Polacy a soki

Kategoria: Styl życia
Opublikowano: środa, 13, marzec 2024 15:47
Katarzyna Sekuła
Odsłony: 1295

W tegorocznym badaniu konsumenckim dotyczącym wiedzy o sokach, tak samo jak w zeszłym roku, wzięła udział ogólnopolska próba Polaków, osoby w wieku od 20 do 75 lat. Jego celem było poznanie nawyków konsumentów dotyczących wyboru i spożycia soków oraz ich nawyków żywieniowych, a także zbadanie wiedzy respondentów na temat soków dostępnych w sklepach.

Aż 55% konsumentów pije soki ze względu na składniki odżywcze

Najczęstszym powodem picia soków jest potrzeba uzupełnienia witamin i innych składników odżywczych. Tak odpowiedziało 55% osób badanych. Połowa respondentów sięga po soki także dla ich smaku – częściej mężczyźni, osoby młodsze (do 34 roku życia) i z wyższym wykształceniem, a 43% konsumentów wybiera soki dla zaspokojenia pragnienia (częściej mężczyźni). Jako alternatywę dla całych owoców i warzyw soki wybiera 28% konsumentów. Warto podkreślić, że 55% osób badanych uznaje, że tego rodzaju produkty mogą być wartościowym uzupełnieniem diety.

Wzrasta ilość spożywanego soku jednorazowo

Wyniki tegorocznego badania wykazują, że zmniejszyła się częstotliwość spożywania soków "kilka razy dziennie". Taką odpowiedź zaznaczyło jedynie 10% respondentów, co oznacza 4% spadek w porównaniu do zeszłorocznych badań. Warto jednak zwrócić uwagę na wzrost ilości spożywanego soku jednorazowo – 16% respondentów wskazało, że wypija jednorazowo więcej niż szklankę, co stanowi wyraźny wzrost względem lat poprzednich. Wciąż jednak większość z nas wypija jednorazowo 200-250 ml soku.

Sok jako porcja owoców i warzyw

Interesujący jest także trend związany z postrzeganiem soku jako porcji owoców i warzyw. Sześciu na dziesięciu konsumentów jest zdania, że szklanka soku może stanowić jedną z 5 dziennych porcji owoców i warzyw, jednak odpowiedzi tych jest mniej niż w poprzednich latach. Co więcej, 42% respondentów uważa, że mogą to być także soki dostępne w sklepie.

Większość konsumentów słyszało o podstawach zdrowego odżywiania. Badanie pozwoliło zgłębić tematykę znajomości zasad zbilansowanej diety. Okazuje się, że ¾ konsumentów słyszało o podstawach zdrowego odżywiania – min. 5 porcji warzyw i owoców dziennie i tyle samo z nich przynajmniej czasami stosuje zasady zbilansowanej diety. Jednak jedynie 16% robi to zawsze. Są to zwykle osoby z wyższym wykształceniem, mieszkające w największych miastach oraz te w wieku do 34 lat. Osoby z niższym wykształceniem i mężczyźni częściej nigdy nie stosują zasad zbilansowanej diety.

Osoby z wyższym wykształceniem częściej zwracają uwagę na etykiety

Jakie jeszcze zmiany w zachowaniach konsumenckich można zaobserwować na podstawie analizy przeprowadzonego badania? Okazuje się, że corocznie maleje liczba osób, które zwracają uwagę na informacje dotyczące recyclingu opakowania soku. W bieżącym roku jedynie 16% respondentów przyznaje, że sprawdza tę informację, w porównaniu do 23% w 2022 roku. Okazuje się, że 3 na 10 konsumentów zawsze czyta skład na opakowaniach soków, a informacje zawarte na opakowaniu są kluczowe przy wyborze produktu dla ponad połowy konsumentów. Czego na nich szukamy? Najważniejsze informacje dotyczą zawartości witamin, oznaczenia produktu jako polski oraz o wpływie na zdrowie. Informacje o wpływie na zdrowie są ważne dla 1/3 konsumentów – ważniejsze dla mężczyzn. Przy czym osoby z wyższym wykształceniem są bardziej świadomymi konsumentami – istotnie częściej zawracają uwagę na etykiety, znają i stosują zasady zbilansowanej diety. Podobnie jak w poprzednich latach informacje zawarte na opakowaniu są kluczowe przy wyborze soku dla ponad połowy konsumentów. Częściej dla kobiet, osób z wykształceniem wyższym i mieszkańców największych miast.

Phoca PDF

Kategoria: Styl życia
Opublikowano: środa, 13, marzec 2024 15:47
Katarzyna Sekuła
Odsłony: 1295

Cena ma znaczenie

Wybierając sok badani kierują się najczęściej smakiem, ceną i rodzajem soku. Zauważalny jest wzrost liczby konsumentów, którzy przy wyborze soków zwracają uwagę na oferty promocyjne. To zjawisko sugeruje, że czynniki ekonomiczne zaczynają odgrywać istotną rolę w procesie decyzyjnym konsumentów. Po jakie smaki soków Polacy sięgają najczęściej? Wciąż najpopularniejszy jest ten pomarańczowy, wskazany przez 52% respondentów. Jednak już na drugim miejscu jest jabłkowy (40%), a na kolejnych multiwitamina (34%) i wieloowocowy (26%). Na sok pomidorowy wskazało 22%, marchwiowy 19%, a 7% na buraczany. Jeżeli chodzi o miejsce zakupu soku to wciąż preferowane są dyskonty – częściej wśród mężczyzn i osób w wieku 45-54 i hipermarkety – częściej wybierane przez młodych (20-34 lata). W małych sklepach istotnie częściej kupują mieszkańcy wsi.

Sok, nektar a napój

Większość konsumentów wie, jakim produktem jest sok i skutecznie łączy go z odpowiednimi etykietami i określeniami. Jednakże, w przypadku napojów owocowo-warzywnych i nektarów, obserwuje się pewne trudności wśród konsumentów z właściwym dopasowywaniem etykiet oraz używanymi określeniami. Niestety połowa konsumentów jest zdania, że soki owocowe 100% w sklepach zawierają dodany cukier, co jest oczywiście odpowiedzią błędną. Częściej są to osoby w wieku 35-44 oraz posiadające wykształcenie niższe. Co jednak ciekawe, większość, bo aż ośmiu na dziesięciu konsumentów wskazało, że sok zawiera 100% owoców lub warzyw. Istotnie częściej były to kobiety.

Tylko 6% Polaków nie pije soków

Soków nie pija 6% respondentów, głównie osoby powyżej 65. roku życia. Osoby, które zadeklarowały, że nie piją soków wśród powodów wymieniały najczęściej: „wolę wodę/piję wodę (47%), „wolę owoce” (35%) i „zawierają cukier, mają w składzie cukier” (28%). Ważnym elementem analizy są również powody unikania spożywania soków. Stosunkowo niewielka grupa respondentów wskazuje, że nie lubi soków (16%) lub unika ich ze względów zdrowotnych, związanych z cukrzycą (6%).

Pomimo zauważenia pewnych zmian w zachowaniach i preferencjach konsumenckich w omawianym badaniu, nie można mówić o rewolucji względem lat poprzednich. Choć Polacy są świadomymi konsumentami, wciąż potrzebne są działania edukacyjne na temat specyfiki poszczególnych produktów spożywczych, ich składu, wartości odżywczej oraz wpływu na nasze codzienne zdrowie.

Źródło: IP

Phoca PDF