

# Czy konsument zmieni polskie rolnictwo?

dr Paulina Sobiesiak-Penszko



# GŁÓWNE WNIOSKI

Aż 87% badanych Polek i Polaków pozostaje na klasycznej diecie – je wszystko, na co pozwala im zdrowie. Dieta bezmięsna nadal jest rzadkością. Jedynie 4% badanych nie jada mięsa, a 7% ogranicza mięso oraz produkty odzwierzęce. 16% społeczeństwa obawia się, że Unia Europejska w przyszłości zabroni im jedzenia mięsa.

Polki i Polacy najczęściej robią zakupy spożywcze w dyskontach, hipermarketach oraz supermarketach.

Zakupy bezpośrednio u rolników są mało popularne. Najrzadziej robimy zakupy bezpośrednio w gospodarstwach rolnych, częściej wybieramy zakupy u rolnika na bazarach i targach.

# GŁÓWNE WNIOSKI

Na bazarach i targach najczęściej kupowane są warzywa, owoce i jajka. Jednak najwyżej oceniamy jakość warzyw i owoców kupowanych bezpośrednio u rolników w gospodarstwach.

Świeżość, jakość i cena produktów to najważniejsze kryteria, którymi Polki i Polacy kierują się podczas zakupów.

Przyjazny dla środowiska i klimatu sposób produkcji żywności jest istotny dla większości Polek i Polaków. 60% społeczeństwa byłaby gotowa wybierać takie produkty, nawet gdyby były droższe.

Kobiety – wybierając produkty spożywcze - częściej przywiązują wagę do ich wpływu na klimat i środowisko, dobrostan zwierząt oraz ekologiczność.

# GŁÓWNE WNIOSKI

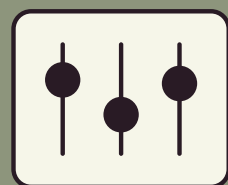
Ponad połowa badanych rolników nisko ocenia wiedzę polskich konsumentów na temat rolnictwa i produkcji rolnej. Jednak po obu stronach widać wysoką gotowość do bezpośredniej współpracy w zakresie sprzedaży produktów. Ponad 90% konsumentów oraz 75% badanych rolników uznaje to za co najmniej dobry pomysł. Biorąc pod uwagę to, gdzie większość z nas robi zakupy, potencjał ten można uznać za niewykorzystany.

W możliwości zakupów bezpośrednio z gospodarstw rolnych najbardziej cenimy dostęp do świeżych produktów, ich wysoką jakość i przystępną cenę.

Niewygoda, względy logistyczno-organizacyjne oraz brak wiedzy, jak znaleźć odpowiednie gospodarstwa, to czynniki w największym stopniu zniechęcające Polki i Polaków do kupowania produktów bezpośrednio od rolników.

# Zagadnienia badawcze

- Zwyczaje konsumenckie Polek i Polaków
- Podatność na dezinformację wokół żywności
- Ocena jakości żywności
- Ocena wiedzy konsumentów na temat rolnictwa i produkcji rolnej przez rolników
- Współpraca rolników i konsumentów i jej ocena
- Korzystanie ze sprzedaży bezpośredniej

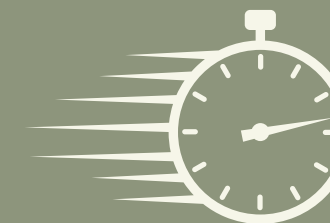


**Badania ilościowe**  
Próba ogólnopolska  
N=1000



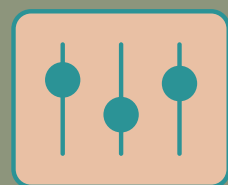
**Metoda:**

**CAWI**  
realizowane na panelu  
Opinie.pl



**Okres realizacji:**  
czerwiec-lipiec 2023.

# Metodologia badania konsumentów



## Badania ilościowe

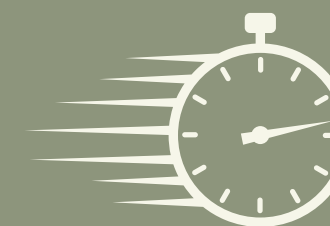
Próba ogólnopolska  
N=207

Badania jakościowe  
N=10



## Metoda:

CAWI  
realizowane na panelu  
Opinie.pl



## Okres realizacji:

czerwiec-lipiec 2023.

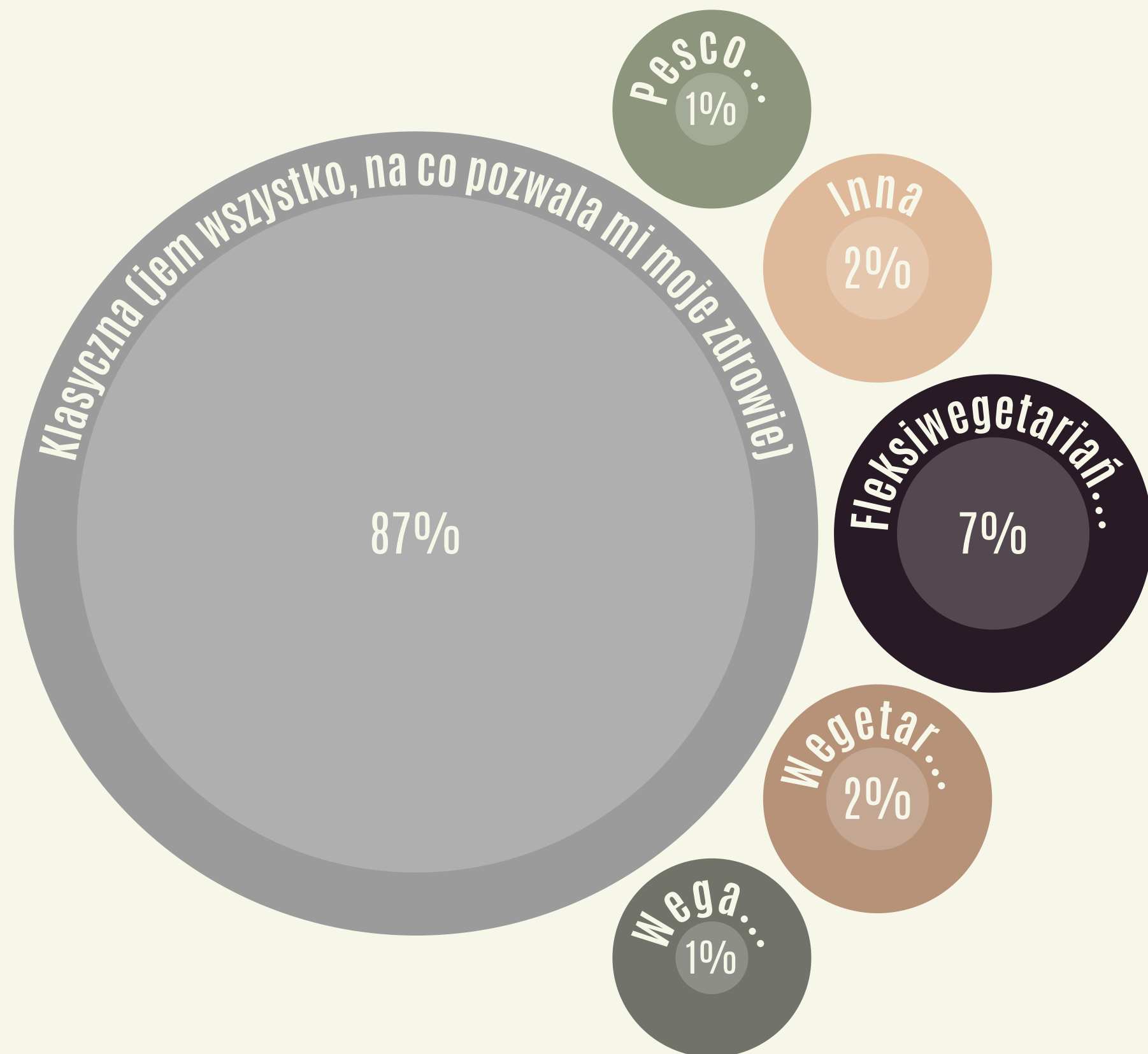
# Metodologia badania rolników







# Zwyczaje konsumenckie Polek i Polaków





## Według jakiej diety odżywia się Pan/Pani?



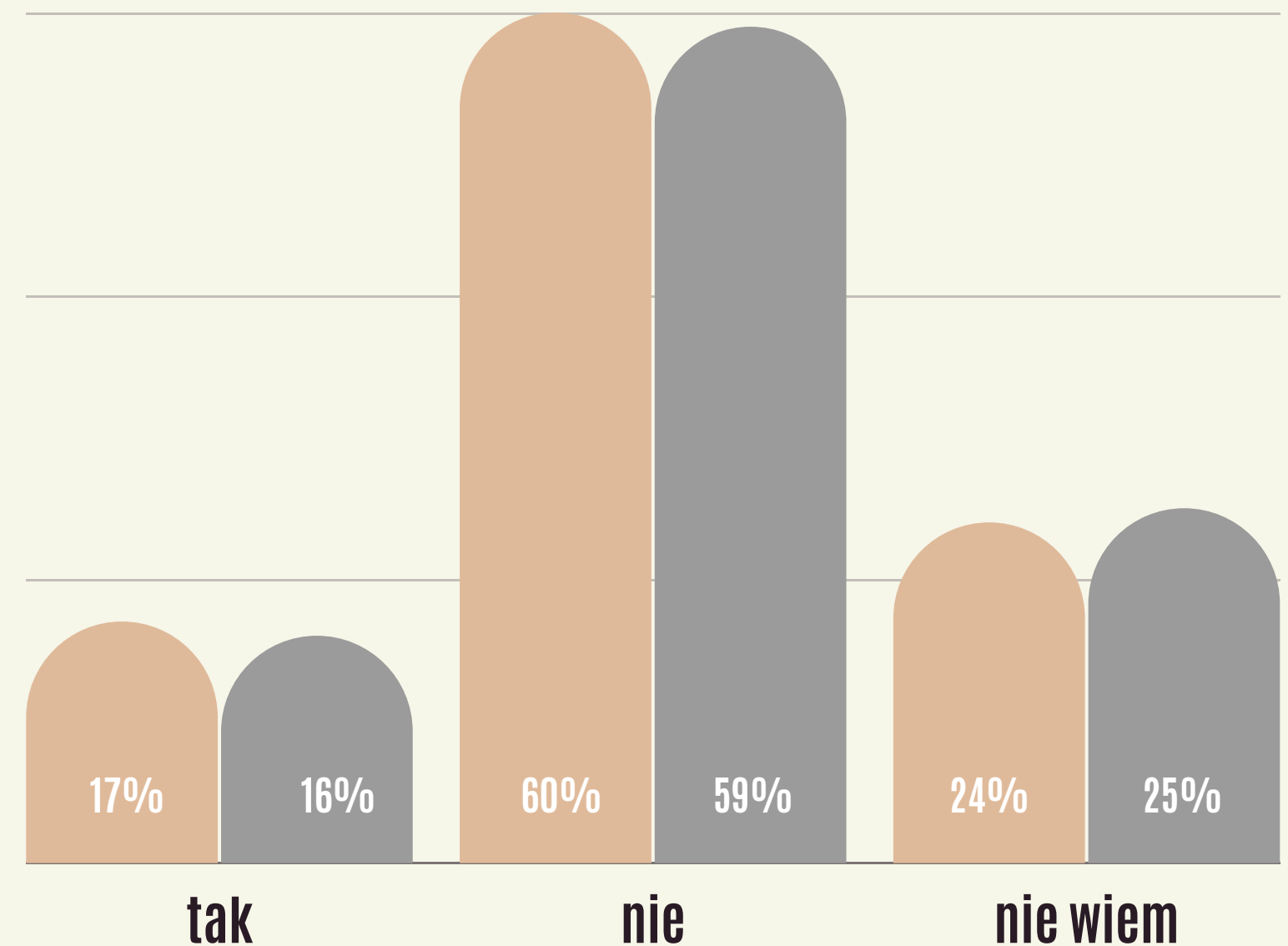
-  Klasyczna (jem wszystko, na co pozwala mi moje zdrowie)
-  Pescowegetariańska (bez mięsa, ale jem ryby)
-  Wegetariańska (bez mięsa i bez ryb, jem jajka i nabiał)
-  Wegańska (dieta roślinna - nie jem żadnych produktów pochodzenia zwierzęcego)
-  Fleksiwegetariańska, fleksitariańska (ograniczam mięso i produkty odzwierzęce)
-  Inna

43% zwolenników Konfederacji obawia się konieczności jedzenia robaków, podczas gdy wśród zwolenników Koalicji Obywatelskiej jest to 6%.

24% sympatyków Prawa i Sprawiedliwości i 41% zwolenników Konfederacji obawia się wprowadzenia zakazu jedzenia mięsa, podczas gdy wśród zwolenników Koalicji Obywatelskiej jest to 9%.

## Jak Pan/Pani sądzi, czy Unia Europejska...

- zmusi nas do jedzenia robaków?
- zabroni nam jedzenia mięsa?



N= 1000. Źródło: Badanie CAWI, Instytut Spraw Publicznych, 2023 rok.



## W których miejscach zazwyczaj kupuje Pan/Pani poniższe rodzaje produktów spożywczych?

Produkty spożywcze:	Hipermarket, supermarket (np. Auchan, Carrefour, Kaufland, Dino)	Dyskont (np. Biedronka, Lidl, Netto)	Mały sklep spożywczy (np. Żabka, Carrefour Express, ABC, sklep osiedlowy)	Bazar / targ / handel uliczny	Warzywniak (poza bazarem, targiem)	Bezpośrednio z gospodarstwa rolnego
Warzywa i/lub owoce	40%	<b>65%</b>	24%	37%	32%	<b>9%</b>
Przetwory warzywne i/lub owocowe	41%	<b>66%</b>	26%	17%	15%	<b>6%</b>
Mięso surowe i/lub wędliny	43%	<b>61%</b>	31%	12%	3%	<b>5%</b>



## W których miejscach zazwyczaj kupuje Pan/Pani poniższe rodzaje produktów spożywczych?

Produkty spożywcze:	Hipermarket, supermarket (np. Auchan, Carrefour, Kaufland, Dino)	Dyskont (np. Biedronka, Lidl, Netto)	Mały sklep spożywczy (np. Żabka, Carrefour Express, ABC, sklep osiedlowy)	Bazar / targ / handel uliczny	Warzywniak (poza bazarem, targiem)	Bezpośrednio z gospodarstwa rolnego
Mąki, kasze	49%	<b>77%</b>	25%	6%	3%	<b>1%</b>
Jajka	27%	<b>44%</b>	17%	20%	9%	<b>26%</b>
Nabiał	48%	<b>78%</b>	31%	12%	3%	<b>5%</b>

**Na ile poniższe aspekty są ważne dla Pana/Pani podczas zakupów produktów spożywczych?**



W zakupach  
produktów  
spożywczych istotnie  
częściej liczy się:



dbałość o środowisko, dobrostan  
zwierząt, ekologiczność produktów



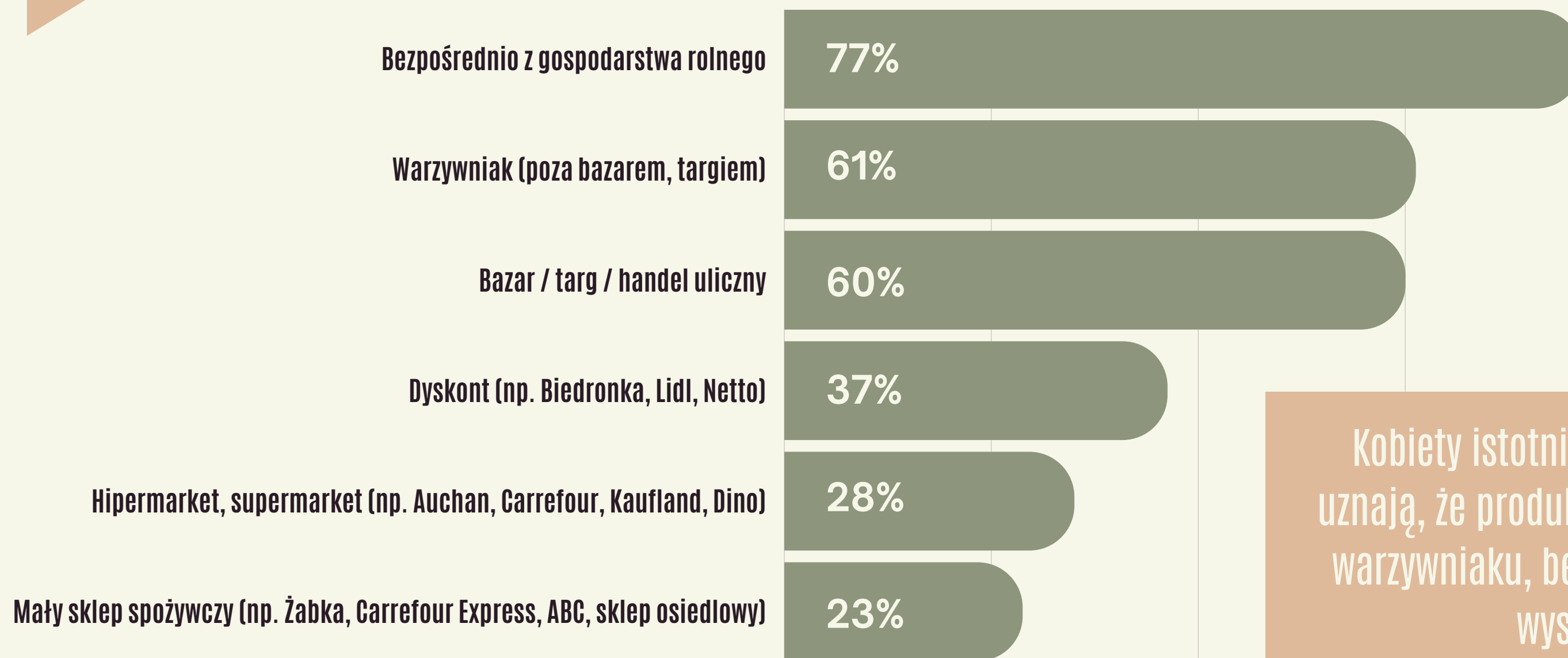
lokalność, polskość produktów



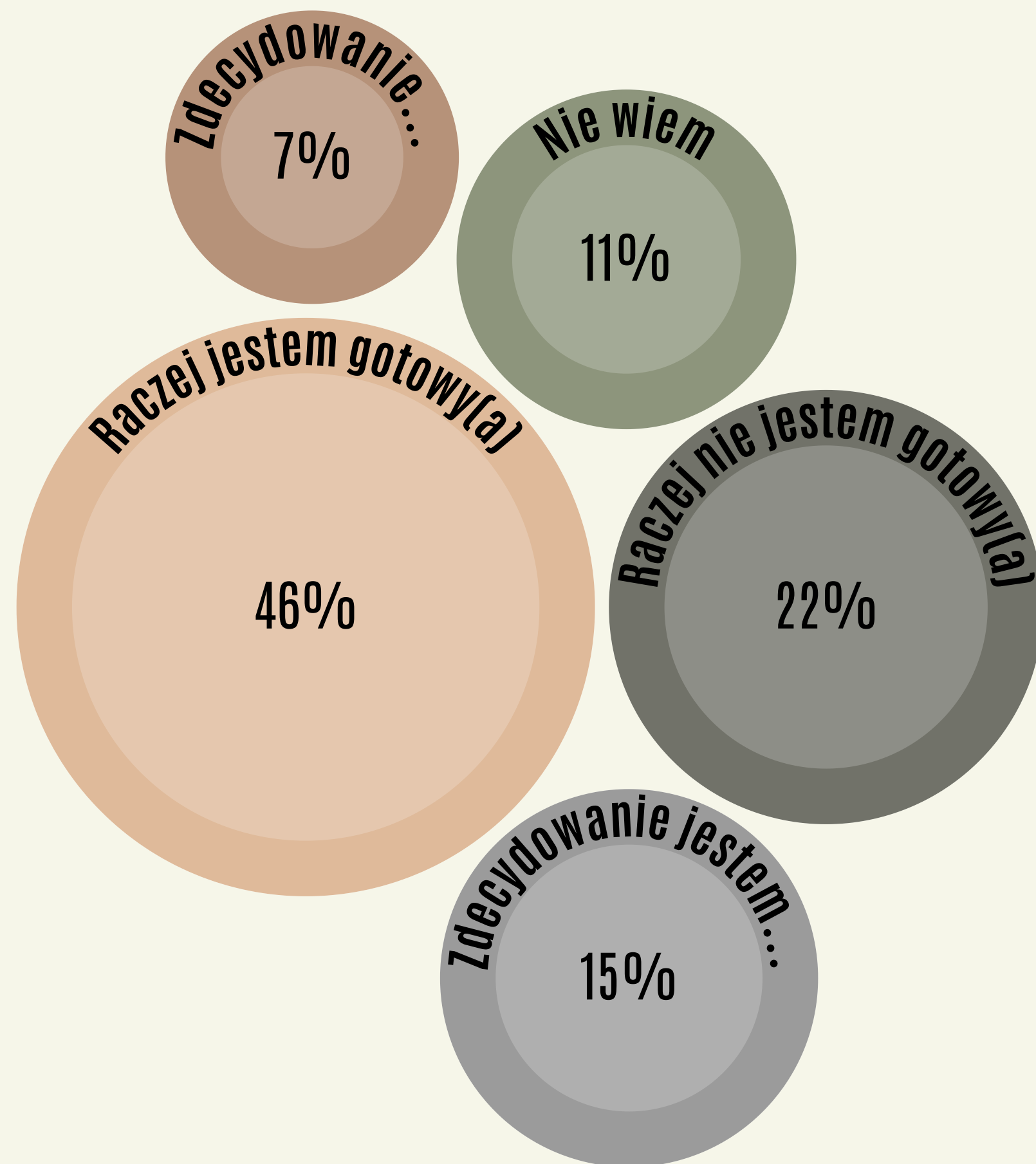
bezpieczeństwo dla zdrowia

Polki i Polacy warzywa i owoce najczęściej kupują w dyskontach, ale najwyżej cenią jakość tych bezpośrednio z gospodarstwa

## Odsetek osób wysoko oceniających jakość warzyw i owoców sprzedawanych w poszczególnych miejscach



Kobiety istotnie częściej niż mężczyźni uznają, że produkty kupione: na bazarze, w warzywniaku, bezpośrednio od rolnika są wysokiej jakości



Ponad 60% Polek i Polaków gotowa jest kupować produkty spożywcze przyjazne dla środowiska i klimatu, także jeśli by były droższe.

Jak bardzo jest Pan/Pani skłonny/skłonna kupować produkty spożywcze wyprodukowane w sposób przyjazny dla środowiska i klimatu, za to droższe niż pozostałe produkty?



# Kto jest bardziej skłonny kupować produkty przyjazne dla środowiska i klimatu za to droższe od pozostałych?

63%

Dobrze oceniający swoją sytuację materialną

63%

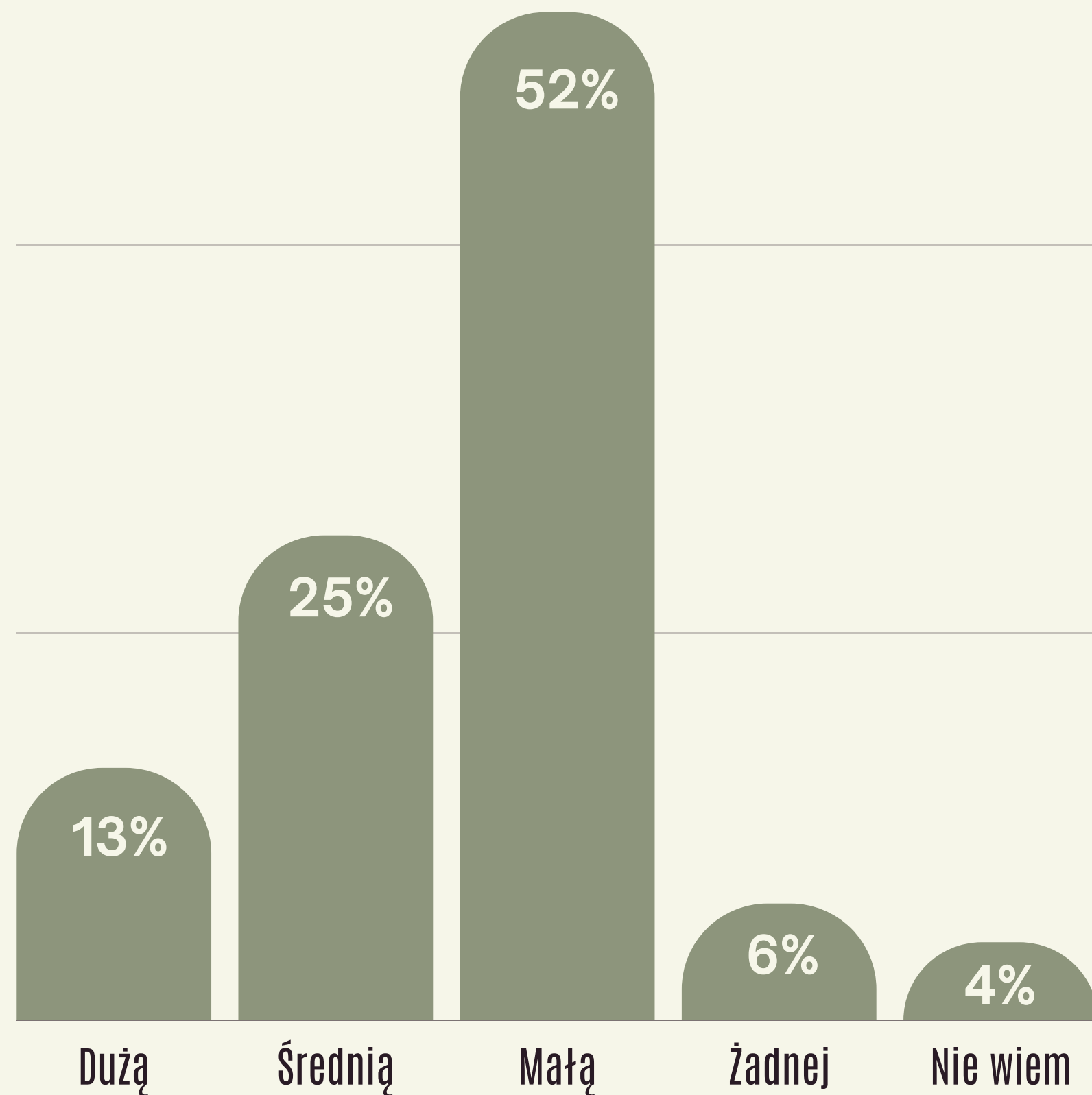
Uprawiający warzywa lub owoce na własne potrzeby

65%

Kupujący produkty spożywcze prosto od rolnika

69%

Sympatycy i sympatyczki Prawa i Sprawiedliwości



Ok 60% badanych rolników uważa, że konsumenci mają małą wiedzę na temat rolnictwa lub nie mają jej wcale

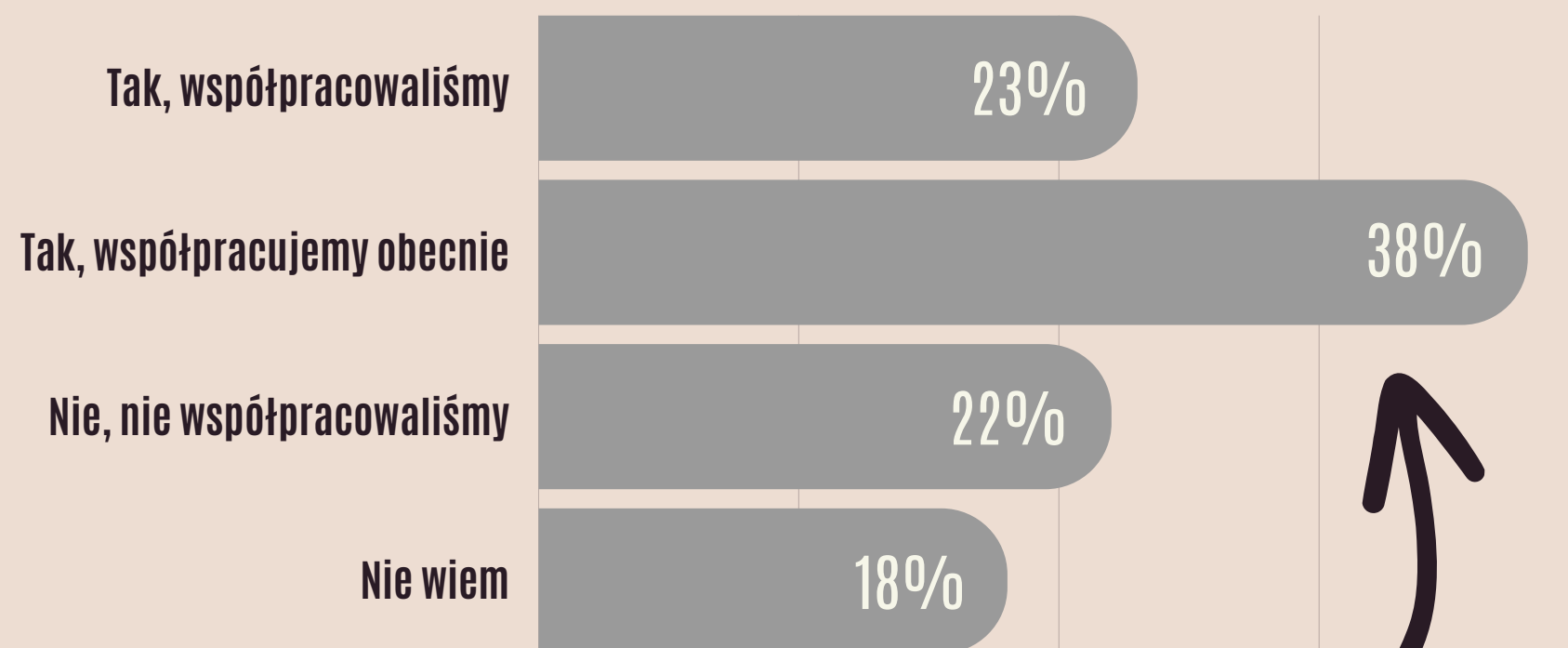
Jak Pan/Pani ocenia, jak dużą wiedzę mają polscy konsumenci (zwykłe osoby prywatne) na temat polskiego rolnictwa i produkcji rolnej?

# Potencjał współpracy konsumentów z rolnikami



# Rolnicy

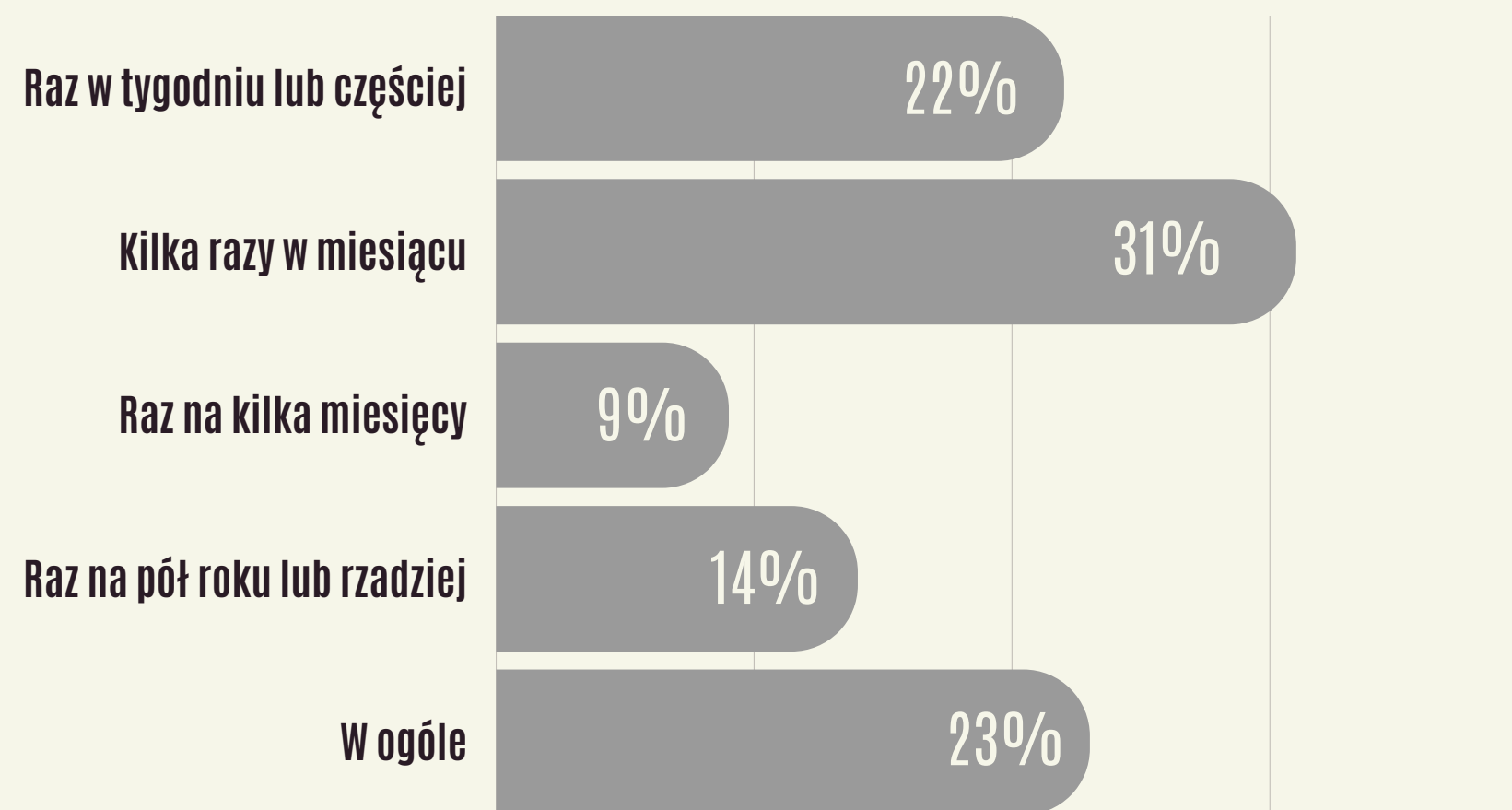
Czy Pan/Pani gospodarstwo rolne ma doświadczenia we współpracy z pojedynczymi konsumentami lub ich grupami?



9% badanych rolników, którzy współpracują z konsumentami, zamierza zakończyć tę współpracę

# Konsumenci

Jak często kupuje Pan/Pani produkty spożywcze bezpośrednio z gospodarstwa rolnego (indywidualnie, przez internet, w ramach kooperatywy lub RWSu - Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność)?



## W JAKI SPOSÓB KUPUJE PAN/PANI PRODUKTY SPOŻYWCZE BEZPOŚREDNIO Z GOSPODARSTWA ROLNEGO?



**59%**

Kupuję u rolnika na targu/bazarze



**47%**

Jeżdżę sam(a) lub razem z  
sąsiadami/rodziną/znajomymi do gospodarstwa  
rolnika po produkty



**10%**

Zamawiam zakupy bezpośrednio od rolnika przez  
internet (np. platforma lokalnyrolnik.pl)



**6%**

W ramach kooperatywy spożywczej

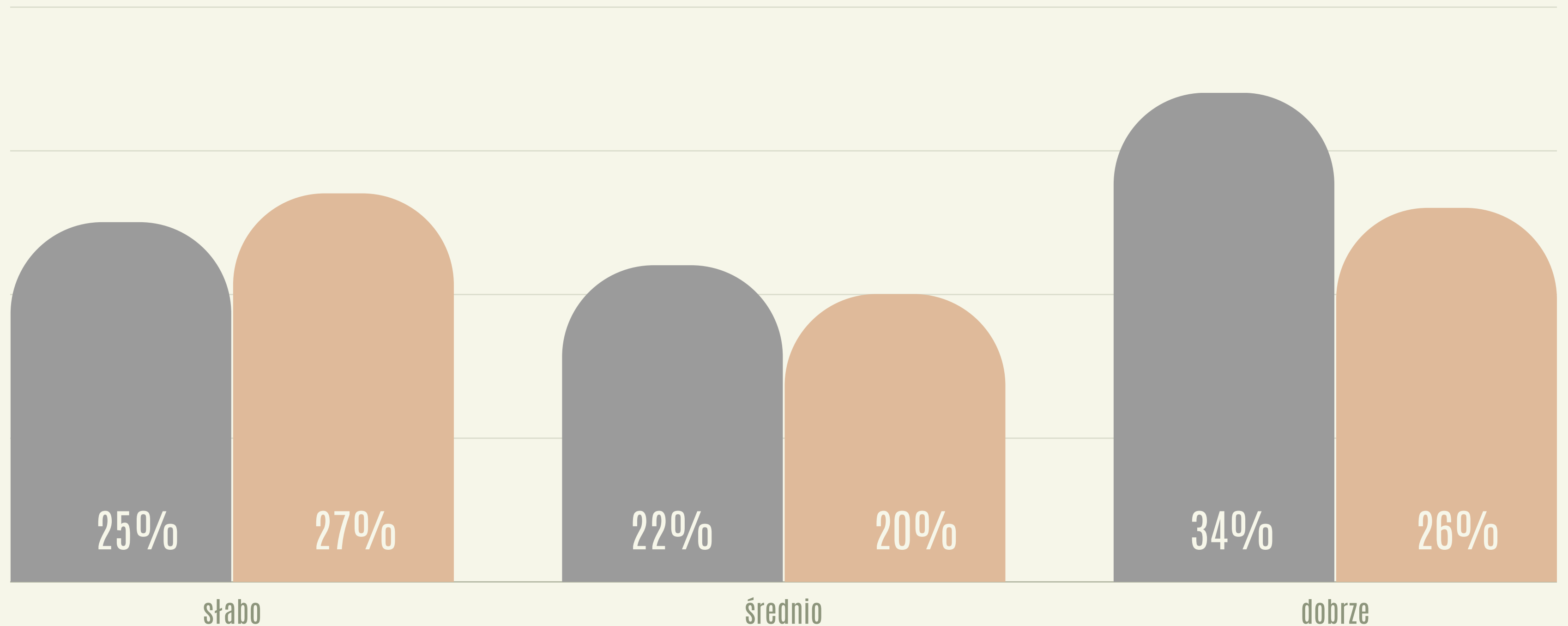


**5%**

W ramach Rolnictwa Wspieranego przez  
Społeczność (RWSu)

# Znajomość wybranych form sprzedaży bezpośredniej

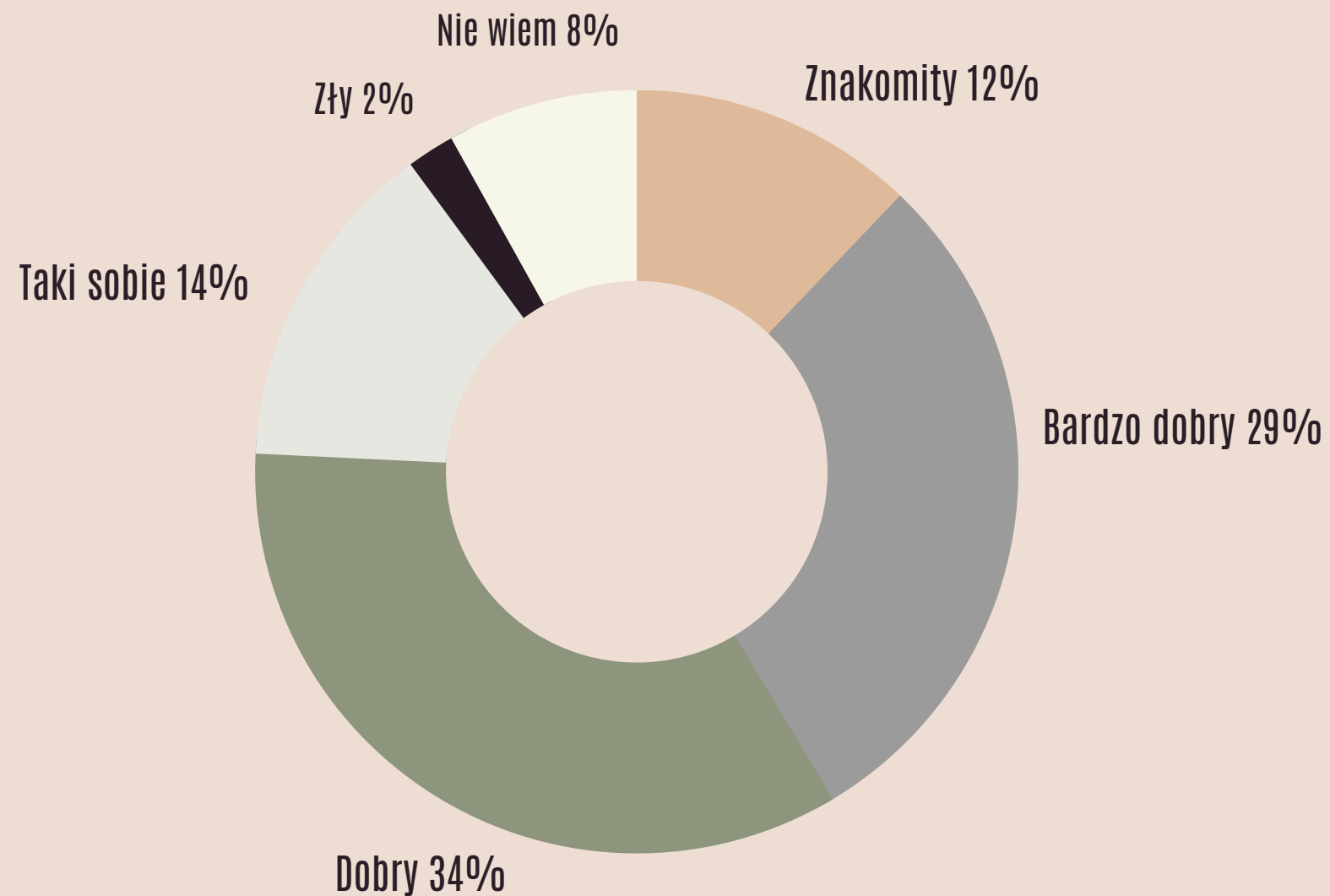
■ Kooperatywa konsumencka (spożywcza) ■ Rolnictwo Wspierane przez Społeczność (RWS)



N= 1000. Źródło: Badanie CAWI, Instytut Spraw Publicznych, 2023 rok.

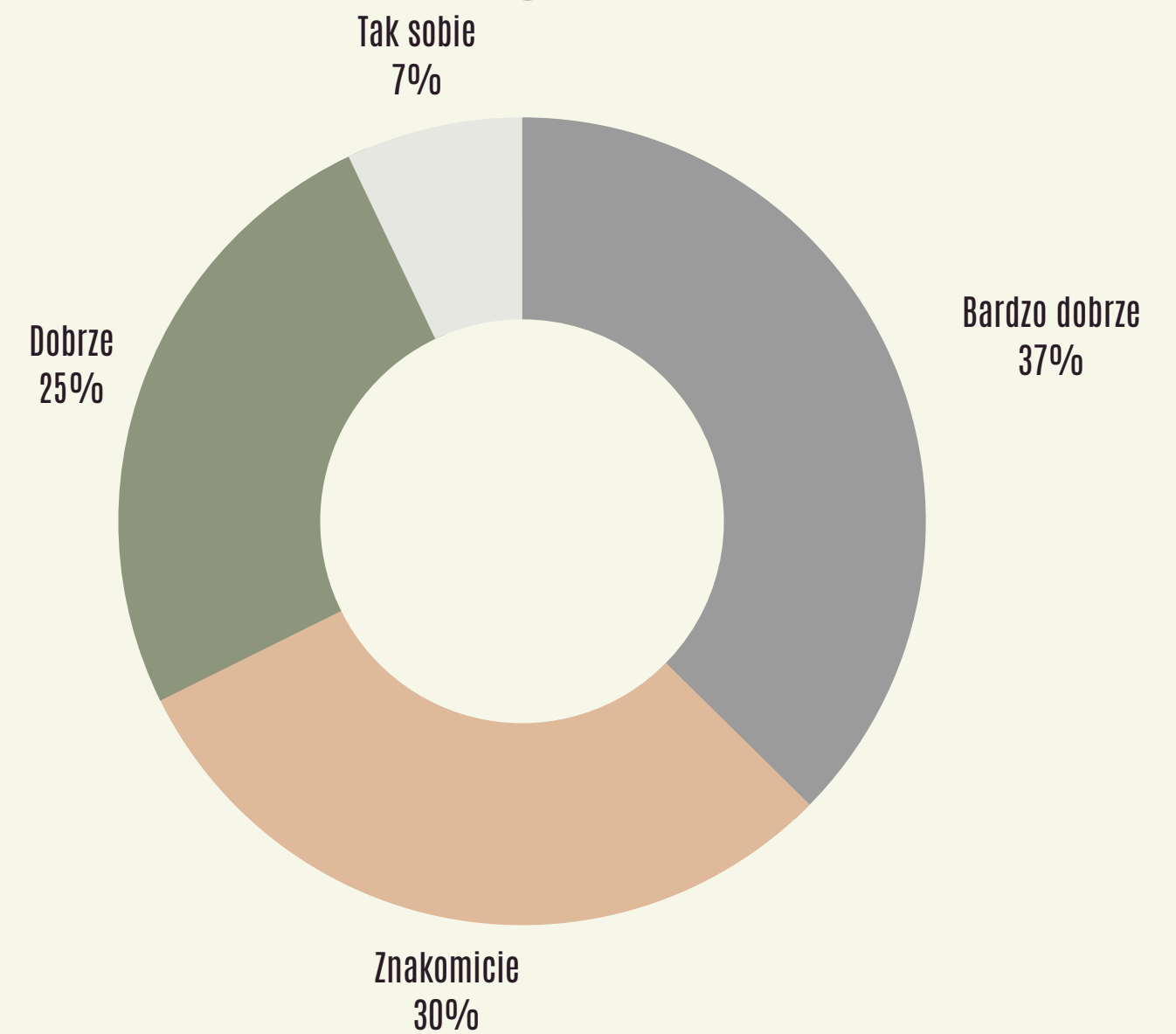
# Rolnicy

Co sądzi Pan/Pani o pomycie nawiązywania przez rolników współpracy z pojedynczymi konsumentami lub ich grupami, aby bezpośrednio sprzedawać im swoje produkty rolne? Taki pomysł jest...



# Konsumenci

Jak ogólnie ocenia Pan/Pani pomysł kupowania produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa rolnego?





**11%**

Możliwość  
bezpośredniego  
wsparcia rolników



**13%**

Zdrowe produkty



**17%**

Niska cena



**19%**

Wysoka jakość



**41%**

Gwarancja świeżości  
- prosto z pola, bez  
długiego transportu

**Co pozytywnego dostrzega Pan/Pani w kupowaniu produktów spożywczych bezpośrednio z gospodarstwa rolnego?**

N= 888. Źródło: Badanie CAWI, Instytut Spraw Publicznych, 2023 rok.



Powody niekupowania produktów bezpośrednio u rolnika	Powody rezygnacji z kupowania produktów bezpośrednio od rolnika
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tak jest wygodnie (34%)</b></li> <li>• <b>Brak wiedzy, jak znaleźć takie gospodarstwa (24%)</b></li> <li>• <b>Brak potrzeby (19%)</b></li> <li>• <b>Obawy o wysokie ceny produktów (13%)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Powody logistyczno-organizacyjne (23%)</b></li> <li>• <b>Dostępność równie dobrych produktów w pobliżu (21%)</b></li> <li>• <b>Zbyt wysokie ceny (19%)</b></li> <li>• <b>Rezygnacja po stronie rolnika z takiej formy sprzedaży (18%)</b></li> <li>• <b>Zbyt rzadko dostarczane produkty w stosunku do potrzeb (16%)</b></li> </ul>

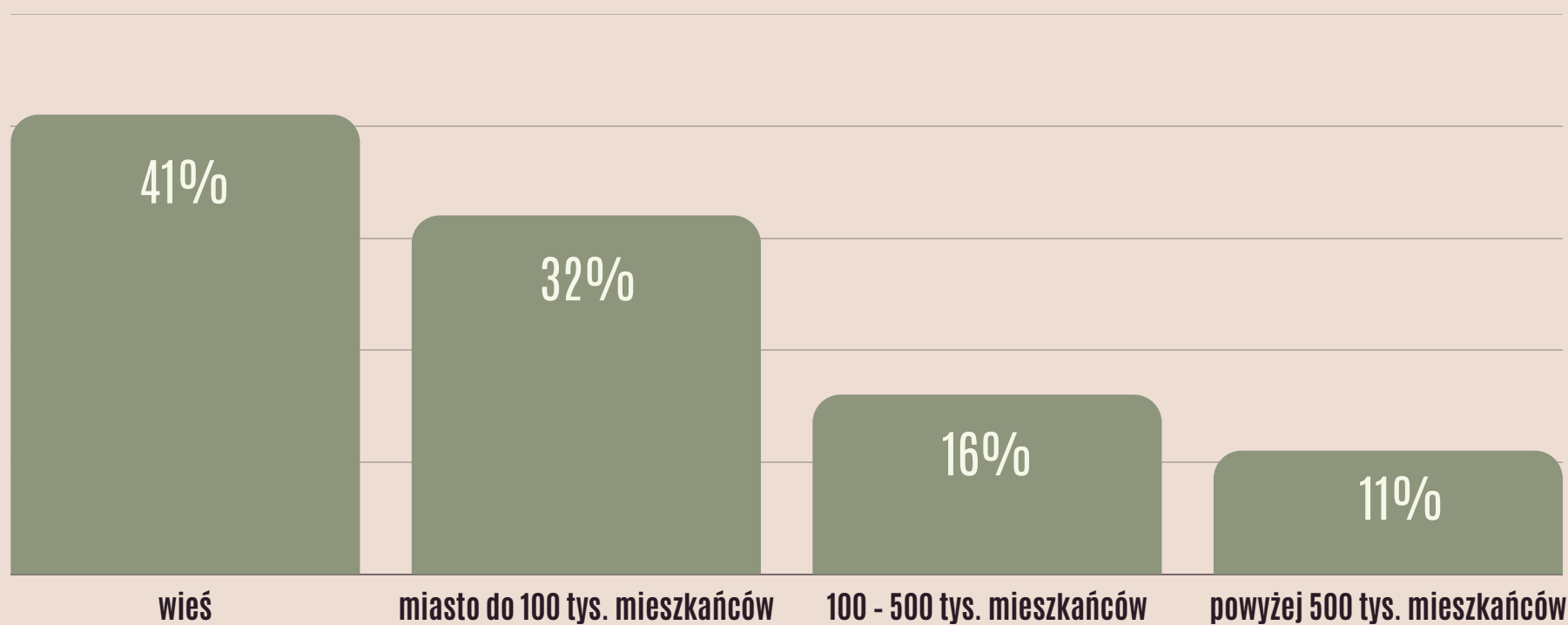
N= 152-76. Źródło: Badanie CAWI, Instytut Spraw Publicznych, 2023 rok.

# Charakterystyka próby

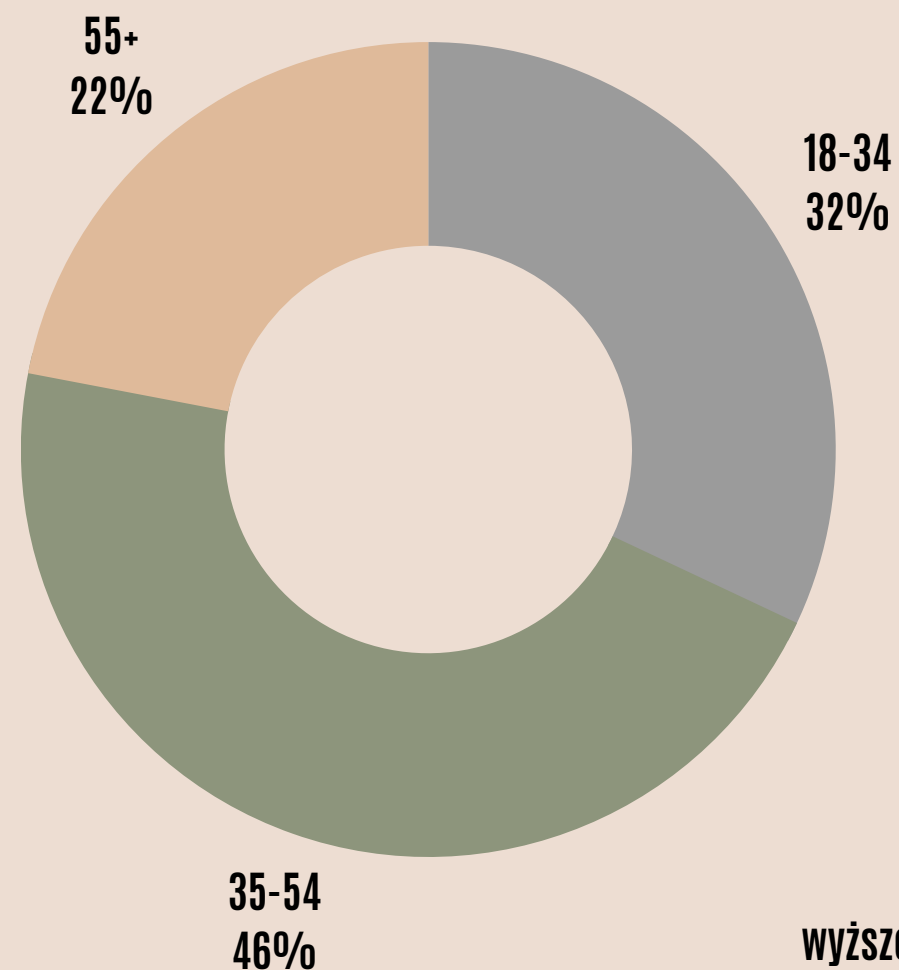
## Płeć



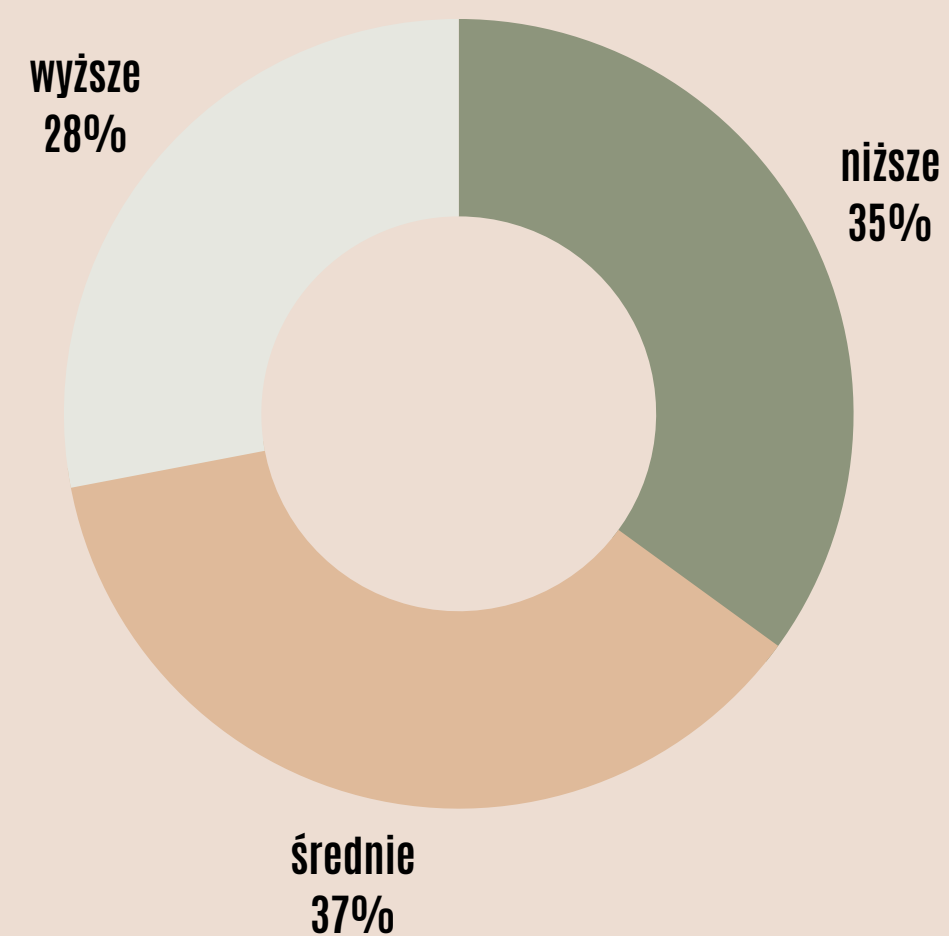
## Wielkość miejscowości



## Wiek



## Wykształcenie



Instytut Spraw Publicznych  
**Program Zrównoważonego Rozwoju i Polityki Klimatycznej**  
ul. Szpitalna 5 lok. 22  
00-031 Warszawa

INSTYTUT SPRAW  
PUBLICZNYCH



Badanie zrealizowano dzięki wsparciu European Climate Foundation.

© Copyright by Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2023

Kierowniczka projektu: **dr Paulina Sobiesiak-Penszko**,  
paulina.sobiesiak@isp.org.pl  
Koordynatorka projektu: Katarzyna Banul-Wójcikowska  
katarzyna.banul@isp.org.pl

**Kontakt dla mediów:**  
Katarzyna Zacharska  
[katarzyna.zacharska@isp.org.pl](mailto:katarzyna.zacharska@isp.org.pl)  
tel. 794 114 391