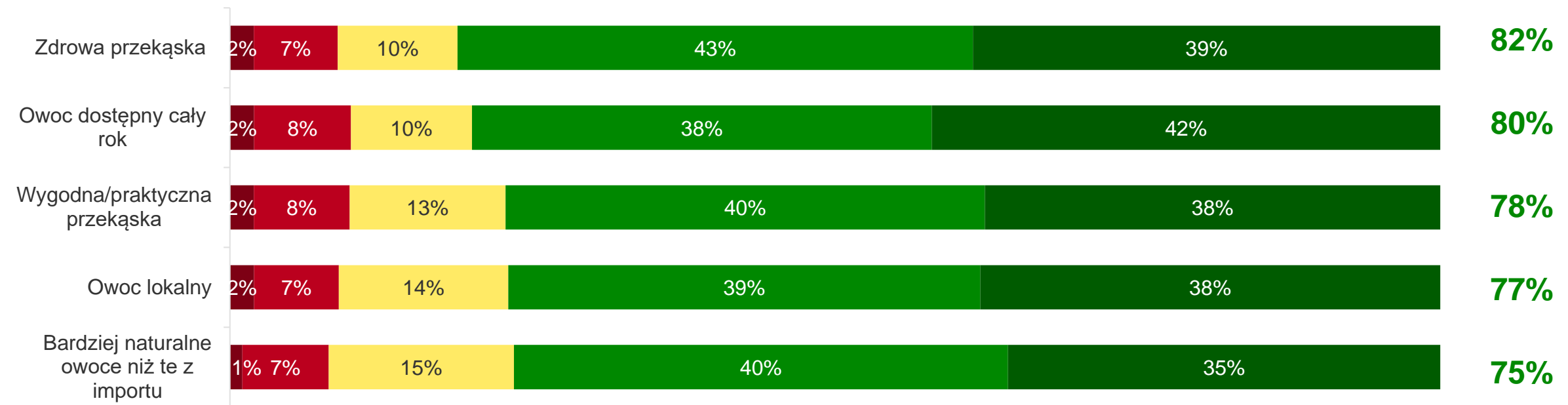
N=953



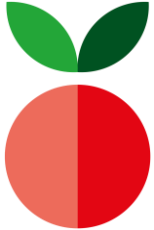
Na ile polskie jabłka kojarzą się Panu(i) z każdym z następujących określeń?

Polskie jabłka najbardziej kojarzą się ze zdrową przekąską (82%). 80% badanych zgadza się z tym, że polskie jabłka kojarzą się z owocem dostępnym przez cały rok, według 78% z wygodną i praktyczną przekąską, a według 77% z owocem lokalnym. Najmniejszy odsetek badanych kojarzy polskie jabłka z bardziej naturalnym owocem niż te pozyskiwane z importu (75%). Mieszkańcy największych miast, osoby z wyższym wykształceniem oraz czterdziestolatkowie w większości przypadków najczęściej udzielali odpowiedzi twierdzących odnośnie poniższych skojarzeń. Ponadto dziewięciu na dziesięciu respondentów zwracających uwagę na polskie pochodzenie jabłek oceniło polskie jabłka jako kojarzące się w przypadku wszystkich skojarzeń.

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

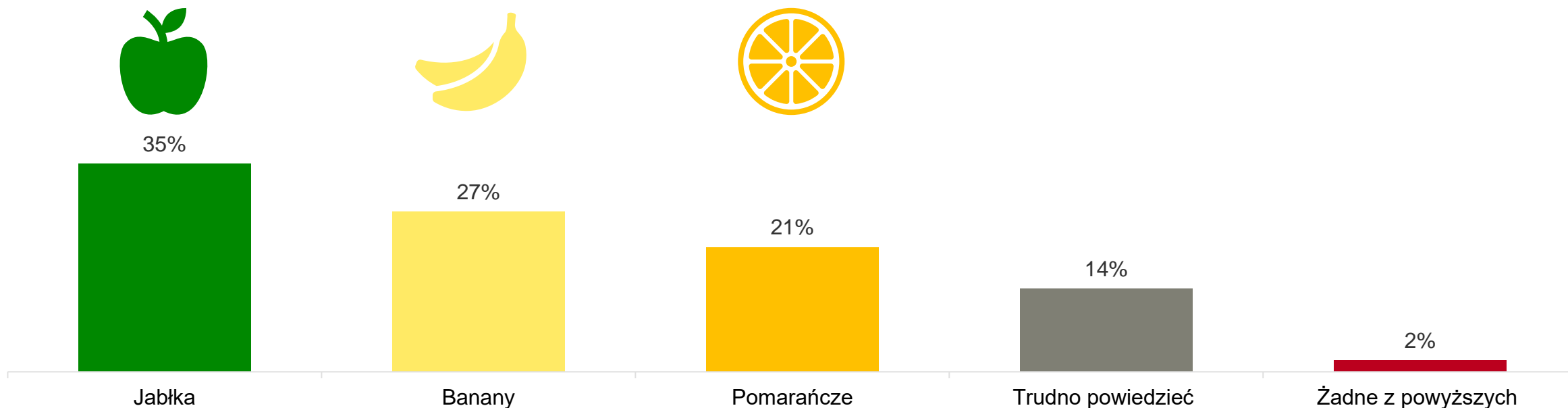


N=1000



Co by Pan(i) kupił(a), jeżeli w tej samej cenie byłyby dostępne jabłka, banany i pomarańcze?

Ponad jedna trzecia badanych (35%) w sytuacji wyboru pomiędzy trzema owocami: jabłkami, bananami i pomarańczami w tej samej cenie, zdecydowałaby się na zakup jabłek. 27% Polaków w takiej sytuacji wybrałoby banany, a 21% pomarańcze. Odsetek respondentów, którzy nie potrafili odpowiedzieć na to pytanie wyniósł 14%. Jabłka kupiliby najchętniej starsi badani 60+ (48%) oraz osoby jedzące jabłka codziennie, w tygodniu poprzedzającym badanie (48%). Banany kupiliby mężczyźni (29%), osoby w wieku 18-29 lat (39%), nie spożywający jabłek w tygodniu przed badaniem (37%), natomiast pomarańcze wolałyby kobiety (24%), czterdziestolatkowie (28%) oraz osoby z wyższym wykształceniem (26%).



N=1012

Preferencje i zachowania konsumentów jabłek

BADANIE ZOSTAŁO WYKONANE W RAMACH REALIZACJI PRZEZ KRAJOWY ZWIĄZEK GRUP PRODUCENTÓW OWOCÓW I WARZYW ZADANIA „BADANIA RYNKU JABŁEK W POLSCE”. ZADANIE FINANSOWANE ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU PROMOCJI OWOCÓW I WARZYW.

