

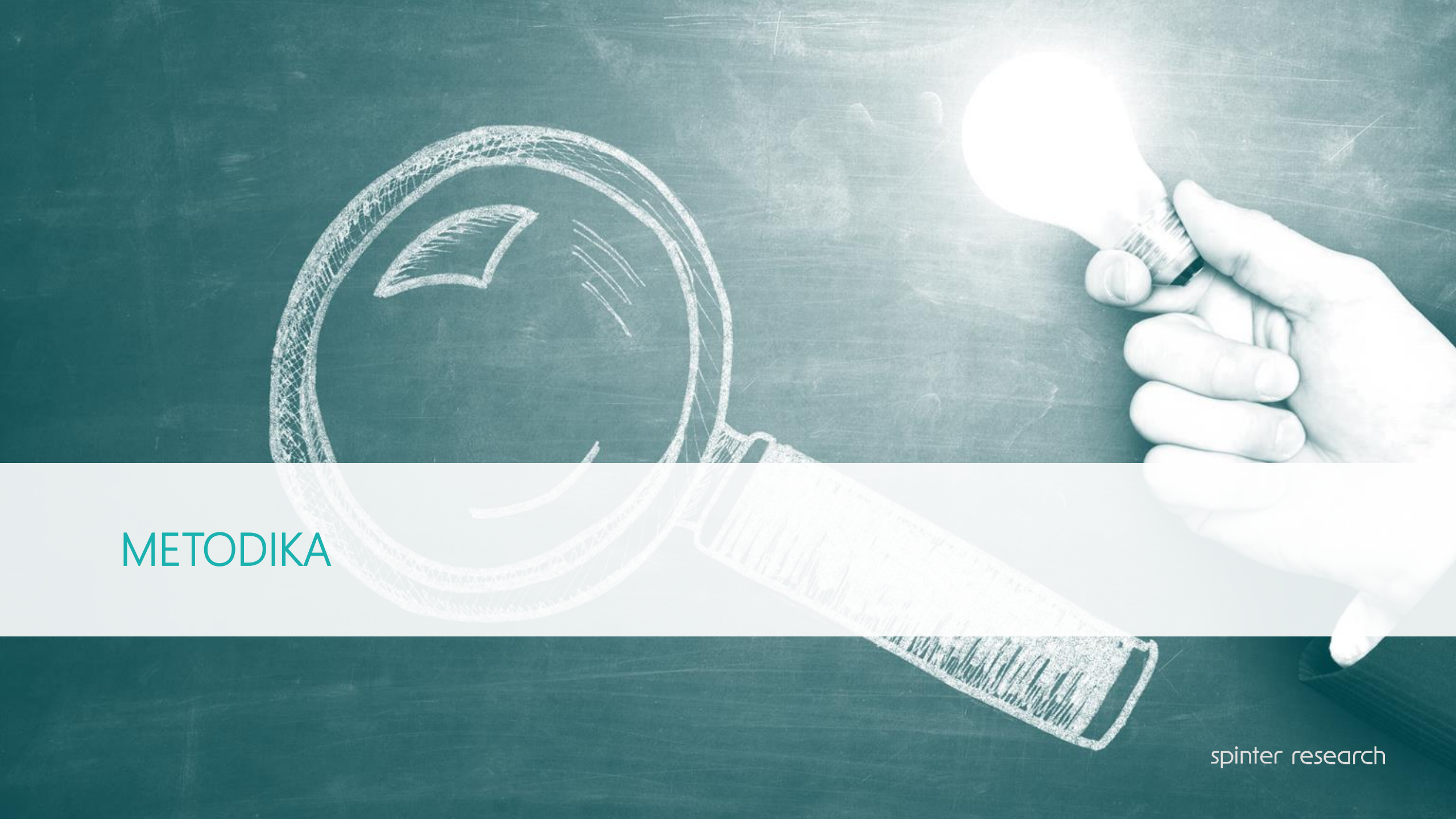
ŠALIES GYVENTOJŲ TYRIMAS DĖL EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ PIRKIMO

užsakovas



vykdytojas

spinter research

A hand holding a glowing lightbulb next to a chalk-drawn magnifying glass on a chalkboard. The background is a dark green chalkboard. A hand is holding a glowing lightbulb on the right side. On the left side, there is a chalk-drawn magnifying glass. The word "METODIKA" is written in teal capital letters on a white horizontal band across the middle of the image.

METODIKA

spinter research

TYRIMO METODIKA

- LAIKAS. 2020 10 19 – 10 29.
- TIKSLAS. Išsiaiškinti šalies gyventojų ekologiškų produktų pirkimo įpročius.
- TIKSLINĖ GRUPĖ. Šalies gyventojai nuo 18 iki 75 metų amžiaus.
- APKLAUSOS METODAS. Kombinuotas tyrimo metodas: 50 proc. CAPI (Computer assisted personal interview) ir 50 proc. CAWI (Computer assisted web interview). CAPI apklausą atlieka profesionalus apklausėjas. Jis veda pokalbį su respondentu pagal parengtus klausimus, atsakymus fiksuodamas klausimyne. CAWI apklausoje respondentui siunčiama nuoroda į apklausą, kurią respondentas užpildo savarankiškai jam/jai patogiu metu. Nuoroda yra unikali t.y. klausimyno negalima užpildyti kelis kartus.
- IMTIS. Tyrimo metu buvo apklausti 1009 respondentai.
- LOKACIJA. Visa šalies teritorija.
- DUOMENŲ ANALIZĖ. Analizė atlikta SPSS/PC programine įranga. Ataskaitoje pateikiami bendrieji atsakymų pasiskirstymai (procentai), ir pasiskirstymai pagal socialines-demografines charakteristikas (Žr. Priedus).

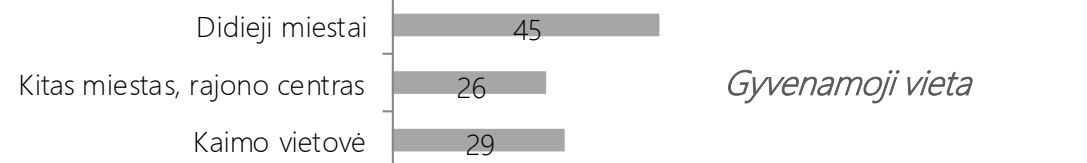
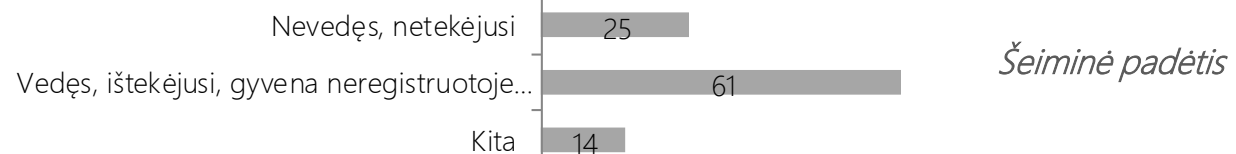
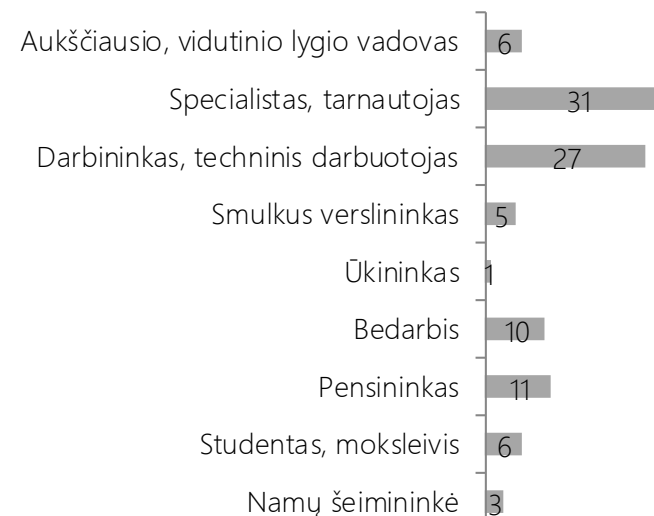
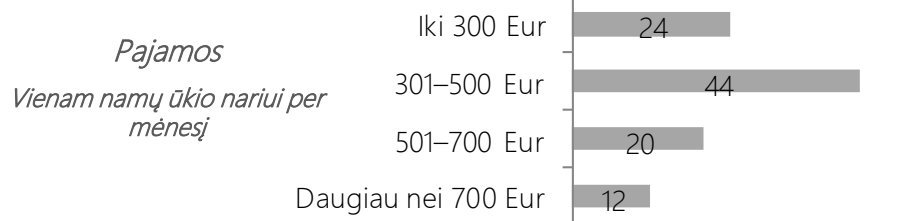
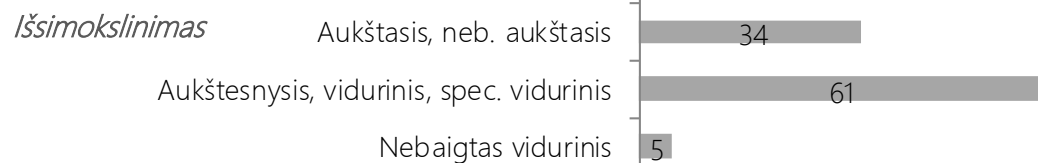
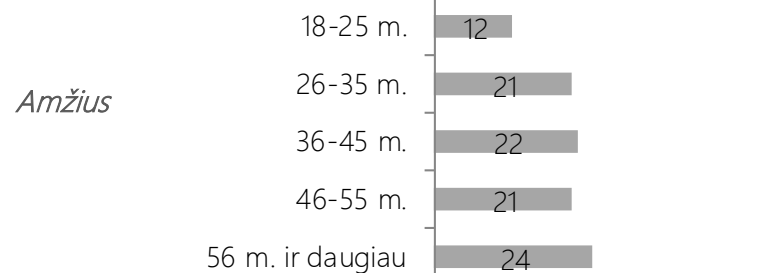
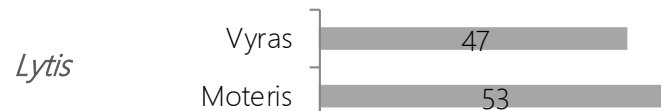
STATISTINĖ PAKLAIDA

Atrankiniuose kiekybiniuose tyrimuose visada išlieka statistinės paklaidos tikimybė, į kurią būtina atsižvelgti interpretuojant duomenis. Pvz.: jeigu apklausus 1009 respondentus gavome, kad 28,7 proc. apklaustųjų teigia pasitikintys ekologiškų produktų ženklais, tai yra 95 proc. tikimybė, kad tikroji reikšmė yra tarp 25,9 proc. ir 31,5 proc.

Įverčio tikslumas mažėja, mažėjant analizuojamų atsakymų skaičiui. Toliau pateikiama lentelė padedanti įvertinti statistinę paklaidą.

%=	3/97	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50/50
N=									
10	10,6	13,5	18,6	22,1	24,8	26,8	28,4	30,4	31,0
30	6,1	7,8	10,7	12,8	14,3	15,5	16,4	17,5	17,9
50	4,7	6,0	8,3	9,9	11,1	12,0	12,7	13,6	13,9
75	3,9	4,9	6,8	8,1	9,1	9,8	10,4	11,1	11,3
100	3,3	4,3	5,9	7,0	7,8	8,5	9,0	9,6	9,8
150	2,7	3,5	4,8	5,7	6,4	6,9	7,3	7,8	8,0
200	2,4	3,0	4,2	4,9	5,5	6,0	6,4	6,8	6,9
300	1,9	2,5	3,4	4,0	4,5	4,9	5,2	5,5	5,7
400	1,7	2,1	2,9	3,5	3,9	4,2	4,5	4,8	4,9
500	1,5	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,3	4,4
600	1,4	1,7	2,4	2,9	3,2	3,5	3,7	3,9	4,0
700	1,3	1,6	2,2	2,6	3,0	3,2	3,4	3,6	3,7
800	1,2	1,5	2,1	2,5	2,8	3,0	3,2	3,4	3,5
1000	1,1	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1
1500	0,9	1,1	1,5	1,8	2,1	2,2	2,4	2,5	2,6
2000	0,8	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2
2500	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	2,0

SOCIALINĖS-DEMOGRAFINĖS CHARAKTERISTIKOS





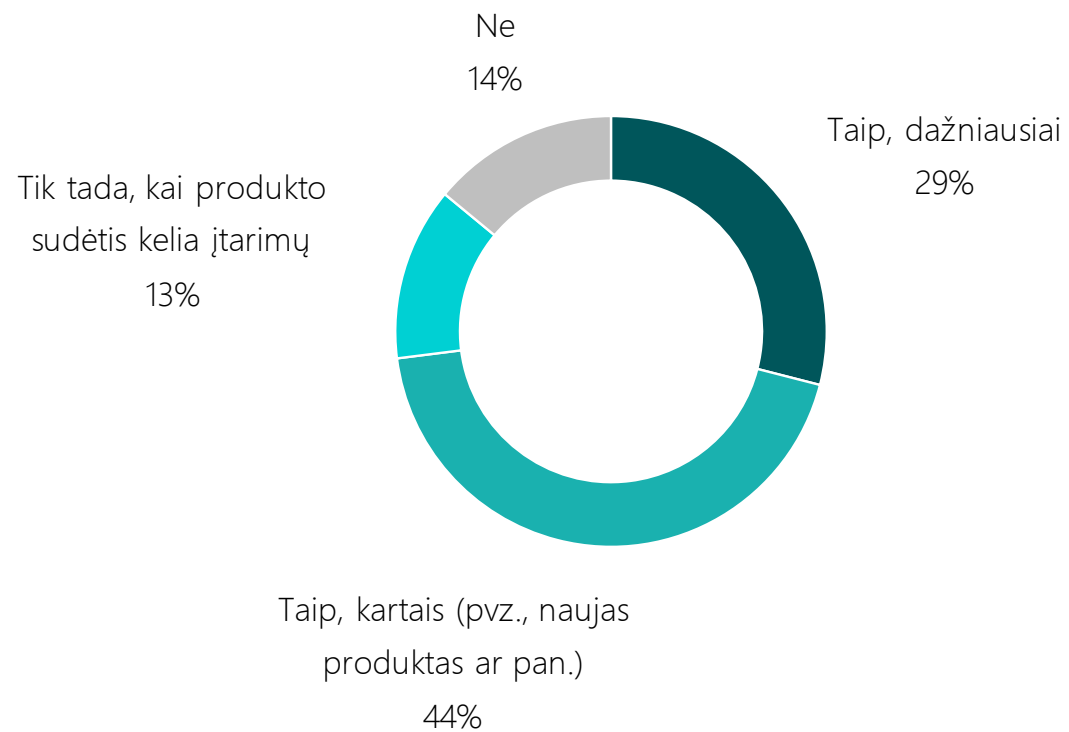
REZULTATAI



MAISTO PRODUKTŲ ETIKEČIŲ SKAITYMO ĮPROČIAI (PROC.)

Ar prieš įsigydamį maisto produktą skaitote jo etiketę?

N=1009

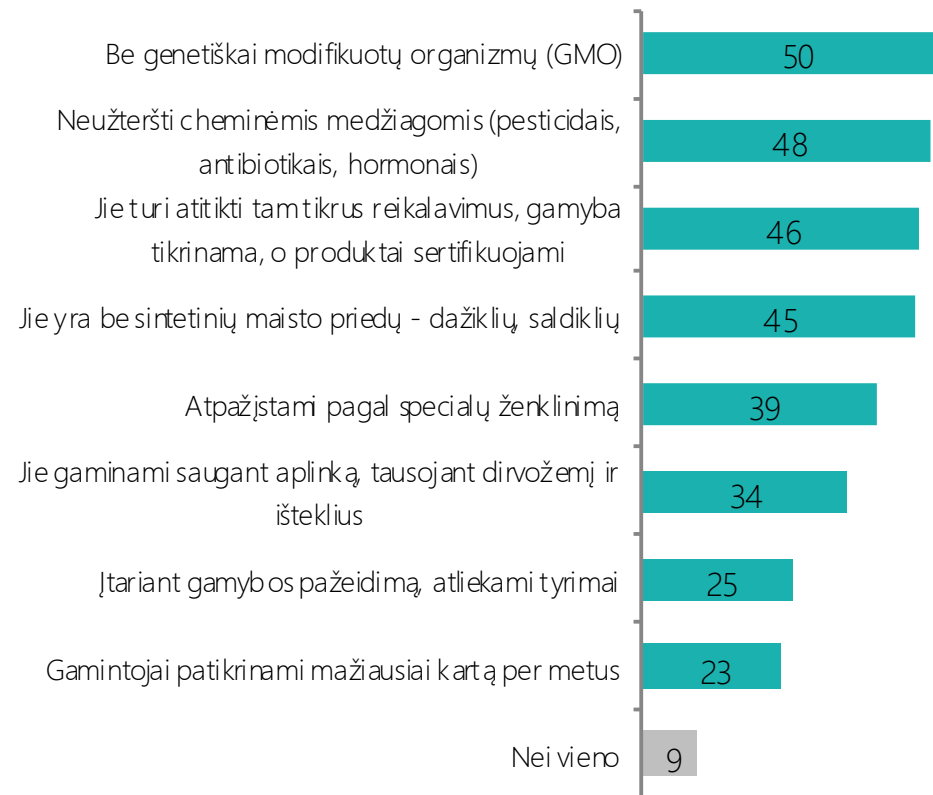


Dažniau etiketes skaito moterys, 36-45m., aukštesnio išsimokslinimo atstovai.

FAKTŲ APIE EKOLOGIŠKUS PRODUKTUS ŽINOMUMAS (PROC.)

Kurie iš šių faktų apie ekologiškus produktus Jums buvo žinomi iki šios apklausos?

N=1009



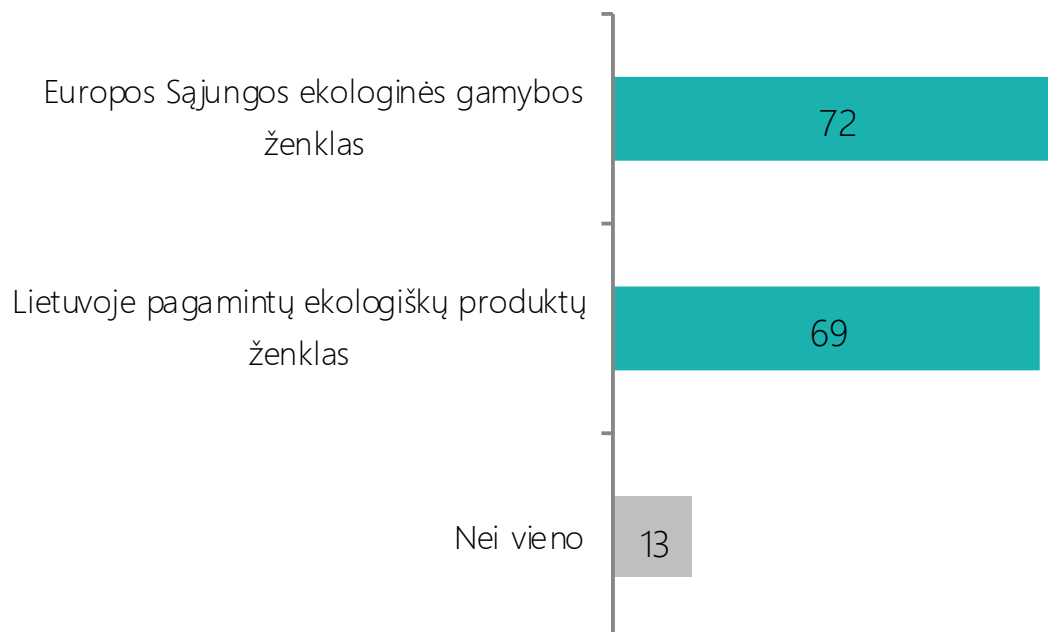
Apskirtai daugiau faktų iki šios apklausos dažniau žinojo moterys.

**Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%.*

EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ ŽENKLŲ ŽINOMUMAS (PROC.)

Kuriuos iš šių ekologiškų produktų ženklų žinote?

N=1009



ES ženklas dažniau žinomas moterims, aukštesnio išsimokslinimo, jaunesnio amžiaus gyventojams
LT ženklas – moterims, rajonų centrų gyventojams..

Rodomi paveikslai:

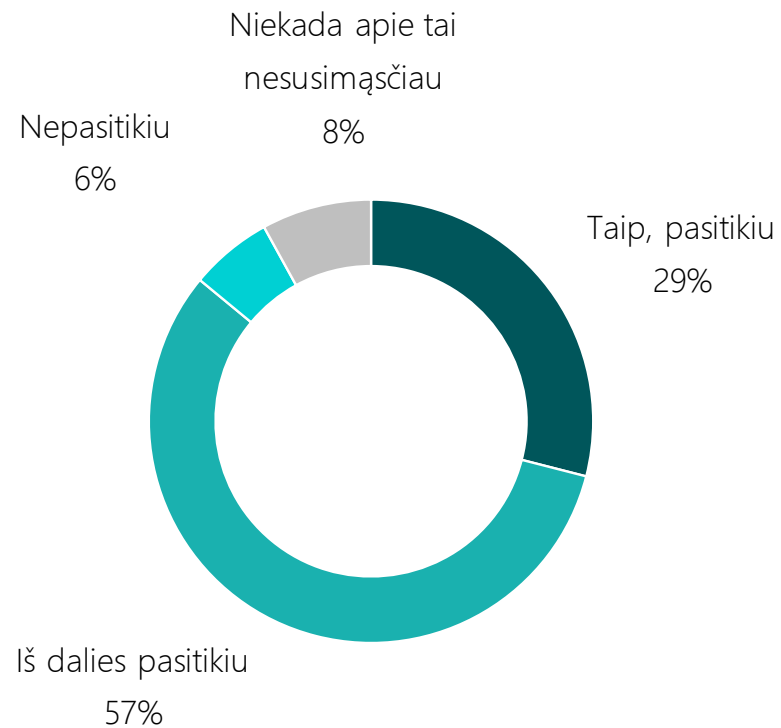


PASITIKĖJIMAS EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ ŽENKLAIS (PROC.)

Ar pasitikite šiais ženklais?

N=878*

*žinantys produkto ženklą

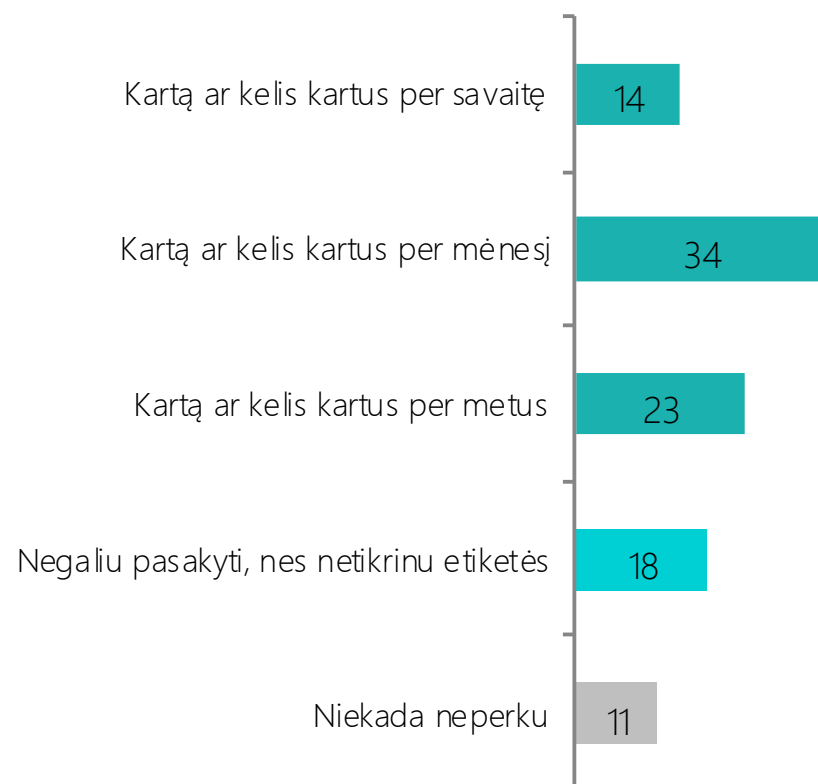


Pasitikintys ženklais dažniau nurodė jaunesnio amžiaus, aukštesnio išsimokslinimo, didesnių pajamų gyventojai.

EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ PIRKIMAS (PROC.)

Kaip dažnai perkate ekologiškus produktus?

N=1009



Kartą per mėnesį ir dažniau ekologiškus produktus dažniau perka moterys, aukštesnio išsimokslinimo, didesnių pajamų, didmiesčių gyventojai.

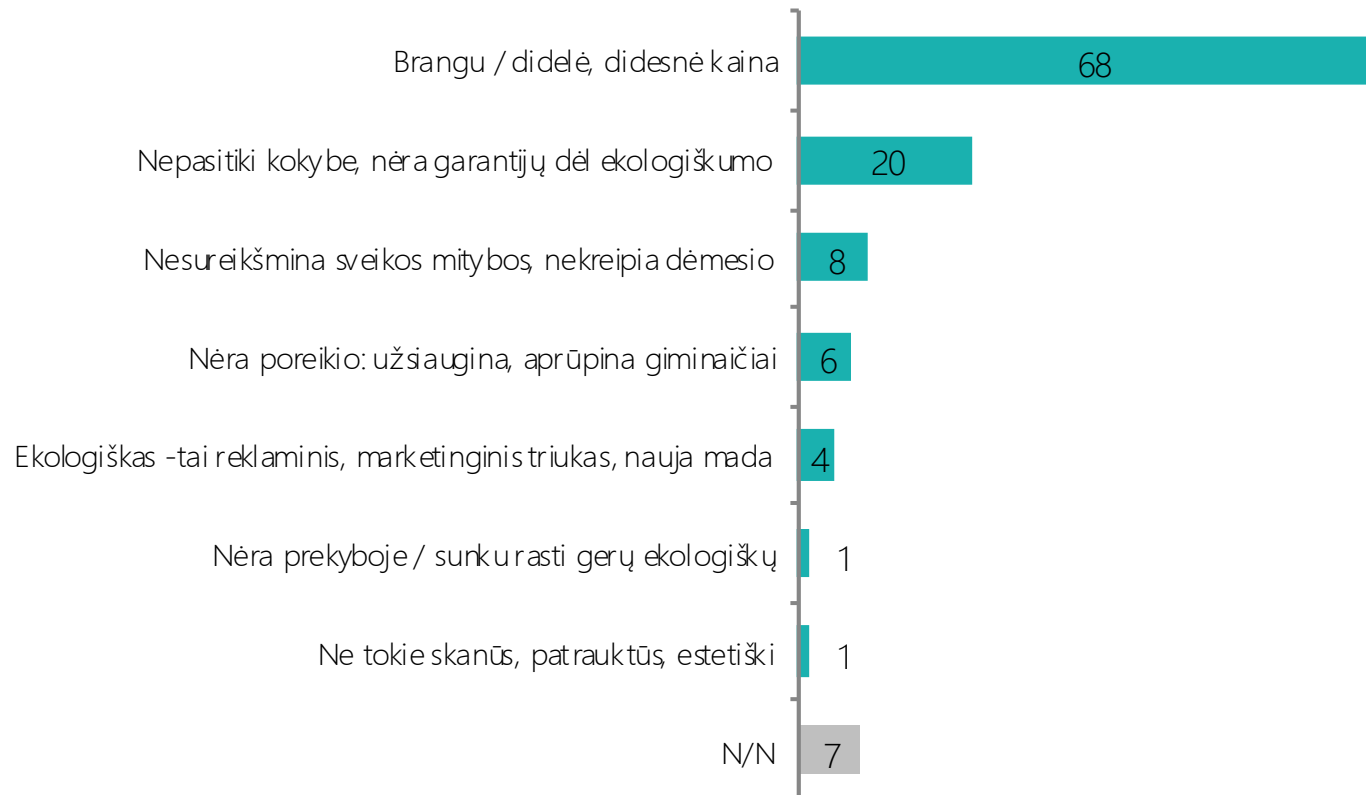
EKOLOGIŠKŲ PRODUKTŲ NEPIRKIMO PRIEŽASTYS (PROC.)

spontaniniai atsakymai

Kodėl neperkate ekologiškų produktų?

N=113*

*neperkantys ekologiškų produktų

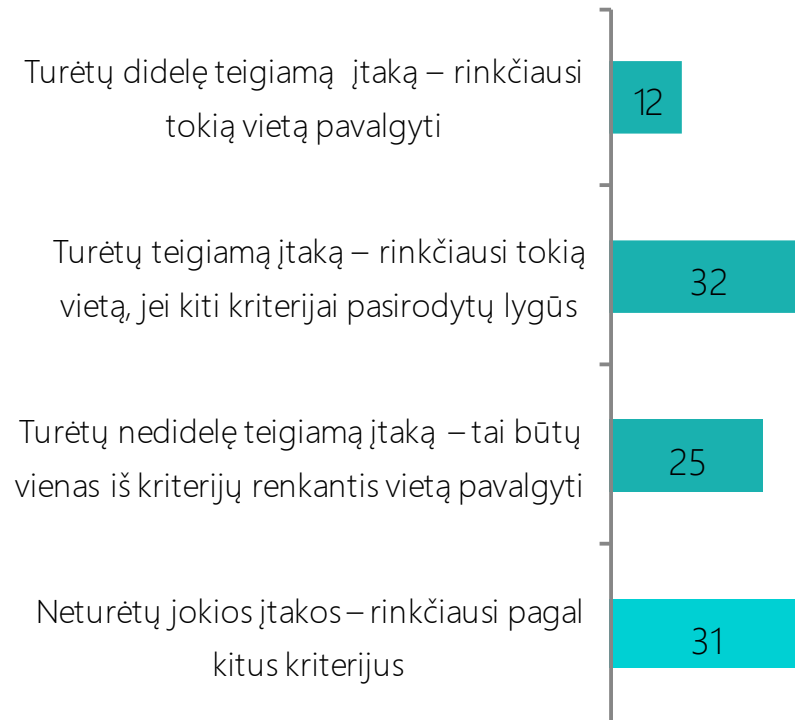


*Galimi keli atsakymai; suma viršija 100%.

EKOLOGIŠKŲ PATIEKALŲ ĮTAKA MAITINIMO ĮSTAIGOS PASIRINKIMUI (PROC.)

Jei rinktumėtės vietą pavalgyti, kiek reikšmingą įtaką Jūsų pasirinkimui darytų tai, kad maitinimo įstaiga siūlo ekologiškus patiekalus?

N=1009

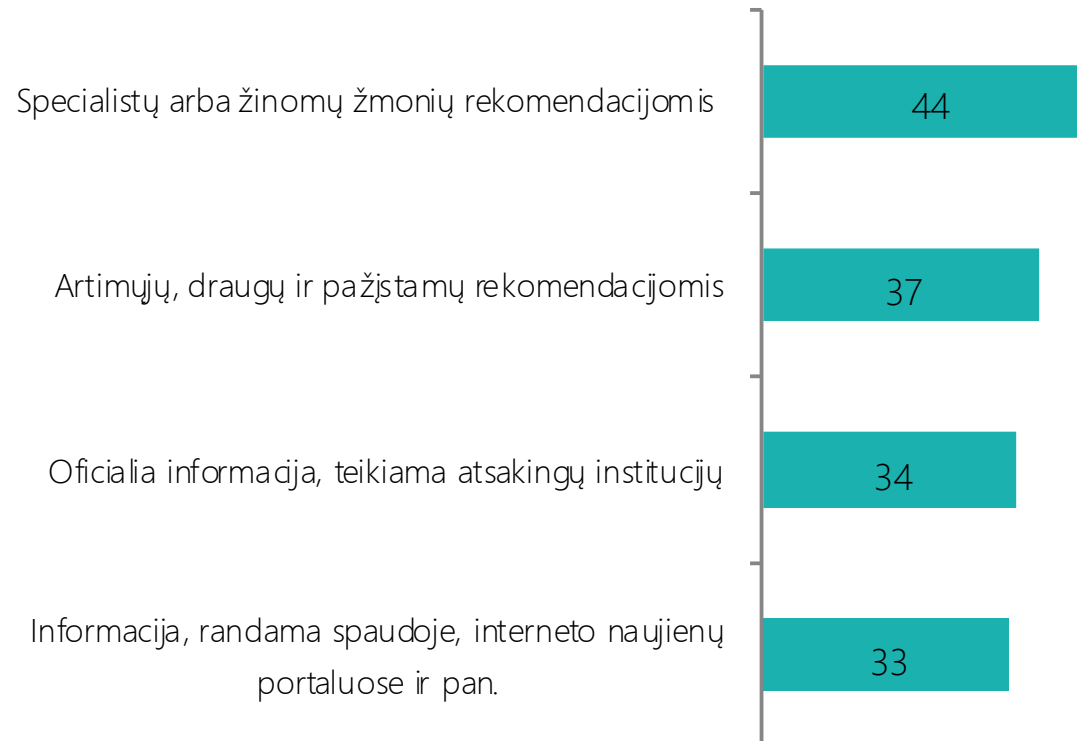


Teigiamą įtaką dažniau darytų moterims, jaunesnio amžiaus, aukštesnio išsimokslinimo atstovams.

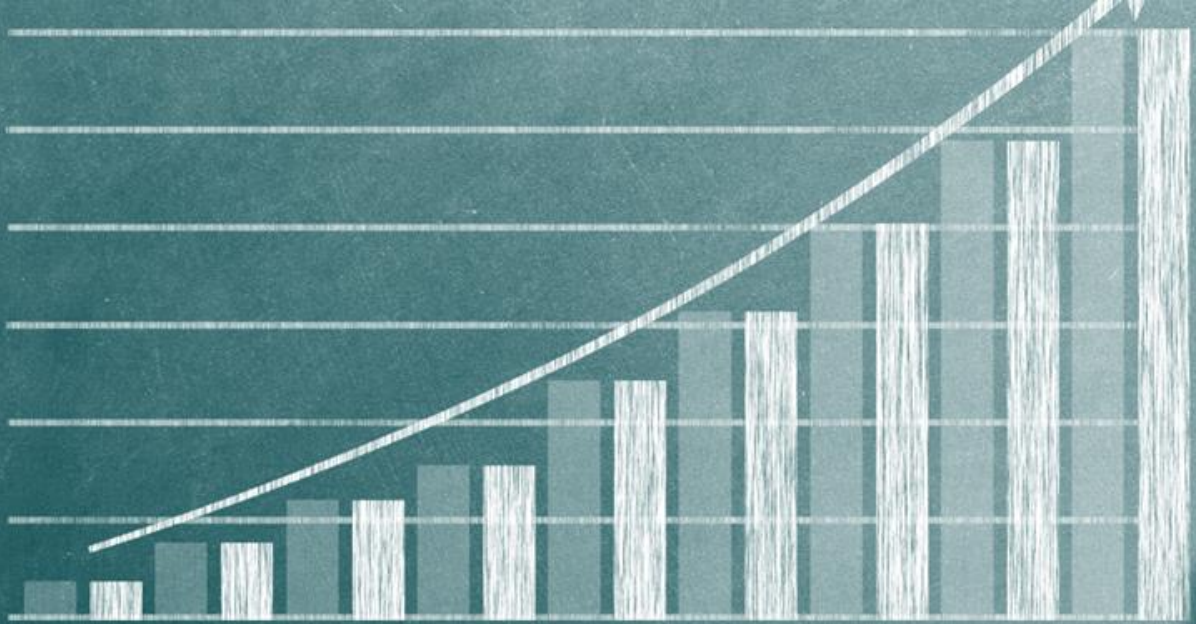
PATIKIMIAUSI INFORMACIJOS ŠALTINIAI EKOLOGIŠKUMO TEMA (PROC.)

Kuo pasitikite, kai reikia daugiau informacijos apie kokį nors jus dominantį dalyką (pvz., apie ekologiškus produktus)?

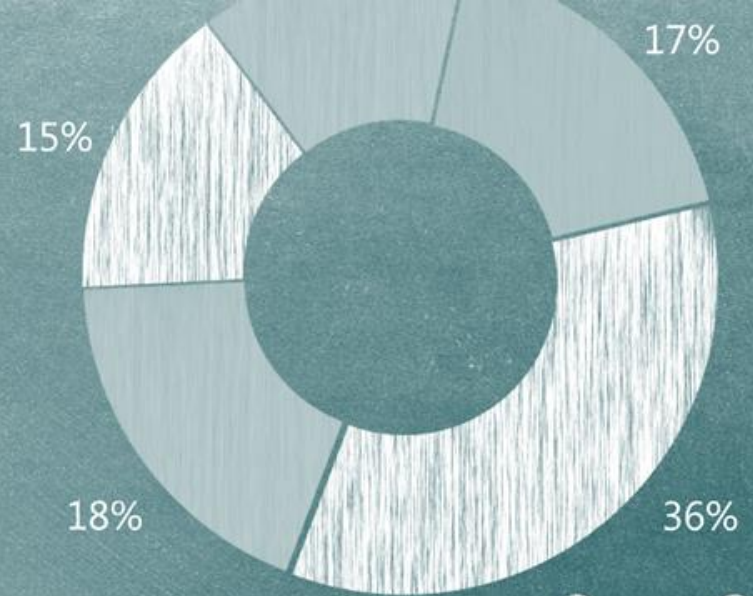
N=1009



Jaunesni gyventojai labiau linkę pasitikėti specialistų rekomendacijomis, aukštesnio išsimokslinimo atstovai – informacija žiniasklaidoje bei oficialių institucijų skelbiama informacija.



100
80
60
40
20
10



17%

32%

APIBENDRINIMAS



spinter research

APIBENDRINIMAS

- Reguliariai maisto produktų etiketes skaito 29 proc. apklaustųjų. Didžioji dalis pirkėjų tai daro kartais – kai perka naują produktą (44 proc.) arba kai kyla įtarimų dėl produkto sudėties (13 proc.).
- Geriausiai žinomi faktai apie ekologiškus produktus yra susiję su jų sudėtimi: be GMO (50 proc.), neužteršti cheminėmis medžiagomis (48 proc.). Mažiausiai vartotojams žinomi su Ekologinių produktų apsauga susiję procedūriniai veiksmai – įtariant pažeidimus atliekami tyrimai (25 proc.), gamintojai tikrinami bent kartą per metus (24 proc.).
- Abiejų ekologiškų produktų ženklų žinomumas panašus – ES ekologinės gamybos ženklą žino 72 proc., Lietuvoje pagamintų ekologiškų produktų ženklą – 69 proc. apklaustųjų.
- Šalies gyventojai linkę pasitikėti ekologiškų produktų ženklais, tačiau pasitikėjimas nėra absoliutus: 29 proc. pasitiki, 57 proc. pasitiki iš dalies.
- Ekologiškų produktų pirkimas nėra dažnas – tik 14 proc. juos perka kartą per savaitę ar dažniau.
- Pagrindinė priežastis, sulaikanti nuo ekologiškų produktų nepirkimo – aukšta tokių gaminių kaina (68 proc.).
- Kasdieniniame vartojime suvokiama ekologiškų patiekalų pridėtinė vertė labai ribota – tik 12 proc. vienareikšmiškai teiktų pirmenybę maitinimo vietai, teikiančiai ekologiškus patiekalus. Dar 32 proc. tai galėtų būti tik vienas iš svarbesnių kriterijų.
- Vieno aiškaus patikimo šaltinio ekologiškų produktų tematika nėra – gyventojai linkę pasitikėti skirtingais šaltiniais, tačiau kiek didesnė specialistų ar žinomų žmonių rekomendacijų įtaka.

Kontaktinė informacija

UAB Spinter tyrimai
info@spinter.lt
tel. 863720595



spinter research