



088386



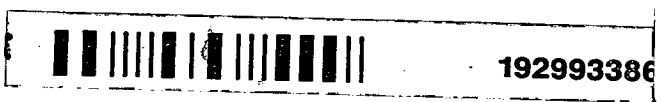
SENTRUM VIR BIBLIOTEK- EN
INLIGTINGSDIENSTE
CENTRE FOR LIBRARY AND
INFORMATION SERVICES

VERVALDATUM/DATE DUE

BL / ML

05 MAR 1992

TERUG



001.3072068 HSRC FPI 10



286784

**Aankoop en verbruik deur private
huishoudings in die metropolitaanse
gebiede**

RGN-Reeks: Varsprodukte-onderzoek

Reeksredakteur: Sieg Marx

GEPUBLISEERDE TITELS

1. **Prysvorming by die bemarking van vars vrugte en vars groente in die Republiek van Suid-Afrika.** D S Langley, J van Zyl.
2. **Distribusie van vars vrugte en vars groente in die Republiek van Suid-Afrika.** J A de Villiers, J G van Deventer.
3. **Riglyne vir die uitbreiding, opgradering, verskuiwing en sluiting van bestaande marke, asook die vestiging van nuwe marke.** D B J van Rensburg.
4. **Standardisation of the grading, packaging, labelling, inspection, pallatisation and control systems in the fresh produce industry in the Republic of South Africa.** M A Louw, P F Birkby, J J Steenekamp.
5. **Inligtingsaangeleenthede met betrekking tot die bemarking van varsprodukte in die Republiek van Suid-Afrika.** Buro vir Finansiële Analise, Universiteit van Pretoria.
6. **Inkomste- en kostestrukture van nasionale varsproduktemarke in die Republiek van Suid-Afrika** Buro vir Finansiële Analise, Universiteit van Pretoria.
7. **Bylae B van die verslag oor die inkomste- en kostestrukture van die nasionale varsproduktemarke in die Republiek van Suid-Afrika.**
8. **Inkomste- en kostestrukture van markagentskappe op die nasionale varsproduktemarke in die Republiek van Suid-Afrika.** Finansiële Analise, Universiteit van Pretoria.
9. **Eienaarskap van die nasionale varsproduktemarke in die Republiek van Suid-Afrika.** LHA-Bestuurskonsultante.
10. **Aankoop en verbruik van vars groente en vrugte deur private huishoudings in die metropolitaanse gebiede van die Republiek van Suid-Afrika.** J H Martins.
11. **Aankoop en verbruik van vars groente en vrugte deur institusies in die Republiek van Suid-Afrika.** J H Martins.
12. **Reklame-aangeleenthede met betrekking tot die bemarking van vars groente en vrugte in die Republiek van Suid-Afrika.** Departement Bedryfs-
ekonomie, Universiteit van Pretoria.
13. **Laws, by-laws and regulations which apply to fresh produce markets and the marketing of fresh produce.** K Miller, R Hirschowitz.
14. **Funksionarisse, bestuurstelsels en bedryfsvoering op die nasionale varsproduktemarke in die Republiek van Suid-Afrika.** Buro vir Finansiële Analise, Universiteit van Pretoria.
15. **Hoofverslag: Bemarking van varsprodukte in die Republiek van Suid-Afrika.** Sieg Marx

**Aankoop en verbruik deur private
huishoudings in die metropolitaanse
gebiede**

© Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing, 1991

Alle regte voorbehou.

Geen gedeelte van hierdie boek mag sonder skriftelike verlof van die uitgewer gereproduseer of in enige vorm of met enige elektroniese of meganiese middel weergegee word nie, hetsy deur fotokopiëring, plaat- of bandopname, vermikrofilming of inligtingsbewaring.

RGN BIBLIOTEEK	
1991 10.24.	
HSRC LIBRARY	
STANDKODE	AANWINSNOMMER
001.307.2068	088386
HSRC FPI 10	

Uitgegee deur
RGN-Uitgewers
Privaatsak X41
0001 Pretoria

Voorwoord

Die ondersoek na die bemarking van varsprodukte in die RSA het 'n wye terrein bestryk soos duidelik blyk uit die lys navorsingstemas wat op die binneblad van hierdie verslag verskyn.

Die hoofdoel van hierdie navorsing is om relevante en bruikbare inligting aan die beleidmakers en bedryfsvoerders beskikbaar te stel op grond waarvan hulle moontlik beter besluite in belang van die varsproduktebedryf kan neem.

Die belangrikste beginsels wat die ondersoek ten grondslag lê, is wetenskaplikheid en onpartydigheid. Verder is gepoog om diepgaande, demokratiese en aanbevelingsgerigte navorsing binne 'n relatief kort tydsbestek te doen.

Ten einde die doelwitte te bereik en die beginsels te verantwoord, is al die belanghebbendes by die varsproduktebedryf, te wete produsente, verbruikers, markeienaars, markbesture, markagente, groothandelaars, kleinhandelaars, die kettingwinkelgroepe, institusionele kopers, die informele sektor, bemarkingsrade en beurse, die sentrale en provinsiale owerhede, die georganiseerde handel, vervoerinstansies en verskaffers van landbou-insette deur middel van posopnames en/of groepbsprekings en/of persoonlike onderhoude by die ondersoek betrek.

Waar toepaslik, is bepaalde aspekte van die bemarking van varsprodukte in die RSA, ook in die lig van oorsese bemarkingspraktyke, in perspektief geplaas.

Dit word vertrou dat die inligting in hierdie verslag wat oor die "Aankoop en verbruik deur private huishoudings in die metropolitaanse gebiede" handel, die betrokke bedryfsvoerders in staat sal stel om die regte dinge die eerste keer reg te doen en hulle besluite so te neem dat tydig, ekonomies en effektief aangepas kan word by die huidige en toekomstige geleenthede en bedreigings in die varsproduktebedryf.

Ten slotte 'n opregte dankwoord aan:

- Minister Jacob de Villiers, voormalige Minister van Landbou wat die ondersoek goedgekeur het en die fondse daarvoor bewillig het.
- Die Departement van Landbou en die Kommissie vir Varsproduktemarke vir hulpverlening.

- ❑ Die Hoofkomitee en tien Werkkomitees vir vakkundige en bedryfskundige bydraes.
- ❑ Instansies en individue uit die varsproduktebedryf vir finansiële bydraes.
- ❑ Die deelnemers aan die ondersoek vir inligting, voorstelle en standpunte.
- ❑ Die navorsers vir hulle taak.
- ❑ Mnr. Dave Langley vir vakkundige koördinerings.
- ❑ Mev. Elsa Geldenhuys vir administratiewe koördinerings.
- ❑ Die Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing en meer bepaald die divisie Menslike Hulpbronstrategieë van die Groep: Menslike Hulpbronne vir verskaffing van 'n infrastruktuur.
- ❑ Die Topbestuur vir die Universiteit van Pretoria wat toegestem het dat ek die ondersoek as navorsingsdirekteur kon lei.

SIEG MARX
Reeksredakteur

Maart 1991

Inhoudsopgawe

Bladsy

Lys van figure	xi
Lys van tabelle in teks	xiii
Lys van tabelle in bylae A	xvii
1 Opsomming	1
1.1 Doel, omvang en metode van die studie	1
1.2 Beplanning by die aankoop van vars groente en vrugte	1
1.3 Faktore by die aankoop van varsprodukte	2
1.4 Maandelikse besteding	2
1.4.1 Besteding aan vars groente	2
1.4.2 Besteding aan vars vrugte	2
1.4.3 Besteding per gebied	3
1.4.4 Besteding aan vars, ingemaakte, bevrore en ontwaterde groente	4
1.4.5 Besteding aan vars, ingemaakte en droë- en versuikerde vrugte	4
1.4.6 Besteding per persoon	4
1.4.7 Verandering oor tyd	6
1.4.8 Redes vir aankope van varsprodukte	7
1.5 Plek van aankope	7
1.5.1 Besteding	7
1.5.2 Keuse van aankoopplek	8
1.5.3 Redes vir keuse van aankoopplek	10
1.5.4 Pryspersepsie van keuse van varsprodukte	12

1.6	Kooggewoontes en profiel van respondente volgens belangrikste aankoopplek	12
1.6.1	Blankes	12
1.6.2	Swartes	15
1.6.3	Kleurlinge	15
1.6.4	Asiërs	16
1.7	Gesondheidsaspekte van varsprodukte	16
1.8	Algemene opmerkings	17
1.9	Aanbevelings	17
1.9.1	Distribusiekanaal	17
1.9.2	Prys	18
1.9.3	Produkeienskappe	18
1.9.4	Kommunikasie	18
2	Doel, omvang en metodiek van die studie	23
2.1	Doel met die studie	23
2.2	Omvang van die studie	23
2.2.1	Produkte	23
2.2.2	Teikengebiede	23
2.2.3	Die bevolking	27
2.2.4	Steekproefgroottes	27
2.3	Sosio-ekonomiese eienskappe van respondente	27
2.3.1	Huistaal	27
2.3.2	Gemiddelde grootte van huishoudings	29
2.3.3	Opleidingspeil van huishoudingshoof en sy vrou	32
2.3.4	Huishoudingsinkomste	32
2.3.5	Ouderdom van besluitnemer	33
2.4	Metode van die studie	33
2.4.1	Vraelys	34
2.4.2	Steekproefmetode	34
2.4.3	Veldwerk	35
2.5	Betroubaarheid van die opnamegegewens	36
2.5.1	Steekproeffoute	36
2.5.2	Steekproefverlies	37
2.5.3	Steekproefraam	39
2.5.4	Rapporteefoute	39
2.5.5	Ondervraersfoute	40
2.5.6	Verwerkingsfoute	40
viii	2.6 Berekeninge	40

2.7	Validering	40
3	Sekondêre bronne oor verbruikersgedrag ten opsigte van vars groente en vrugte	41
3.1	Inleiding	41
3.2	Belangrikheid van voedsel as komponent van huishoudingsbesteding	41
3.3	Belangrikheid van groente en vrugte as komponent van huishoudings se besteding aan voedsel	41
3.4	Verbruik van vars groente en vrugte	48
3.5	Verbruikersgedrag en -voorkeure	49
	3.5.1 Plek van aankope	49
	3.5.2 Rol van handelsmerke	50
	3.5.3 Gesondheidsredes vir aankope	51
3.6	Bevordering van vars groente en vrugte	51
3.7	Faktore wat die verbruik van vars groente en vrugte kan strem	52
4	Resultate van die ondersoek	55
4.1	Inleiding	55
4.2	Bepanning by die aankoop van vars groente en vrugte	55
4.3	Besluitnemer by die aankope van varsprodukte	61
4.4	Dag van aankope	61
4.5	Frekwensie van aankope	61
4.6	Faktore by die aankoop van varsprodukte	61
	4.6.1 Identifikasie van faktore	61
	4.6.2 Relatiewe belangrikheid van faktore	64
4.7	Besteding per maand	64
	4.7.1 Vars groente	64
	4.7.2 Verwerkte groente	70
	4.7.3 Vars vrugte	70
	4.7.4 Verwerkte vrugte	70
4.8	Totale maandelikse besteding aan vars en verwerkte groente en vrugte	70
	4.8.1 Vars en verwerkte groente	70
	4.8.2 Vars en verwerkte vrugte	71
4.9	Besteding aan varsprodukte oor tyd	71
4.10	Verandering in bestedingspatrone	71
4.11	Redes vir aankope	73

4.11.1 Vars en verwerkte groente	73
4.11.2 Vars en verwerkte vrugte	73
4.12 Plek van aankope	73
4.13 Redes vir bepaalde aankoopplekke	77
4.13.1 Varsproduktemark	77
4.13.2 Boere of produsente	77
4.13.3 Hipermarkte en kettingwinkels	77
4.13.4 Groentewinkels	80
4.13.5 Informele sektor	80
4.13.6 Ander aankoopplekke	80
4.14 Houiding oor pryse by aankoopplekke	80
4.15 Besteding per aankoopplek	83
4.16 Totale maandelikse besteding volgens aankoopplek	90
4.16.1 Vars groente	90
4.16.2 Vars vrugte	90
4.16.3 Vars groente en vrugte	90
4.17 Besteding per gebied	94
4.18 Gesondheidsaspekte van die verbouing en behandeling van varsprodukte	94
4.19 Koopgewoontes en profiel van blankes volgens belangrikste aankoopplek	94
4.20 Koopgewoontes en profiel van swartes volgens belangrikste aankoopplek	99
4.21 Koopgewoontes en profiel van kleurlinge volgens belangrikste aankoopplek	104
4.22 Koopgewoontes en profiel van Asiërs volgens belangrikste aankoopplek	109
Bylae A	115
Bylae B	133
Bylae C	137
Bylae D	147

Lys van figure

Figuur *Bladsy*

Hoofstuk 1

1.1	Totale maandelikse besteding aan vars groente volgens bevolkingsgroep	3
1.2	Totale maandelikse besteding aan vars vrugte volgens bevolkingsgroep	3
1.3	Totale maandelikse besteding aan vars groente en vrugte volgens gebied	4
1.4	Totale maandelikse besteding aan vars, ingemaakte, bevrore, en ontwaterde groente	5
1.5	Totale maandelikse besteding aan vars, ingemaakte, en droë-/versuikerde vrugte	5
1.6	Gemiddelde maandelikse besteding per persoon aan vars groente en vrugte volgens bevolkingsgroep	6
1.7	Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding aan varsprodukte volgens aankoopplek	7
1.8	Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur blankes aan varsprodukte volgens aankoopplek	8
1.9	Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur swartes aan varsprodukte volgens aankoopplek	9
1.10	Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur kleurlinge aan varsprodukte volgens aankoopplek	10
1.11	Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur Asiërs aan varsprodukte volgens aankoopplek	11

Lys van tabelle in teks

<i>Tabel</i>	<i>Bladsy</i>
Hoofstuk 1	
1.1 Koopgewoontes en profiel van aankopers van vars groente volgens bevolkingsgroep en belangrikste aankoopplek	13
1.4 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek	19
Hoofstuk 2	
2.1 Beraamde stedelike bevolking en huishoudings volgens bevolkingsgroep en gebied, 1990	25
2.2 Metropolitaanse gebiede, steekproefgroottes en soort onderhoude volgens bevolkingsgroep	28
2.3 Persentasieverdeling van huishoudings volgens huistaal en bevolkingsgroep	29
2.4 Persentasieverdeling van huishoudings volgens getal persone wat saam eet en bevolkingsgroep	30
2.5 Persentasieverdeling van huishoudings volgens opleidingspeil en bevolkingsgroep	32
2.6 Persentasieverdeling van huishoudings volgens huishoudingsinkomste en bevolkingsgroep	33
2.7 Persentasieverdeling van huishoudings volgens ouderdomsgroep van besluitnemer oor varsprodukte en bevolkingsgroep.	34
2.8 Steekproef, telefoonnommers geskakel en resultate bereik volgens bevolkingsgroep	37

2.9	Steekproef, voltooide vraelyste en responsiekoers volgens bevolkingsgroep en gebied	38
-----	---	----

Hoofstuk 3

3.1	Huishoudingsbestedingspatrone van geselekteerde lande volgens hoofbestedingsgroep vir sekere jare	42
3.2	Persentasieverdeling van huishoudingsbesteding in geselekteerde lande, die RSA se metropolitaanse gebiede en die Nasionale State en TBVC lande volgens hoofvoedselitem vir sekere jare	46
3.3	Persentasieverdeling van aankopers van varsprodukte in die VSA volgens gebied, aankoopplek en frekwensie, 1987	50

Hoofstuk 4

4.1A	Persentasie huishoudings wat vars groente op 'n bepaalde patroon aankoop volgens bevolkingsgroep	56
4.1B	Persentasie huishoudings wat vars vrugte op 'n bepaalde patroon aankoop volgens bevolkingsgroep	58
4.2	Besluitnemers oor aankope van varsprodukte volgens bevolkingsgroep	60
4.3	Dae waarop varsprodukte normaalweg gekoop word volgens bevolkingsgroep	62
4.4	Frekwensie van aankope van varsprodukte volgens bevolkingsgroep	63
4.5	Faktore in ag geneem by die aankoop van varsprodukte volgens bevolkingsgroep	65
4.6	Belangrikheidsindeks van faktore by die aankoop van varsprodukte volgens bevolkingsgroep	67
4.7	Persentasie huishoudings wat aankoop en gemiddelde maandelikse besteding per respondent en per huishouding volgens soort produk en bevolkingsgroep	68
4.8	Totale maandelikse besteding volgens soort produk en bevolkingsgroep	72
4.9	Belangrikste redes vir aankope van vars groente, vars vrugte en substitute volgens bevolkingsgroep	74
4.10	Huishoudings se aankoopplekke vir varsprodukte volgens bevolkingsgroep	76
4.11	Belangrikste redes vir aankope van varsprodukte by verskillende aankoopplekke volgens bevolkingsgroep	78

4.12A	Prysepersepsie van die pryse van varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep (blankes)	81
4.12B	Prysepersepsie van die pryse van varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep (swartes)	81
4.12C	Prysepersepsie van die pryse van varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep (kleurlinge en Asiërs)	82
4.13A	Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep (blankes en swartes)	84
4.13B	Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep (kleurlinge en Asiërs)	87
4.14	Totale maandelikse besteding aan vars groente volgens aankoopplek en bevolkingsgroep	89
4.15	Totale maandelikse besteding aan vars vrugte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep	91
4.16	Totale maandelikse besteding aan vars groente en vrugte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep	92
4.17	Verbouings- en behandelingsaspekte van varsprodukte waarvoor inligting verlang word volgens bevolkingsgroep	93
4.18	Koopgewoontes en profiel van blanke aankopers van vars groente volgens aankoopplek	95
4.19	Koopgewoontes en profiel van swart aankopers van vars groente volgens aankoopplek	100
4.20	Koopgewoontes en profiel van kleurling aankopers van vars groente volgens aankoopplek.....	105
4.21	Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek.....	110

Lys van tabelle in Bylae A

Tabel

Bladsy

Redes vir die aankope van die verskillende soorte groente en vrugte

A1	Redes vir aankope van vars groente volgens bevolkingsgroep ...	116
A2	Redes vir aankope van ingemaakte groente volgens bevolkingsgroep	117
A3	Redes vir aankope van bevrore groente volgens bevolkingsgroep	118
A4	Redes vir aankope van ontwaterde groente volgens bevolkingsgroep	119
A5	Redes vir aankope van vars vrugte volgens bevolkingsgroep	120
A6	Redes vir aankope van ingemaakte vrugte volgens bevolkingsgroep	121
A7	Redes vir aankope van droë-/versuikerde vrugte volgens bevolkingsgroep	122

Redes vir die aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke

A8	Redes vir aankope van varsprodukte by die varsproduktemark volgens bevolkingsgroep	123
A9	Redes vir aankope van varsprodukte by boere of produsente volgens bevolkingsgroep	124
A10	Redes vir aankope van varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels volgens bevolkingsgroep	125

A11	Redes vir aankope van varsprodukte by groentewinkels volgens bevolkingsgroep	127
A12	Redes vir aankope van varsprodukte by die informele sektor volgens bevolkingsgroep	129
A13	Redes vir aankope van varsprodukte by ander plekke volgens bevolkingsgroep	131

Opsomming

1.1 DOEL, OMVANG EN METODE VAN DIE STUDIE

Die doel met die studie is om private verbruikers woonagtig in die metropolitaanse gebiede van die RSA (uitsluitend Nasionale State) se besteding aan, houdings teenoor en gebruike by die aankoop van vars groente en vrugte te bepaal. Die studie handel hoofsaaklik oor vars groente en vrugte maar enkele vrae is ook oor ingemaakte groente en vrugte, bevrore groente, ontwaterde groente en droë- en versuikerde vrugte gevra.

Die primêre inligting is deur die Buro vir Marknavorsing (BVM) gedurende Februarie en Maart 1990 by wyse van 'n telefoonopname onder blanke en sommige kleurling- en Asiërhuishoudings ingesamel. Die res van die kleurlinge en Asiërs en alle swart respondente is deur middel van tuisonderhoude ondervra. 'n Gestruktureerde vraelys is by 764 blanke, 760 swart, 482 kleurling- en 456 Asiërhuishoudings voltooi. 'n Huishouding is omskryf as bestaande uit een of meer persone en/of gesinne wat hulle vars groente en vrugte self aankoop en saam eet. Huishoudings (2 600) is by wyse van ewekansige steekproewe uit telefoongidse vir die telefoonopnames en van kaarte vir die tuisopnames geselekteer om by die studie ingesluit te word.

1.2 BEPLANNING BY DIE AANKOOP VAN VARS GROENTE EN VRUGTE

- By blankes word aankope van vars groente en vrugte voorafgegaan deur besluite oor wie dit sal doen, waar, in minder mate hoe dikwels en watter soorte aangekoop sal word. Die dag en bedrag van die aankope is minder belangrik.
- Vergeleke met blankes is swart huisbewoners oor die algemeen in groter mate op die beplanning van aankope, veral van vars groente ingestel. Hostelbewoners slaan veel ag op die soorte groente wat hul beplan om te koop en hoeveel aan die beplande aankope bestee sal word.

- ▣ Afgesien van die beplande bedrag wat bestee sal word, kan oor die algemeen beweer word dat kleurlinge en Asiërs hul aankope van vars groente en vrugte beplan.

Die vrou in die huis is meestal die persoon wat oor hierdie aankope besluit. 'n Groot persentasie respondente koop nie hulle vars produkte op 'n spesifieke dag nie, maar diegene wat dit wel doen verkies Saterdag gevolg deur Vrydag. Blankes, swart huisbewoners, kleurlinge en Asiërs koop hulle varsprodukte meestal wekeliks terwyl swart hostelbewoners dit meer dikwels aankoop.

1.3 FAKTORE BY DIE AANKOOP VAN VARSPRODUKTE

- ▣ Vars groente en vrugte word deur feitlik alle huishoudings wat by die studie betrek is, gekoop.
- ▣ Varsheid, prys, kwaliteit en voorkoms is die vier faktore wat by die aankope van vars groente en vrugte by beide blankes en kleurlinge, die belangrikste rol speel.
- ▣ By swart huisbewoners staan prys bo-aan die lys gevolg deur varsheid, kwaliteit en voorkoms van die winkel en netheid van personeel. Swart hostelbewoners sê die prys is die belangrikste faktor, gevolg deur kwaliteit, voorkoms van die winkel en netheid van personeel, en varsheid.
- ▣ Asiërs se rangorde van die faktore by groente is varsheid, prys, kwaliteit en die gesin se behoefte. By vrugte is kwaliteit belangriker as prys.
- ▣ Navorsing in die VSA het bevind dat, by die aankoop van vars groente, 18% van die verbruikers op 'n handelsmerk ag slaan teenoor 44% in die geval van vars vrugte (sien afdeling 3.5.2). In die metropolitaanse gebiede van die RSA het geen respondent handelsmerk as 'n faktor genoem nie.

1.4 MAANDELIKSE BESTEDING

1.4.1 Besteding aan vars groente

Figuur 1.1 toon die totale maandelikse besteding aan vars groente volgens bevolkingsgroep, deur private verbruikers in die metropolitaanse gebiede van die RSA woonagtig. Blankes was verantwoordelik vir 47,5%, swartes vir 30,3%, kleurlinge vir 12,0% en Asiërs vir 10,2% van die totale besteding van R126,0 miljoen per maand aan vars groente.

1.4.2 Besteding aan vars vrugte

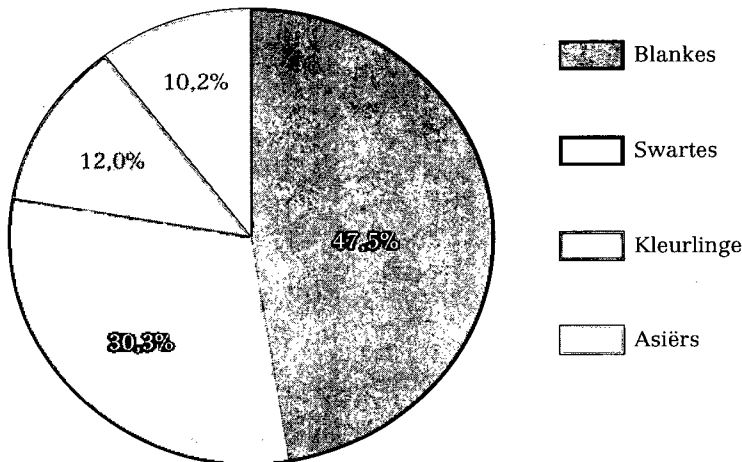
By vars vrugte (figuur 1.2) was blankes vir meer as die helfte (56,1%) van die totale maandelikse besteding van R92,2 miljoen verantwoordelik. Swartes was vir 22,9%, kleurlinge vir 11,5% en Asiërs vir 9,5% verantwoordelik.

1.4.3 Besteding per gebied

Figuur 1.3 toon die totale maandelikse besteding aan vars groente en vrugte volgens gebied. Private verbruikers in die Pretoria-Witwatersrand-Vereeniginggebied was vir 57,8% van die totale besteding van R218,1 miljoen per maand aan varsprodukte deur verbruikers in die metropoli-taanse gebiede van die RSA verantwoordelik. Hierna volg die Durban-Pietermaritzburg kompleks (15%), Kaapse Skiereiland (13,4%), Port Eliza-beth-Uitenhage en Oos-Londen (7,4%), Bloemfontein en Kimberley, en Klerksdorp en die OVS Goudvelde laaste met beide (3,2%).

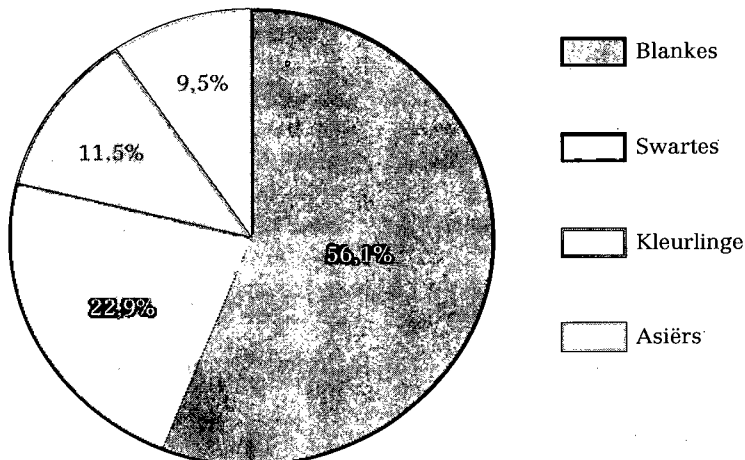
FIGUUR 1.1

Totale maandelikse besteding aan vars groente volgens bevolkingsgroep



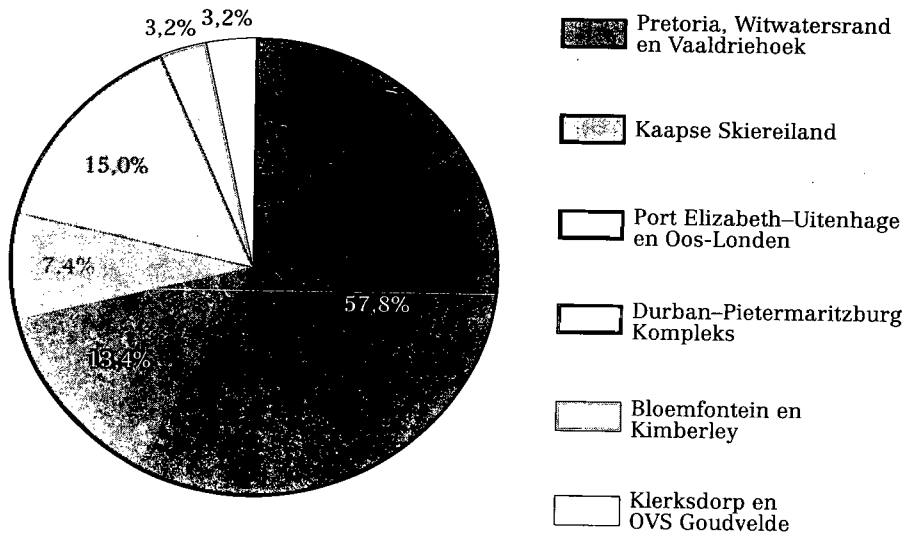
FIGUUR 1.2

Totale maandelikse besteding aan vars vrugte volgens bevolkingsgroep



FIGUUR 1.3

Totale maandelikse besteding aan vars groente en vrugte volgens gebied



1.4.4 Besteding aan vars, ingemaakte, bevrore en ontwaterde groente

Figuur 1.4 toon die totale maandelikse besteding aan vars, ingemaakte, bevrore en ontwaterde groente aan. Die maandelikse besteding aan vars groente is bykans vyf keer soveel as dié aan bevrore, meer as agt keer soveel as dié aan ingemaakte en 90 keer soveel as dié aan ontwaterde groente. Blankes was vir 75,3% van die besteding aan bevrore groente en swartes vir 42,5% aan ingemaakte en 43,9% aan ontwaterde groente verantwoordelik.

1.4.5 Besteding aan vars, ingemaakte en droë- en versuikerde vrugte

Figuur 1.5 toon die totale maandelikse besteding aan vars, ingemaakte, droë- en versuikerde vrugte. Die besteding aan vars vrugte van R92,2 miljoen per maand is meer as ses keer dié van ingemaakte vrugte en elf keer dié van droë- en versuikerde vrugte. Blankes het 47,7% van die ingemaakte vrugte en 71,5% van die droë- en versuikerde vrugte aangekoop.

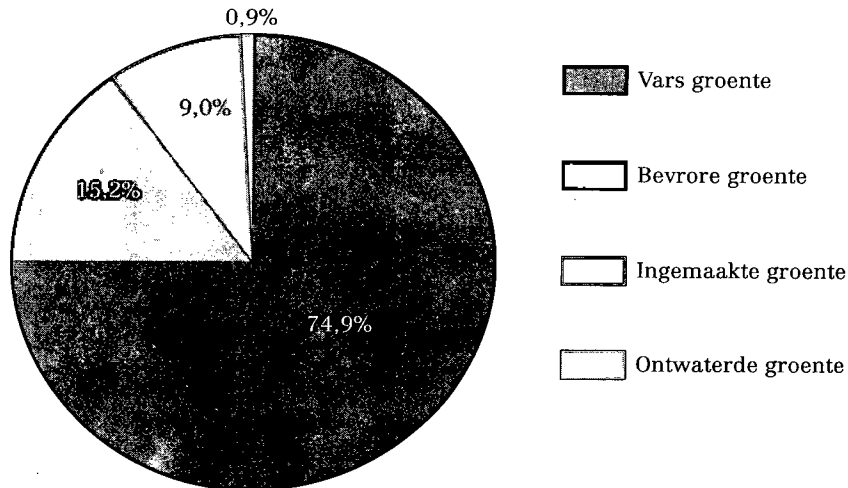
1.4.6 Besteding per persoon

Figuur 1.6 toon die gemiddelde besteding per maand per persoon aan vars groente en vrugte volgens bevolkingsgroep. Blankes se besteding van R18,36 aan vars groente is 12,5% hoër as die van Asiërs, 62,8% hoër as dié van swartes en 80,2% hoër as die van kleurlinge. Blankes bestee gemiddeld R15,87 per maand aan vars vrugte, wat onderskeidelik 44,3%, 122,6% en 153,5% hoër as die besteding van Asiërs, kleurlinge en swartes aan vrugte is.

Indien die welvaart van laasgenoemde bevolkingsgroepe toeneem, sal hul besteding aan veral vars vrugte waarskynlik aansienlik styg. Swartes se besteding per persoon is relatief hoog in verhouding tot dié van kleurlinge, omdat daar 'n groot getal volwasse persone is (hostelbewoners) wat buite gesinsverband in die metropolitaanse gebiede woon.

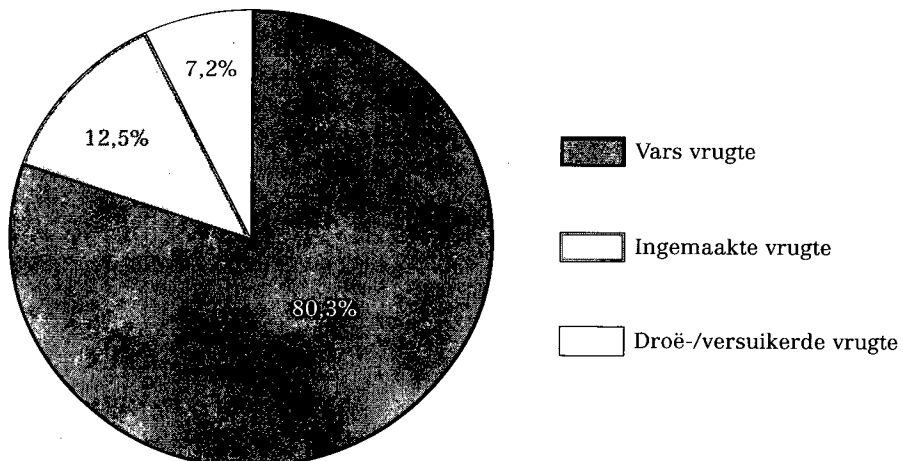
FIGUUR 1.4

Totale maandelikse besteding aan vars, ingemaakte, bevrore, en ontwaterde groente

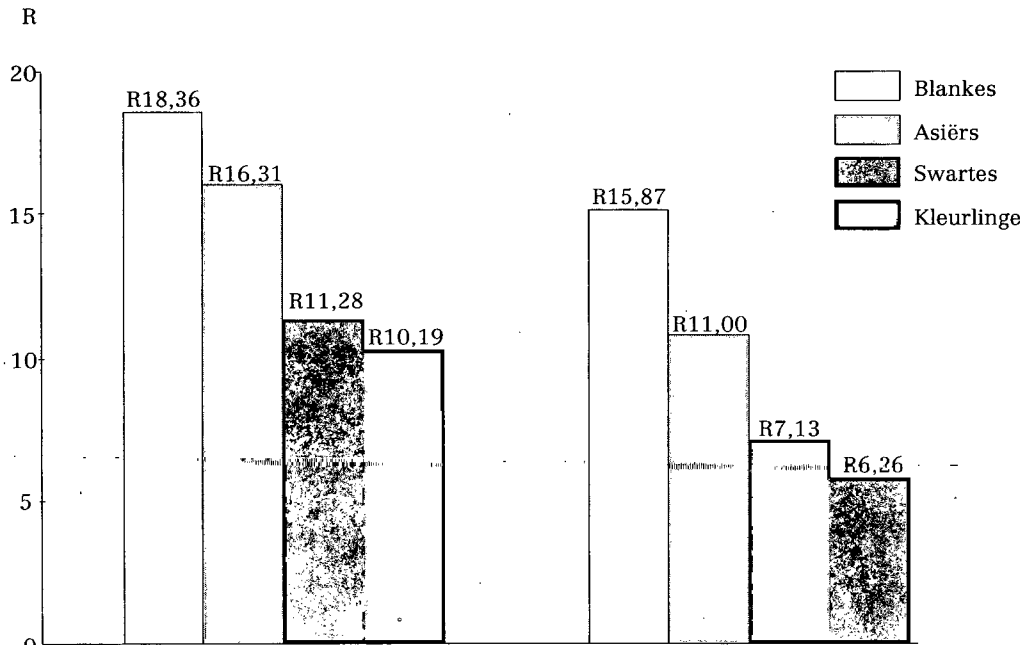


FIGUUR 1.5

Totale maandelikse besteding aan vars, ingemaakte, en droë-/versuikerde vrugte



FIGUUR 1.6
 Gemiddelde maandelikse besteding per persoon* aan vars groente
 en vrugte volgens bevolkingsgroep



* Persone uitgesluit aan wie voedsel verskaf word.

1.4.7 Verandering oor tyd

In die VSA is bevind dat die verbruik per persoon van vars groente met 1,6% per jaar en dié van bevrore groente met 2,2% per jaar van 1973 tot 1983 toegeneem het (sien afdeling 3.4). Na raming het private verbruiksbesteding aan groente en vrugte in Suid-Afrika met 15,5% per jaar vanaf 1970 tot 1987/88 toegeneem, teenoor 'n toename in die prys van vrugte van 11,4% per jaar en groente van 12,7% per jaar oor dieselfde tydperk. 'n Vergelyking van die resultate van hierdie opname met inkomste- en bestedingopnames in 1985 in dieselfde metropolitaanse gebiede, toon 'n effense toename tussen 1985 en 1990 in die reële besteding aan vars groente per persoon onder blankes, kleurlinge en Asiërs terwyl dié van swartes feitlik dieselfde gebly het. In die geval van vars vrugte was daar toenames in die reële besteding per persoon by alvier bevolkingsgroepe, vanaf 30% by swartes tot meer as 100% by blankes. Die waarskynlikste rede vir die toename in verbruik, is dat vars vrugte, en in 'n mate groente, relatief goedkoop geword het. Die gemiddelde styging in die verbruikersprys van voedsel was 17,3% per jaar van 1985 tot 1989 teenoor 14,5% vir groente en 10,5% vir vrugte.

1.4.8 Redes vir aankope van varsprodukte

Die belangrikste redes wat deur respondente aangevoer is waarom hulle vars groente en vrugte aankoop, is die voedingswaarde of vitamienes daarin. Verder hou hulle daarvan en smaak dit lekker. Dat dit nie te duur is nie, is ook deur sommige respondente genoem.

1.5 PLEK VAN AANKOPE

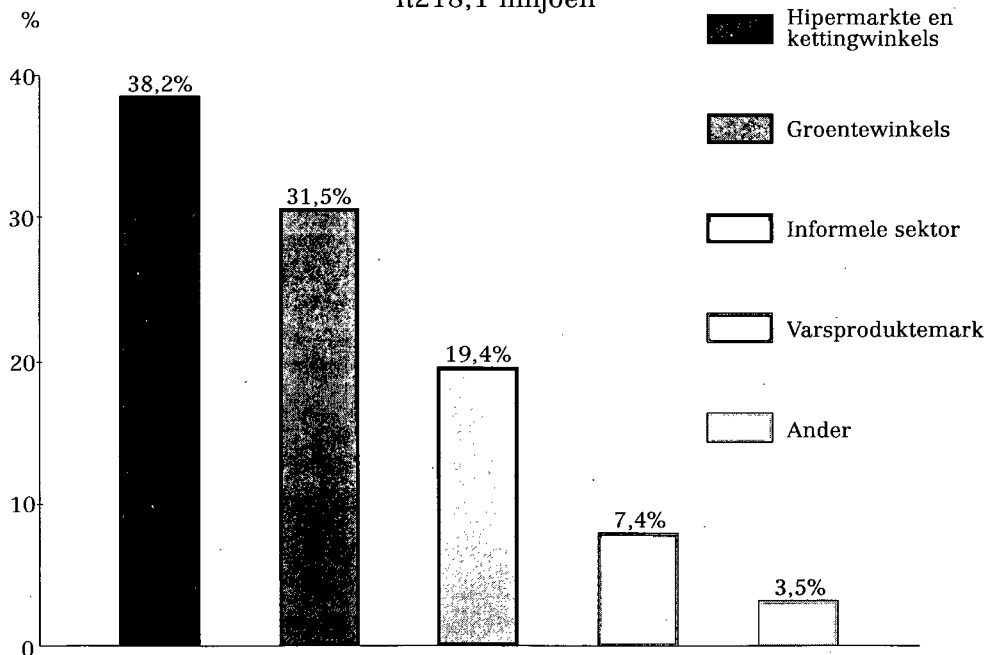
1.5.1 Besteding

Figuur 1.7 toon die persentasieverdeling van die totale maandelikse besteding aan varsprodukte deur private verbruikers volgens aankoopplek. Verbruikers het R83,3 miljoen of 38,2% van hulle totale maandelikse besteding van R218,1 miljoen aan varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels bestee. 'n Verdere 31,5% (R68,8 miljoen) van die bedrag word by groentewinkels en 19,4% (R42,2 miljoen) by die informele sektor bestee. Die aankoopplek verskil aansienlik tussen die bevolkingsgroepe. Hierdie verskille word geïllustreer in figuur 1.8 tot 1.11.

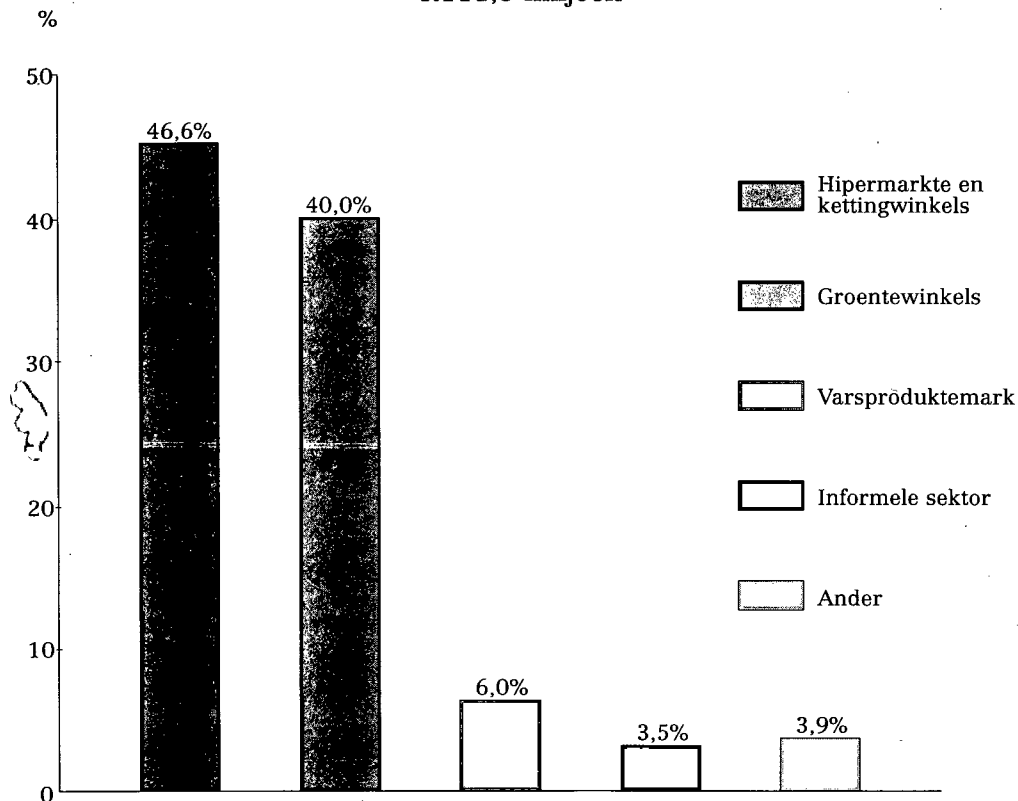
- Blankes het 46,6% van hulle varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels gekoop (figuur 1.8).

FIGUUR 1.7

Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding aan varsprodukte volgens aankoopplek
R218,1 miljoen



FIGUUR 1.8
Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur blankes aan
varsprodukte volgens aankoopplek
R111,5 miljoen



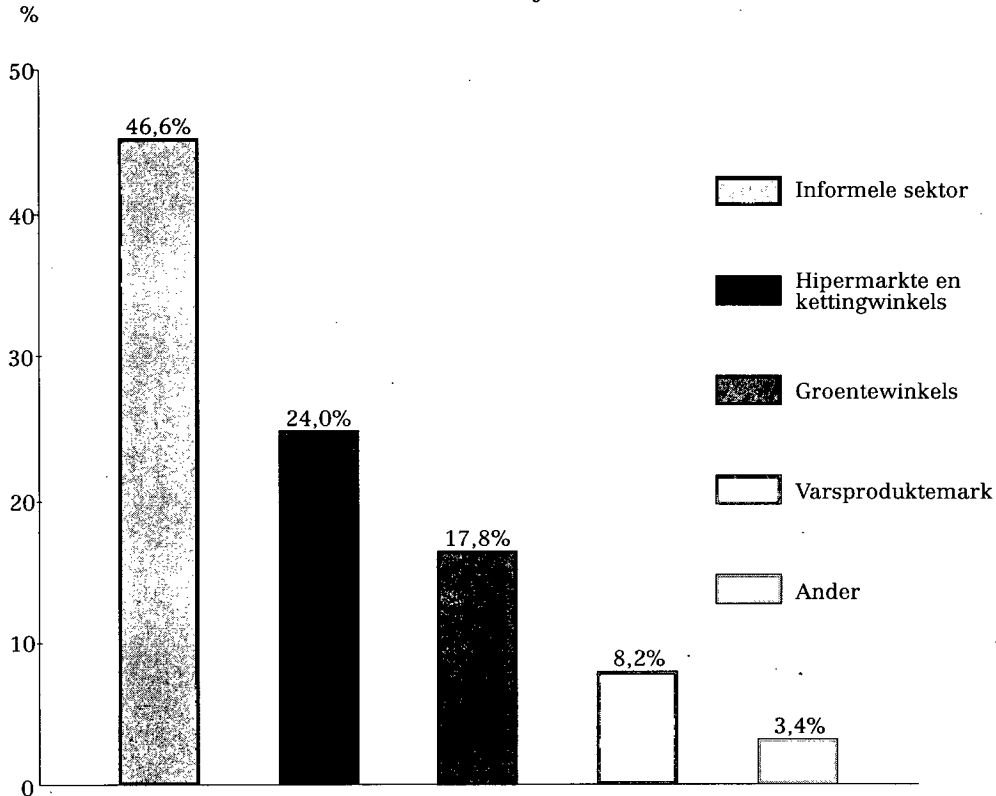
- ▣ Swartes het 46,6% van hul varsprodukte by die informele sektor gekoop (figuur 1.9).
- ▣ Kleurlinge het 44,9% van hul varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels gekoop (figuur 1.10).
- ▣ Asiërs het 35,7% van hul varsprodukte by groentewinkels gekoop (figuur 1.11).

1.5.2 Keuse van aankoopplek

'n Groot persentasie van die respondente koop by meer as een plek vars groente en vrugte.

- ▣ Van die blankes het 72,4% gesê hul koop vars groente by hipermarkte en kettingwinkels, 58,8% by groentewinkels en 12,4% by die informele sektor.

FIGUUR 1.9
 Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur swartes aan
 varsprodukte volgens aankoopplek
 R59,3 miljoen

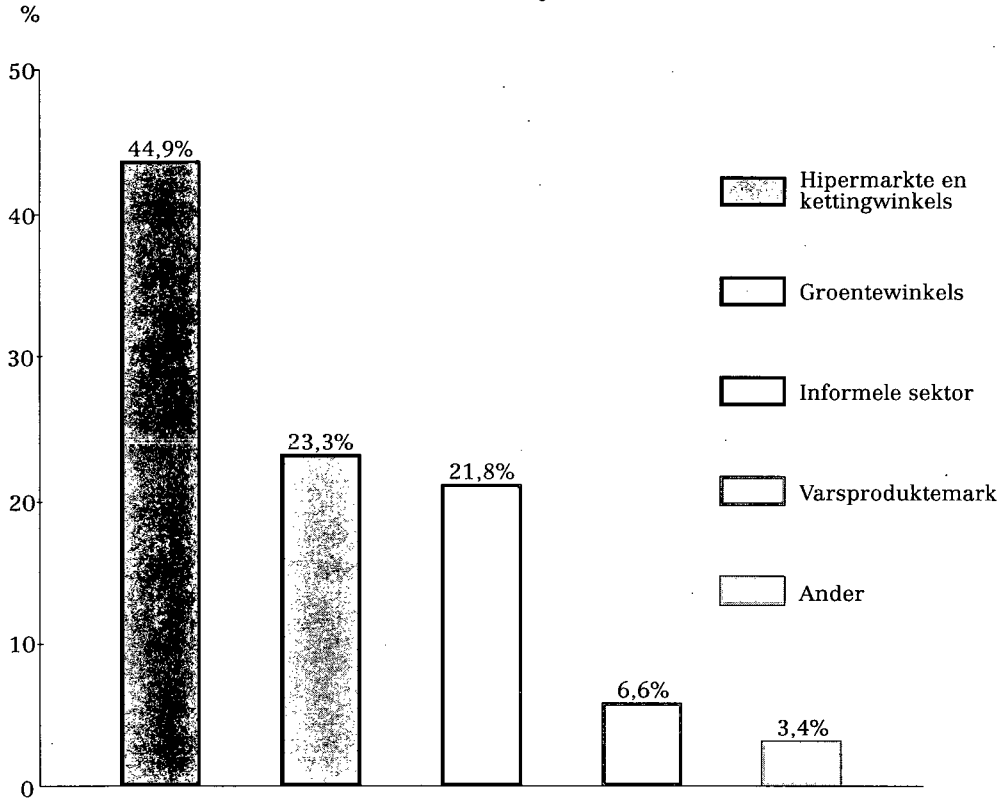


- Swart huisbewoners koop hul vars groente by die informele sektor (65,4%), hipermarkte en kettingwinkels (47,3%) en groentewinkels (38,9%). Swart hostelbewoners koop hulle vars groente hoofsaaklik by die informele sektor (83,8%) maar 25,3% besoek ook hipermarkte en kettingwinkels en 18,2% groentewinkels.
- 'n Groot persentasie van die kleurlinge koop vars groente by hipermarkte en kettingwinkels (64,8%), die informele sektor (44,7%) en groentewinkels (33,3%).
- Van die Asiërs het 40,8% groentewinkels, 40,6% hipermarkte en kettingwinkels en 33,8% die informele sektor ondersteun.

Daar is min verskil tussen die persentasie huishoudings wat die verskillende aankoopplekke vir vars groente en vrugte besoek.

In die VSA koop verreweg die meeste verbruikers van vars groente en vrugte hulle varsprodukte by supermarkte en meer as driekwart van dié

FIGUUR 1.10
Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur kleurlinge aan
varsprodukte volgens aankoopplek
R25,8 miljoen

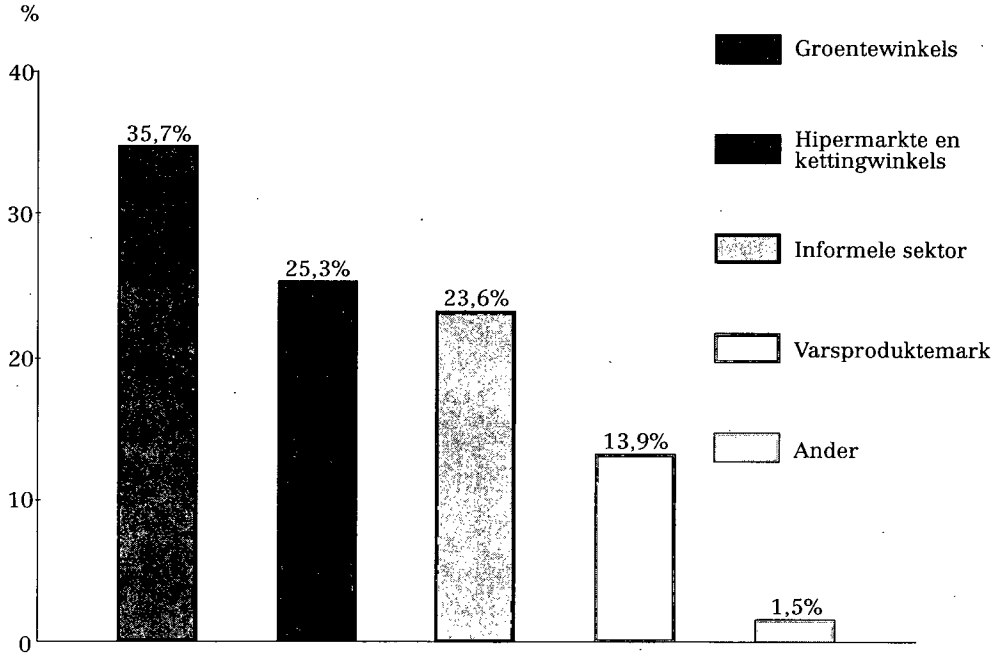


verbruikers besoek die supermarkte weekliks hiervoor (sien afdeling 3.5.1). Weeklikse besoeke aan padstalletjies wissel van 0,8% in die weste van die VSA tot 14,0% in die noord-ooste, aan plaasmarkte (farmers' market) van 4,0% in die weste tot 15,7% in die noord-ooste en aan groentewinkels (produce speciality store) van 7,1% in die weste tot 20,9% in die noord-ooste. In Hong Kong het 97% van die mense wat ondervra is, gesê hulle koop varsprodukte by straatverkopers (informele sektor).

1.5.3 Redes vir keuse van aankoopplek

- ▣ Die belangrikste rede waarom respondente van alvier bevolkingsgroepe die varsproduktemark besoek, is prys.
- ▣ Varsheid is die hoofrede waarom aankope by boere en produsente gedoen word.

FIGUUR 1.11
 Persentasieverdeling van totale maandelikse besteding deur Asiërs aan
 varsprodukte volgens aankoopplek
 R21,6 miljoen



- Aankope van vars groente en vrugte by hipermarkte en kettingwinkels deur blankes en kleurlinge word meestal gedoen omdat dit gekombineer word met die aankoop van kruideniersware. Die prys van varsprodukte word egter deur meer swartes en Asiërs aangevoer as rede vir hulle aankope aldaar.
- Groentewinkels word deur die meeste blankes en kleurlinge besoek omdat hulle produkte vars en hul pryse redelik is, terwyl 'n groot persentasie van die swartes en Asiërs en ook kleurlinge groentewinkels besoek omdat dit gerieflik naby hulle tuiste is.
- Pryse, varsheid en gerieflik naby die huis is die drie redes wat die meeste aangevoer is waarom die informele sektor ondersteun word.

In die VSA is die redes waarom verbruikers sekere aankoopplekke verkies. kwaliteit en varsheid, redelike pryse, 'n wye verskeidenheid verpakkings en los items (sien afdeling 3.5.1). Die plaasmark (farmers' market) word besoek vir hoë kwaliteit, varser produkte, lae pryse en groot volumes. In Hong Kong word straatverkopers verkies omdat hulle varsprodukte onverpak verkoop en verder het 87,4% van die respondente gesê hierdie verkopers is binne loopafstand van hulle wonings.

1.5.4 Pryspersepsie van pryse van varsprodukte

Wyd uiteenlopende menings bestaan by verbruikers oor die prysvlakke van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke. Van diegene wat wel 'n mening wou waag, was daar onder al die bevolkingsgroepe respondente wat die pryse van varsprodukte by al die aankoopplekke òf as baie hoog òf as baie laag bestempel het.

- ▣ By al die bevolkingsgroepe was die persentasie respondente wat die pryse van varsprodukte by varsproduktemarkte as baie tot redelik laag bestempel het, groter as die persentasie wat sê dit is redelik tot baie hoog.
- ▣ Die omgekeerde geld vir groentewinkels.
- ▣ Hipermarkte en kettingwinkels is deur die meerderheid blankes, swart hostelbewoners en Asiërs as relatief duur beskou.
- ▣ Die informele sektor is deur alle swartes en Asiërs as relatief duur beskou.

1.6 KOOPGEWOONTES EN PROFIEL VAN RESPONDENTE VOLGENS BELANGRIKSTE AANKOOPPLEK

Tabel 1.1 toon die koopgewoontes en profiel van die vier bevolkingsgroepe volgens die belangrikste aankoopplek van vars groente.

1.6.1 Blankes

- ▣ Meer as die helfte (52,8%) van die blankes koop 50% of meer van hulle vars groente by hipermarkte en kettingwinkels. Die gemiddelde maandelikse bedrag wat aan vars groente daar bestee word, is R47,82.
- ▣ Meer as drie-kwart van die aankope van vars groente deur blankes by hipermarkte en kettingwinkels word deur die vrou alleen gedoen en meer as die helfte (52,4%) van die respondente koop weekliks.

Ongeveer 40% van diegene wat hul vars groente hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, sê hulle het geen spesifieke dag waarop hulle koop nie, terwyl 22,6% Vrydae en 19,0% Saterdag verkies.

- ▣ Blankes wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, meen oor die algemeen dat die pryse van varsprodukte by groentewinkels hoog is (slegs 26,7% sê dit is baie tot redelik laag) en dié van die informele sektor (71,3%) baie tot redelik laag is.
- ▣ Blankes wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels vars groente koop het 'n gemiddelde huishoudingsgrootte van 2,99 persone, en 58,6% se huistaal is Engels.
- ▣ Die boonste limiet van die maandelikse huishoudingsinkomste van die 'armste' helfte (50%) van die blanke respondente wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop is R3 833 teenoor R4 004 vir alle blanke respondente.

TABEL 1.1

Kooppgewoontes en profiel van aankopers van vars groente volgens bevolkingsgroep en belangrikste aankoopplek

Kooppgewoontes en profiel		Blankes	Swartes
		Hipermarkte en kettingwinkels	Informele sektor
Belangrikste aankoopplek			
Respondente wat 50% of meer hulle vars groente by die belangrikste aankoopplek koop	getal %	403 52,8	367 48,3
Gemiddelde maandelikse besteding aan vars groente	R	47,82	28,75
Vroulike aankopers	%	78,8	27,5
Frekwensie van aankope			
Meer as een keer per week	%	28,7	53,7
Weekliks	%	52,4	29,4
Dag/dae van aankope			
Geen spesifieke dag	%	39,4	40,3
Vrydag	%	22,6	23,6
Saterdag	%	19,0	37,2
Respondente wat dink pryse is baie laag tot redelik laag by:			
varsproduktemark	%	69,5	84,9
groentewinkels	%	26,7	36,9
hipermarkte en kettingwinkels	%	52,9	45,7
informele sektor	%	71,3	37,8
Gemiddelde huishoudings- grootte	persone	2,99	2,90
Huistaal:			
Engels	%	58,6	0,0
Afrikaans	%	30,2	0,0
Sotho	%	0,0	46,6
Nguni	%	0,0	37,3
Boonste limiet van die huishoudingsinkomste van 50% van die respondente wat die minste verdien			
Respondente volgens belangrikste aankoopplek	R	3 833	723
Alle respondente	R	4 004	748
Opleidingspeil van die hoof van die huishouding			
Tot st 5	%	0,0	50,4
St 6 – st 8	%	12,5	29,0
St 9 – st 10	%	34,0	16,9
Diploma/graad	%	52,1	3,1
Ouderdom van besluitnemer			
Jonger as 35 jaar	%	27,3	38,8
35+ jaar	%	72,2	60,8

TABEL 1.1 (vervolg)

Koopgewoontes en profiel van aankopers van vars groente volgens bevolkingsgroep en belangrikste aankoopplek

Koopgewoontes en profiel		Kleurlinge	Asiërs
		Hipermarkte en kettingwinkels	Groente- winkels
Belangrikste aankoopplek			
Respondente wat 50% of meer van hulle vars groente by die belangrikste aankoopplek koop	getal %	236 48,9	153 33,6
Gemiddelde maandelikse besteding aan vars groente	R	43,07	78,50
Vroulike aankopers	%	81,1	63,4
Frekwensie van aankope			
Meer as een keer per week	%	26,5	24,8
Weekliks	%	59,8	61,4
Dag/dae van aankope			
Geen spesifieke dag	%	20,9	13,1
Vrydag	%	28,2	30,3
Saterdag	%	17,8	43,4
Respondente wat dink pryse is baie laag tot redelik laag by:			
varsproduktemark	%	71,1	50,0
groentewinkels	%	31,1	48,0
hipermarkte en kettingwinkels	%	55,7	45,5
informele sektor	%	74,1	38,6
Gemiddelde huishoudings- grootte	persone	4,70	4,75
Huistaal:			
Engels	%	34,2	71,2
Afrikaans	%	44,0	2,0
Sotho	%	0,0	0,0
Nguni	%	0,0	0,0
Boonste limiet van die huishoudingsinkomste van 50% van die respondente wat die minste verdien			
Respondente volgens belangrikste aankoopplek	R	1 472	1 781
Alle respondente	R	1 456	1 482
Opleidingspeil van die hoof van die huishouding			
Tot st 5	%	12,9	5,9
St 6 – st 8	%	48,9	34,9
St 9 – st 10	%	22,3	32,9
Diploma/graad	%	15,4	24,3
Ouderdom van besluitnemer			
Jonger as 35 jaar	%	32,5	40,5
35+ jaar	%	66,7	59,5

- Meer as die helfte (52,1%) van die hoofde van alle blanke huishoudings wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, beskik oor 'n diploma en/of graad en 72,2% van die aankopers is 35 jaar of ouer.

1.6.2 Swartes

- Die informele sektor is die belangrikste aankoopplek vir swartes en 48,3% van hulle koop meer as 50% van hulle vars groente en vrugte daar teen 'n gemiddelde bedrag van R28,75 per maand.
- Die feit dat 'n groot persentasie van die swartes, wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, hostelbewoners is, verklaar die lae persentasie vroue (27,5%) wat daar koop.
- Meer as die helfte (53,7%) van die swartes wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, koop meer as een keer per week, 40,3% beweer hulle koop nie op 'n spesifieke dag nie en 37,2% koop gewoonlik op Saterdag.
- Onder diegene wat hoofsaaklik die informele sektor ondersteun, is daar meer respondente wat die hipermarkte en kettingwinkels (45,7%) as die informele sektor (37,8%) se pryse as baie tot redelik laag beskou.
- Omdat 'n groot groep van die swartes wat hoofsaaklik by die informele sektor koop hostelbewoners is, is die gemiddelde huishoudingsgrootte net 2,90 persone. Van hulle praat 46,6% 'n Sotho taal.
- Die helfte van die respondente wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, se huishoudingsinkomste per maand is R723 of laer teenoor R748 vir alle respondente.
- Ongeveer die helfte (50,1%) van die hoofde van swart huishoudings wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, het 'n opleidingspeil laer as st 6, en 60,8% van die aankopers is 35 jaar of ouer.

1.6.3 Kleurlinge

- Net soos by blankes is hipermarkte en kettingwinkels by kleurlinge ook die belangrikste aankoopplek, en 48,9% van die kleurling respondente koop meer as 50% van hulle vars groente daar teen 'n gemiddelde bedrag van R43,07 per maand.
- Vroue (81,1%) doen hoofsaaklik die aankope. Meer as die helfte (59,8%) doen hulle aankope weekliks. Saterdag (47,8%) word deur 'n groot groep respondente as aankoopdag verkies.
- Onder die kleurlinge wat hoofsaaklik hipermarkte en kettingwinkels ondersteun, is daar meer wat die informele sektor (74,1%) as die hipermarkte en kettingwinkels (55,7%) se pryse as baie tot redelik laag beskou.
- Die gemiddelde huishoudingsgrootte van kleurlinge wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, is 4,70 persone, 34,2% se huistaal

Engels, 44,0% se huistaal Afrikaans en die res praat sowel Engels as Afrikaans tuis.

- ▣ Die boonste limiet van die maandelikse huishoudingsinkomste van die 'armste' kleurlinge wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, is R1 472 vergeleke met R1 456 vir alle respondente.
- ▣ Die meerderheid van die hoofde van huishoudings wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, het 'n laer opleidingspeil as st 9 (61,8%) terwyl 66,7% van die besluitnemers oor die aankope van vars produkte 35 jaar of ouer is.

1.6.4 Asiërs

- ▣ Groentewinkels is die Asiërs se belangrikste aankoopplek en net meer as 'n derde (33,6%) van hulle koop 50% of meer van hulle vars groente daar. Hulle bestee gemiddeld R78,50 per maand aan vars groente.
- ▣ Vroue (63,4%) speel ook 'n belangrike rol as aankopers by Asiërs wat hoofsaaklik by groentewinkels koop, maar is nie so belangrik as vroue by blankes (78,8%) en kleurlinge (81,1%) wat hulle vars groente hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop nie.
- ▣ Net meer as 60% (61,4%) van die Asiërs wat hoofsaaklik by groentewinkels koop, koop wekliks en hulle verkies om op Vrydae (30,3%) en Saterdag (43,4%) te koop.
- ▣ Die helfte van die Asiërs wat hoofsaaklik by groentewinkels hulle vars groente koop, dink dat die pryse op die varsproduktemark tot redelik laag is, terwyl 48,0% die mening ten opsigte van pryse by die groentewinkels toegedaan is.
- ▣ Die gemiddelde huishoudingsgrootte van die Asiërs wat hoofsaaklik by groentewinkels koop, is 4,75 persone en 71,2% se huistaal is Engels.
- ▣ Die helfte van die Asiërs wat hoofsaaklik by groentewinkels aankoop se gemiddelde huishoudingsinkomste per maand is laer as R1 781 terwyl dit laer as R1 482 vir alle Asiërrespondente is.
- ▣ Net meer as 'n derde (34,9%) van die hoofde van Asiërhuishoudings, wat hoofsaaklik by groentewinkels koop, se opleidingspeil is tussen st 6 en st 8— en dié van net minder as 'n derde (32,9%) is tussen st 9 en st 10.

1.7 GESONDHEIDSASPEKTE VAN VARSPRODUKTE

In sekere oorsese lande heers daar by 'n aansienlike persentasie gesondheidsbewuste verbruikers bekommernis oor skadelike stowwe wat gebruik word by die behandeling en verbouing van vars groente en vrugte. In die metropolitaanse gebiede van die RSA wil 45,9% van die blankes en 52,9% van die Asiërs en ongeveer 20% van die swart en kleurling respondente

ingelig word oor die verbouing en behandeling van varsprodukte vir soverre dit 'n gesondheidsrisiko inhou. Ontleding toon egter dat 'n groot persentasie nie presies weet waaroor dit gaan nie. Die grootste bekommernis by diegene wat wel weet, is die plaagdoders waarmee varsprodukte behandel word.

1.8 ALGEMENE OPMERKINGS

Blankes en kleurlinge se aankooppatroon stem redelik ooreen, maar dit verskil heelwat van dié van Asiërs en nog meer van dié van swartes. Private verbruikers sien vars groente en vrugte as lekker, gesonde, voedsame kos wat boonop relatief goedkoop is in vergelyking met ander voedselsoorte. Hierdie siening sal heel waarskynlik die voortgesette groei in die verbruik van vars groente en vrugte verseker, of selfs laat toeneem. 'n Verandering in die welvaart van mense of 'n relatief groot verandering in die prys van voral vars vrugte, kan toekomstige verbruik egter beïnvloed. Inkomme-elasticiteit is 'n maatstaf van die verwagte verandering in besteding aan 'n bepaalde produk(te) indien daar 'n verandering in welvaart by die verbruiker(s) daarvan intree. Inkomme-elasticiteit toon die persentasie waarmee die reële besteding aan 'n produk sal toe- of afneem, indien die reële inkomste van die verbruiker toe- of afneem. Die inkomme-elasticiteit van groente word soos volg beraam: blankes 0,34, swartes 0,55, kleurlinge 0,60 en Asiërs 0,63. Die ooreenstemmende syfers vir vrugte is: blankes 0,72, swartes 1,51, kleurlinge 1,74 en Asiërs 1,42. Indien die reële inkomste van swartes byvoorbeeld met 10% styg, sal hulle reële besteding aan groente met 5,5% en aan vrugte met 15,1% toeneem.

1.9 AANBEVELINGS

Aangesien hierdie studie net 'n onderdeel van 'n groter navorsingsprojek oor al die aspekte van die bemarking van varsprodukte is, is die aanbeveling tot die bevindings van die kleiner studie beperk. Verdere uitbreiding en verfyning van die aanbevelings sal waarskynlik moontlik wees sodra die geheelbeeld na vore kom.

Die doel van hierdie studie is om die private verbruik van vars groente en vrugte in die metropolitaanse gebiede van die RSA na te vors. Die aanbevelings gaan dus oor strategieë om private verbruik te stimuleer.

1.9.1 Distribusiekanaal

Blankes is tans die belangrikste verbruikers van vars groente en vrugte. Swartes is egter die bevolkingsgroep met die grootste potensiaal vir groei in hierdie mark. Hulle het nie alleen hoë inkomme-elasticiteite vir groente (0,55) en vrugte (1,51) nie, maar ook 'n geraamde bevolkingsgroei van 2,8% per jaar in die RSA en TBVC-lande tot die jaar 2000. Die bevolkingsgroei van die

metropolitaanse gebiede sal waarskynlik nog hoër wees as gevolg van migrasie vanaf ander gebiede. Swartos koop ongeveer 47% van hul vars groente en vrugte by die informele sektor. Hulle verkies die informele sektor omdat baie van hulle by gebrek aan die nodige bewaringsfasiliteite daaglik varsprodukte aankoop en sulke stalletjies gerieflik naby hul wonings is. Ook die algemeen meen swartes egter dat die informele sektor se prys redelik hoog tot baie hoog is. In die lig hiervan word aanbeveel dat aandag geskenk word aan die bestending en uitbreiding van die informele sektor se rol as verspreider en bemarker van varsprodukte. Desentralisasie van die aktiwiteite van varsproduktemarkte sal dit byvoorbeeld vir die informele sektor makliker maak om voorrade meer gereeld en teen 'n redelike prys aan te vul. Dit sal die aanbod van varsprodukte verbeter, sodat aan die belangrikste vereistes van verbruikers, naamlik varsheid, kwaliteit en prys voldoen word.

1.9.2 Prys

Die relatief lae toenames in die prys van vars groente en vrugte oor die afgelope aantal jare word algemeen by respondente weerspieël in die mening dat vars groente en vrugte nie duur is nie. Vars vrugte het egter 'n hoë inkomelastisiteit en waarskynlik pryselastisiteit. As die prys van vars vrugte as voedselgroep vinniger styg as dié van ander voedsel, sal verbruik veral by swartos, kleurlinge en Asiërs relatief afneem.

1.9.3 Produkeienskappe

Die resultate van die opname toon duidelik dat private verbruikers groot waarde heg aan die gesondheidsaspek, varsheid en smaak van vars groente en vrugte. Hierdie siening is vir die bedryf goud werd. Dit moet onderskraag en versterk word deur die omsigtige behandeling van varsprodukte gedurende verbouing, verpakking, bewaring en verspreiding ten einde 'n negatiewe openbare polemie te vermy.

1.9.4 Kommunikasie

By reklame is verpakking, gradering en die gebruik van handelsmerke van minder belang by die Suid-Afrikaanse verbruiker. Reklame behoort dus eerder toegespits te word op gesondheidsaspekte en smaak. By reklame is die voorkeure van aankoopplek ook van belang. Die meer gesofistikeerde blanke verbruikers koop hul varsprodukte hoofsaaklik by hipermarkte, kettingwinkels en groentewinkels, terwyl swartes die informele sektor verkies. Kleurlinge en Asiërs wat geen duidelike tendens in hierdie opsig toon nie, doen hul aankope by hipermarkte, kettingwinkels, groentewinkels en die informele sektor.

TABEL 1.4
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	99,8	1,8	16,2	13,2	27,4
Gemiddelde maande- likse besteding	R	79,15	17,13	69,53	20,21	63,27
Aankoper						
Man	%	10,5	—	9,5	11,7	7,3
Vrou	%	62,3	62,5	63,5	51,7	61,3
Beide	%	20,4	37,5	17,6	31,7	25,8
Frekwensie van aankope						
Meer as een keer per week	%	25,2	12,5	27,1	26,7	28,8
Weekliks	%	63,3	37,5	66,2	60,0	57,6
Twee-weekliks	%	7,5	25,0	5,4	10,0	8,0
Maandeliks	%	2,2	—	1,4	1,7	3,2
Dag/dae van aankope						
Geen spesifieke dag	%	11,0	37,5	9,5	16,7	12,8
Maandag	%	3,9	—	4,1	3,4	6,4
Dinsdag	%	18,0	—	20,3	21,8	15,2
Woensdag	%	12,1	12,5	8,2	10,0	20,8
Donderdag	%	12,9	—	8,2	15,0	16,8
Vrydag	%	30,5	—	39,2	29,7	27,2
Saterdag	%	45,8	50,0	54,1	40,0	43,2
Sondag	%	2,0	—	4,1	—	2,4
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by						
Varsproduktemark	%	58,9	75,0	60,3	54,4	54,3
Groentewinkels	%	37,2	37,5	17,1	29,3	36,8
Hipermarkte en kettingwinkels	%	42,4	42,9	17,4	39,0	53,8
Informeel sektor	%	39,1	33,3	29,2	35,7	46,7
Gemiddelde- huishoudings- grootte	(persone)	4,84	3,38	5,05	5,08	4,67

TABEL 1.4 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Huistaal						
Engels	%	70,9	87,5	65,8	80,0	72,0
Landstaal en eie taal	%	12,5	—	28,8	5,0	8,8
Indiese taal	%	14,9	12,5	4,1	13,3	17,6
Huishoudingsinkomste per maand						
R0 – R1 000	%	31,1	—	53,5	23,3	24,8
R1 001 – R2 000	%	38,6	62,5	24,6	48,4	45,6
R2 001+	%	26,8	37,5	20,5	26,6	32,2
Opleidingspeil: Hoof van huishouding						
Tot st 5	%	9,6	—	10,9	5,0	8,8
St 6 – st 8	%	40,3	25,0	52,1	50,0	36,8
St 9 – st 10	%	31,4	62,5	24,7	25,0	34,4
Diploma	%	9,9	12,5	9,5	10,0	12,0
Graad	%	7,7	—	2,7	10,0	7,2
Ouderdom van besluitnemer						
Jonger as 25 jaar	%	7,5	—	11,0	8,3	4,8
25 – 34 jaar	%	33,3	62,5	27,4	28,3	32,8
35 – 49 jaar	%	38,2	12,5	38,4	43,3	36,0
50+ jaar	%	20,8	25,0	23,3	20,0	26,4

TABEL 1.4 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Groentewinkels		Informele sektor	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	99,8	7,2	33,6	7,0	26,8

TABEL 1.4 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Groentewinkels		Informele sektor	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Gemiddelde maande- likse besteding	R	79,15	17,28	78,50	17,09	65,07
Aankoper						
Man	%	10,5	12,1	11,8	6,3	10,7
Vrou	%	62,3	54,5	63,4	62,5	61,5
Beide	%	20,4	30,3	17,6	21,9	22,1
Frekwensie van aankope						
Meer as een keer per week	%	25,2	21,2	24,8	25,0	18,9
Weekliks	%	63,3	60,6	61,4	65,6	69,7
Twee-weekliks	%	7,5	15,2	9,2	6,3	9,0
Maandeliks	%	2,2	—	2,6	—	0,8
Dag/dae van aankope						
Geen spesifieke dag	%	11,0	21,2	13,1	—	10,7
Maandag	%	3,9	6,0	2,8	3,1	2,4
Dinsdag	%	18,0	12,0	21,7	21,9	16,4
Woensdag	%	12,1	24,2	7,9	15,7	8,2
Donderdag	%	12,9	6,0	11,3	15,6	13,8
Vrydag	%	30,5	30,3	30,3	28,1	27,0
Saterdag	%	45,8	36,2	43,4	56,2	45,1
Sondag	%	2,0	3,0	2,0	3,1	—
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by						
Varsproduktemark	%	58,9	67,9	50,0	57,1	70,1
Groentewinkels	%	37,2	34,4	48,0	26,7	29,1
Hipermarkte en kettingwinkels	%	42,4	54,8	45,5	48,3	35,2
Informele sektor	%	39,1	58,3	38,6	44,4	40,4
Gemiddelde huishoudings- grootte (persone)		4,84	3,91	4,75	4,91	5,02

TABEL 1.4 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Groentewinkels		Informele sektor	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Huistaal						
Engels	%	70,9	72,7	71,2	81,3	70,5
Landstaal en eie taal	%	12,5	9,1	11,1	12,5	8,2
Indiese taal	%	14,9	9,1	15,0	6,3	19,7
Huishoudingsinkomste per maand						
R0 – R1 000	%	31,1	21,2	21,6	37,5	37,7
R1 001 – R2 000	%	38,6	42,5	35,3	46,9	41,9
R2 001+	%	26,8	33,3	39,3	9,4	18,1
Opleidingspeil: Hoof van huishouding						
Tot st 5	%	9,6	6,0	5,9	18,8	14,7
St 6 – st 8	%	40,3	30,3	34,9	31,3	43,4
St 9 – st 10	%	31,4	42,4	32,9	31,3	30,3
Diploma	%	9,9	12,1	9,8	15,6	6,5
Graad	%	7,7	9,1	14,5	3,1	4,9
Ouderdom van besluitnemer						
Jonger as 25 jaar	%	7,5	6,1	7,2	18,8	6,6
25 – 34 jaar	%	33,3	39,4	33,3	31,3	35,2
35 – 49 jaar	%	38,2	42,4	43,8	31,3	36,9
50+ jaar	%	20,8	12,1	15,7	18,8	21,3

* Persentasie van diegene wat wel 'n mening uitgespreek het.

Doel, omvang en metodiek van die studie

2.1 DOEL MET DIE STUDIE

Die doel met die studie is om private verbruikers se besteding aan, houdings teenoor en gebruike by die aankoop van vars groente en vrugte te bepaal. Meer in die besonder is inligting ingesamel oor:

- (a) Die mate van beplanning by die aankoop van vars groente en vrugte
- (b) Wie oor die aankope van vars groente en vrugte besluit
- (c) Die frekwensie, dag of dae en plek van aankope van vars groente en vrugte
- (d) Faktore wat by die aankope van vars groente en vrugte in ag geneem word
- (e) Die pryspersepsie van varsprodukte by verskillende aankoopplekke
- (f) Die normale maandelikse besteding aan vars groente en vrugte en sekere substitute
- (g) Gesondheidsaspekte oor die verbouing en behandeling van vars groente en vrugte waarvoor verbruikers ingelig wil word.

2.2 OMVANG VAN DIE STUDIE

2.2.1 Produkte

Die studie handel hoofsaaklik oor vars groente en vars vrugte. Individuele soorte groente en vrugte word nie afsonderlik behandel nie. Enkole vrac oor ingemaakte groente en vrugte, bevrore groente, ontwaterde groente en droë- en versuikerde vrugte is ook by die studie ingesluit.

2.2.2 Teikengebiede

Die studie dek ses metropolitaanse gebiede in die RSA uitsluitend die Nasionale State en TBVC lande. Die metropolitaanse gebiede, stedelike bevolking en getal huishoudings word in tabel 2.1 aangetoon. Die distrikte wat in die betrokke gebiede geleë is, is soos volg:

(1) Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek

Pretoria	Krugersdorp
Wonderboom	Nigel
Soshanguve	Oberholzer
Alberton	Randburg
Benoni	Randfontein
Boksburg	Roodepoort
Brakpan	Springs
Delmas	Westonaria
Germiston	Sasolburg
Heidelberg	Vanderbijlpark
Johannesburg	Vereeniging
Kempton Park	

(2) Kaapse Skiereiland

Kaap
Bellville
Goodwood
Wynberg
Simonstad
Kuilsrivier

(3) Port Elizabeth-Uitenhage en Oos-Londen

Port Elizabeth
Uitenhage
Oos-Londen

(4) Durban-Pietermaritzburg Kompleks

Durban
Inanda
Pinetown
Pietermaritzburg

(5) Bloemfontein en Kimberley

Bloemfontein
Kimberley

(6) Klerksdorp en OVS Goudvelde

Klerksdorp*
Odendaalsrus
Virginia
Welkom

TABEL 2.1
Beraamde stedelike bevolking* en huishoudings volgens bevolkingsgroep en gebied, 1990

Gebied	Blankes		Swartes		
	Bevolking**	Huishoudings***	Bevolking***	Huishoudings*** Huis- bewoners	Hostel- bewoners
Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek	2 025 300	591 597	2 761 000	326 710	442 215
Kaapse Skiereiland	478 300	139 712	428 300	60 064	17 064
Port Elizabeth- Uitenhage en Oos-Londen	258 400	75 479	514 000	74 662	6 343
Durban- Pietermaritzburg kompleks	408 600	119 353	180 900	17 812	48 707
Bloemfontein, Kimberley	137 400	40 135	191 000	27 609	3 099
Klerksdorp, OVS Goudvelde	145 300	42 443	97 500	13 878	2 766
Totaal	3 453 300	1 008 719	4 172 700	520 735	520 194

Doel, Omvang en metodiek van die studie

TABEL 2.1 (vervolg)
Beraamde stedelike bevolking* en huishoudings volgens bevolkingsgroep en gebied, 1990

Gebied	Kleurlinge		Asiërs		Totaal	
	Bevolking**	Huishoudings***	Bevolking**	Huishoudings***	Bevolking**	Huishoudings***
Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek	240 900	46 457	136 500	27 964	5163 700	1 434 943
Kaapse Skiereiland	934 400	180 199	20 500	4 200	1 861 500	401 243
Port Elizabeth- Uitenhage en Oos-Londen	223 200	43 044	10 900	2 233	1 006 500	201 761
Durban- Pietermaritzburg kompleks	88 100	16 990	626 600	128 368	1 304 200	331 230
Bloemfontein, Kimberley	73 400	14 155	1 200	246	403 000	85 244
Klerksdorp, OVS Goudvelde	14 400	2 777	1 400	287	258 600	62 151
Totaal	1 574 400	303 622	797 100	163 298	9 997 500	2 516 572

* Nasionale State en TBVC lande se bevolking uitgesluit.

** Beraam deur die Buro vir Marknavorsing.

*** Beraam met behulp van opnamegewens en met inagnam van die omskrywing van 'n huishouding vir die studie (afdeling 2.3.2).

2.2.3 Die bevolking

Die bevolking van die studiegebiede in 1990 is aan die hand van navorsingsverslag nr. 164 van die Buro vir Marknavorsing beraam (Steenkamp, 1989). Die getal huishoudinglede is uit sekondêre bronne en opnamegewens bereken. Huishoudings was die studie-eenheid in hierdie studie en is gebruik om sekere steekproefinligting tot totale vir metropolitaanse gebiede te verhef. Die verheffing het geskied volgens die getalle wat aangetoon word. Die bevolking van 'n gebied kan nie deur die getal huishoudings gedeel word om 'n gemiddelde huishoudingsgrootte te kry nie, omdat alle bevolkingslede nie deel van die studie-eenheid is nie. So word gevangenes, pasiënte, weermaglede en hostelbewoners aan wie kos voorsien word, byvoorbeeld nie as huishoudings gereken nie (sien afdeling 2.3.2 vir die omskrywing van 'n huishouding). Getalle word afsonderlik getoon vir swart huisbewoners en hostelbewoners (terme word beskryf in afdeling 2.3.2) omdat disproporsionele steekproewe getrek is.

Die bevolking in tabel 2.1 het slegs betrekking op die landdrostdistrikte in die RSA uitgesonderd die Nasionale State en TBVC lande. Indien die gebiede aangrensend aan Pretoria, die Durban-Pietermaritzburg kompleks en Oos-Londen wat in die Nasionale State en TBVC lande is, in ag geneem word, vermeerder die swart bevolking met 672 000 of 16,1%.

2.2.4 Steekproefgroottes

Tabel 2.2 toon die oorspronklike proporsionele steekproefgroottes per bevolkingsgroep en soort onderhoud per bevolkingsgroep. Daar is verwag dat vreemde elemente en weierings meer algemeen oor die telefoon sou voorkom. Die steekproewe vir die telefoonopname is derhalwe op wetenskaplike wyse uitgebrei, sodat die responsiekoers gebaseer op die oorspronklike steekproefgrootte in die omgewing van 95% sal wees. Meer word hieroor in afdelings 2.3.2 en 2.4.2 gesê.

2.3 SOSIO-EKONOMIESE EIENSKAPPE VAN RESPONDENTE

2.3.1 Huistaal

Tabel 2.3 toon die persentasieverdeling van huishoudings volgens huistaal en bevolkingsgroep. Volgens hierdie tabel was 38,1% van die blanke respondente se huistaal Afrikaans, 49,7% Engels en 6,9% het beide amptelike tale gebruik. In die 1980-Bevolkingsensus (Sentrale Statistiekdiens, Verslag No. 02-80-10) was die verspreiding volgens huistaal in dieselfde gebiede 43,7% Afrikaans, 44,8% Engels en 5,5% beide landstale. Volgens die 1980-Bevolkingsensus was daar dus relatief effens te min Afrikaanssprekendes in die steekproef. Dit kan waarskynlik daaraan toegeskryf word dat die steekproefraam nie alle elemente in die universum verteenwoordig nie. Relatief meer Engelssprekende persone beskik waarskynlik oor telefone as Afrikaanssprekende persone.

TABEL 2.2

Metropolitaanse gebiede, steekproefgroottes en soort onderhoude volgens bevolkingsgroep

Gebied	Blankes	Swartes	Kleurlinge		
	Telefoon- onderhoude Steekproef	Tuis- onderhoude Steekproef	Steekproef	Soort onderhoude	
				Tel.	Tuis
Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek	468	532	77	41	36
Kaapse Skiereiland	110	81	297	190	107
Port Elizabeth, Uitenhage en Oos-Londen	60	98	71	36	35
Durban-Pietermaritz- burg kompleks	96	34	27	21	6
Bloemfontein, Kimberley	32	37	24	—	28
Klerksdorp, OVS Goudvelde	34	18	4*		
Totaal	800	800	500	228	212

TABEL 2.2 (vervolg)

Metropolitaanse gebiede, steekproefgroottes en soort onderhoude volgens bevolkingsgroep

Gebied	Asiërs			Totaal		
	Steekproef	Soort onderhoude		Steekproef	Soort onderhoude	
		Tel.	Tuis		Tel.	Tuis
Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek	84	87	19	1 161	596	587
Kaapse Skiereiland	13**			501	300	188
Port Elizabeth, Uitenhage en Oos-Londen	7**			236	96	133
Durban-Pietermaritz- burg kompleks	394	276	118	551	393	158
Bloemfontein, Kimberley	1**			94	32	65
Klerksdorp, OVS Goudvelde	1**			57	34	18
Totaal	500	363	137	2 600	1 451	1 149

* Is by Kimberley en Bloemfontein ingesluit.

** Is by die PWV gebied ingesluit.

Wat kleurlinge betref is daar, net soos by die blankes, volgens die 1980-Bevolkingsensus te min Afrikaanssprekendes ondervra. By swartes toon 'n vergelyking met die 1980-Bevolkingsensus dat daar relatief te veel Pedisprekende mense ondervra is (volgens die sensus was 9,8% van die swart inwoners in die gebiede Pedisprekend) terwyl die ander groepe redelik ooreenstem indien beide huisbewoners en hostelbewoners betrek word. Die verspreiding van Asiërrespondente volgens taalgroep stem redelik ooreen met die 1980-Bevolkingsensus vir sover dit vergelykbaar is.

2.3.2 Gemiddelde grootte van huishoudings

Tabel 2.4 toon die persentasieverdeling van huishoudings volgens die getal persone wat maaltye/etes geniet en bevolkingsgroep. By blankes het die gemiddelde huishouding uit 3,23 lede bestaan teenoor 5,49 by swart huisbewoners, 4,90 by kleurlinge en 4,84 by Asiërs. Blanke huishoudings het aan 0,45 bediendes ten minste vyf dae van die week maaltye/etes voorsien teenoor onderskeidelik 0,10, 0,12 en 0,33 bediendes by swart huisbewoners, kleurlinge en Asiërs.

TABEL 2.3
Persentasieverdeling van huishoudings volgens huistaal en bevolkingsgroep

Huistaal	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
	%	Huis- bewoners %	Hostel- bewoners %	%	%
Afrikaans	38,1	0,0	0,0	47,1	0,2
Engels	49,7	0,3	0,0	27,4	70,9
Afrikaans en Engels	6,9	0,0	0,0	24,1	1,3
Zoeloe	0,0	19,9	25,1	0,0	0,0
Xhosa	0,0	27,8	17,1	0,0	0,0
Ndebele	0,0	1,9	4,0	0,0	0,0
Swazi	0,0	1,0	4,0	0,0	0,0
Tswana	0,0	14,0	7,0	0,0	0,0
Sotho	0,0	14,4	10,1	0,0	0,0
Pedi	0,0	13,1	16,5	0,0	0,0
Shangaan/Tsonga	0,0	2,0	10,1	0,0	0,0
Venda	0,0	0,3	6,1	0,0	0,0
Indiese taal	0,0	0,0	0,0	0,0	14,9
Offisiële landstaal en eie taal	2,4	1,8	0,0	0,0	12,5
Twee swart tale	0,0	2,8	0,0	0,0	0,0
Europese taal	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Onbekend	0,3	0,7	0,0	1,4	0,2
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

TABEL 2.4
 Persentasieverdeling van huishoudings volgens getal persone wat saam eet en bevolkingsgroep

Getal persone wat etes geniet	Blankes			Swartes					
	Huishoudings volgens grootte	Getal bediendes per huishouding	Totaal	Huisbewoners			Hostelbewoners		
				Huishoudings volgens grootte	Getal bediendes per huishouding	Totaal	Huishoudings volgens grootte	Getal bediendes per huishouding	Totaal
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1	11,5	34,8	10,7	1,9	8,1	1,9	87,9	0,0	87,9
2	27,2	3,7	19,9	7,7	0,9	7,5	7,1	0,0	7,1
3	17,4	0,9	16,8	9,9	0,1	9,2	2,0	0,0	2,0
4	24,6	0,0	20,1	21,7	0,0	20,4	3,0	0,0	3,0
5	12,7	0,0	16,8	16,3	0,0	16,1	0,0	0,0	0,0
6	4,7	0,0	10,2	16,6	0,0	15,7	0,0	0,0	0,0
7	1,4	0,0	3,3	7,7	0,0	8,9	0,0	0,0	0,0
8+	0,5	0,0	2,1	18,2	0,0	19,3	0,0	0,0	0,0
Geen bediende		60,6	0,1		90,9	1,0		100,0	0,0
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde	3,23	0,45	3,67	5,49	0,10	5,54	1,20	0,00	1,20

TABEL 2.4 (vervolg)
 Persentasieverdeling van huishoudings volgens getal persone wat saam eet en bevolkingsgroep

Getal persone wat etes geniet	Kleurlinge			Asiërs		
	Huis- houdings volgens grootte	Getal bediendes per huis- houding	Totaal	Huis- houdings volgens grootte	Getal bediendes per huis- houding	Totaal
	%	%	%	%	%	%
1	2,9	11,2	2,9	1,1	26,1	1,1
2	10,2	0,2	10,0	6,8	2,2	5,3
3	14,8	0,0	13,9	13,6	0,7	11,2
4	22,0	0,0	19,0	27,2	0,2	23,0
5	17,0	0,0	18,7	23,3	0,0	22,8
6	12,3	0,0	12,7	13,0	0,0	17,8
7	9,6	0,0	10,4	6,2	0,0	7,0
8+	11,2	0,0	12,2	8,8	0,0	11,6
Geen bediende		88,6	0,2		70,8	0,2
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Gemiddelde	4,90	0,12	5,01	4,84	0,33	5,16

Doel, Omvang en metodiek van die studie

2.3.3 Opleidingspeil van huishoudingshoof en sy vrou

Tabel 2.5 toon die persentasieverdeling van huishoudings volgens die opleidingspeil van die huishoudingshoof en sy vrou, volgens bevolkingsgroep. Die grootste persentasie blanke mans (32,7%) en blanke vroue (43,7%) val in die kategorie st 9 tot 10. By swart huisbewoners, kleurlinge en Asiërs val die grootste persentasies van beide die mans en die vroue in die st 6 tot 8-groep terwyl 44,4% van die hostelbewoners in die gr 1 tot st 5-groep val.

TABEL 2.5
Presentasieverdeling van huishoudings volgens opleidingspeil en bevolkingsgroep

Opleidingspeil	Blankes		Swartes			Kleurlinge		Asiërs	
	Hoof	Vrou	Hoof	Huis- be- woners	Hostel- be- woners	Hoof	Vrou	Hoof	Vrou
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Geen	0,0	0,2	5,2	5,4	7,1	2,3	1,3	1,3	5,1
Gr 1 – st 5	0,4	0,3	25,5	23,8	44,4	14,3	17,7	8,3	14,8
St 6 – 8	12,3	15,7	35,6	40,0	32,3	50,0	57,1	40,3	44,7
St 9 – 10	32,7	43,7	21,7	17,3	15,2	19,3	15,9	31,4	25,7
Diploma sonder st 10	4,3	3,0	2,2	2,6	0,0	3,7	2,8	2,4	1,7
St 10+ diploma	21,9	21,8	4,5	6,7	1,0	6,8	4,6	7,5	3,9
Graad	27,0	14,5	2,4	1,8	0,0	2,1	0,3	7,7	3,6
Onbekend	1,4	0,8	2,9	2,4	0,0	1,5	0,3	1,1	0,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2.3.4 Huishoudingsinkomste

Die persentasieverdeling van huishoudings volgens huishoudingsinkomste en bevolkingsgroep (tabel 2.6) toon dat 28,7% van die blanke huishoudings 'n inkomste van meer as R5 000 per maand gedurende die opname-periode (hoofsaaklik Februarie en Maart 1990) gehad het. By swart huisbewoners val die grootste persentasie (21,5%) in die groep R751 – R1 000 en by swart hostelbewoners in die groep R501 – R750 (38,4%). By beide kleurlinge

(20,5%) en Asiërs (22,4%) val die grootste persentasies in die inkomstegroep R1 001 – R1 500.

TABEL 2.6
 Persentasieverdeling van huishoudings volgens huishoudingsinkomste en bevolkingsgroep

Maandelikse huishoudingsinkomste	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
	%	Huisbewoners %	Hostelbewoners %	%	%
R 0 – 100	0,0	1,6	0,0	0,4	0,2
R 101 – 250	0,1	6,9	0,0	2,1	3,7
R 251 – 500	2,2	15,5	24,2	8,1	5,3
R 501 – 750	1,6	15,0	38,4	9,8	10,3
R 751 – 1 000	3,3	21,5	28,3	18,0	11,6
R1 001 – 1 500	3,5	15,8	6,1	20,5	22,4
R1 501 – 2 000	7,5	9,5	3,0	16,0	16,2
R2 001 – 3 000	17,7	7,1	0,0	13,7	14,7
R3 001 – 5 000	28,1	1,6	0,0	6,4	9,0
R5 001+	28,7	0,3	0,0	1,9	3,1
Onbekend	7,3	5,2	0,0	3,1	3,5
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2.3.5 Ouderdom van besluitnemer

By blankes (38,3%), swart huisbewoners (35,6%), kleurlinge (37,4%) en Asiërs (38,2%) val die grootste persentasie van die persone in die huishoudings wat oor die aankope van vars groente en vrugte besluit in die ouderdomsgroep 35 tot 49 jaar (tabel 2.6). 'n Groot persentasie (41,4%) van die swart hostelbewoners val in die ouderdomsgroep 25 tot 34 jaar.

2.4 METODE VAN DIE STUDIE

Primêre inligting is by wyse van telefoonopnames onder blankes en sommige kleurlinge en Asiërhuishoudings ingesamel. Die res van die kleurlinge en Asiërs en alle swart respondente is deur middel van tuisonderhoude ondervra.

TABEL 2.7
 Presentasieverdeling van huishoudings volgens ouderdomsgroep van besluitnemer oor varsprodukte en bevolkingsgroep

Ouderdomsgroep	Blankes	Swartes	Kleurlinge	Asiërs	
	%	Huis- bewoners %	Hostel- bewoners %	%	%
Jonger as 25 jaar	4,6	6,9	11,1	5,6	7,5
25 – 34 jaar	23,6	30,5	41,4	26,3	33,3
35 – 49 jaar	38,3	35,6	27,3	37,4	38,2
50+ jaar	33,0	25,6	20,2	30,1	20,8
Onbekend	0,5	1,4	0,0	0,6	0,2
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

2.4.1 Vraelys

'n Gestruktureerde vraelys is in samewerking met die opdraggewer opgestel en deur ervare ondervraers by 20 respondente getoets by wyse van telefoononderhoude met vyf blankes, drie kleurlinge en drie Asiërs en persoonlike onderhoude met vyf swart huishoudings, twee kleurling huishoudings en twee Asiërhuishoudings. Waar nodig, is aanpassings gemaak ten einde die moontlikheid van misverstand by respondente tot die minimum te beperk. Hierdie vraelys is vir sowel die telefoonopnames as die tuisopnames gebruik. Dit verskyn as bylae B, p. 107.

2.4.2 Steekproefmetode

HUISHOUDINGS

Die studie het alle private huishoudings woonagtig in die metropolitaanse gebiede gedek, soos uiteengesit in tabel 2.1. Die studie- of steekproefeenheid is 'n huishouding wat soos volg omskryf word:

'n Huishouding bestaan uit een of meer persone en/of gesinne wat saam eet. Die lede van sodanige huishouding hoef nie noodwendig bloedverwante of aangetroude familie te wees nie.

By swartes word twee soorte huishoudings onderskei: huisbewoners (insluitende woonstelbewoners) en hostelbewoners (insluitende persone wat op sake- en regeringspersele woon). By swartes is na verhouding meer huisbewoners as hostelbewoners in die steekproef ingesluit. Die rede hiervoor is dat ongeveer 50% van alle swart huishoudings in die metropolitaanse

gebiede hostelbewoners is. Die hostelbewoners se bestedingspatrone verskil in mindere mate van mekaar as dié van huisbewoners.

Die volgende persone koop normaalweg nie vir hulself vars produkte nie en word vir doeleindes van die studie nie as huishoudings gereken nie: Die eerste groep is huisbediendes wat hul maaltye uit die werkgewer se kombuis kry. Die tweede groep is persone wat op gereelde grondslag maaltye by institusies kry, soos gevangenes, pasiënte in hospitale en rehabilitasiesentrums, koshuiskinders en studente wat in koshuise woon, hotelbewoners, weermagdele en polisiemanne aan wie huisvesting en voedsel voorsien word, inwoners van ouetehuse en kindertehuse wat maaltye ontvang en hostelbewoners aan wie etes deur hulle werkgewers voorsien word. In die lig hiervan is daar na raming 195 100 blankes, 793 700 swartes, 86 700 kleurlinge en 6 700 Asiërs wat vir doeleindes van die studie nie as huishoudingslede kwalifiseer nie.

Die verdeling by die kleurlinge en Asiërs tussen die getal huishoudings wat telefonies en tuis ondervra is, soos in tabel 2.2 getoon, is in dieselfde verhouding as die getal wooneenhede met en sonder telefone. Met uitsondering van die Bloemfontein en Kimberley gebied (waar slegs tuisonderhoude gevoer is) is tuisonderhoude by kleurlinge en Asiërs beperk tot diegene sonder 'n private telefoon.

TELEFOONOPNAMES

Steekproewe is uit die telefoongidse getrek. Die reeksnommers van die sentrales wat die verskillende bevolkingsgroepe bedien, is van die streekskantore van die Departement Pos- en Telekommunikasiewese verkry. Oorvleueling het wel voorgekom. Daarna is sistematiese ewekansige steekproewe uit die gidse getrek. Met die oog daarop dat vreemde elemente en weierings onvermydelik sou voorkom, is 'n tweede steekproef vir elke gebied en bevolkingsgroep op dieselfde wetenskaplike wyse getrek vir doeleindes van vervanging waar nodig (sien afdeling 2.4.2).

TUISONDERHOUDE

Ewekansige steekproewe is van kaarte met straatname en -nommers getrek. Plaaslike munisipale kantore beskik oor hierdie kaarte. In die geval van hostelbewoners is bednommers by hostelbestuurders vir doeleindes van steekproeftrekking verkry.

2.4.3 Veldwerk

Ondervraers is deur senior personeellede van die BVM opgelei. Ondervraers het die BVM se telefone tussen 18:00 en 21:00 saans gebruik om onderhoude met respondente in die PWV gebied en Klerksdorp-OVS Goudvelde te voer. Telefoononderhoude in die ander gebiede is deur ondervraers woonagtig in die gebiede gevoer. Plaaslike ondervraers is gewerf vir die gebiede waar

tuisopnames gedoen is. Die grootste gedeelte van die veldwerk is gedurende Februarie en Maart 1990 voltooi.

2.5 BETROUBAARHEID VAN DIE OPNAMEGEGEWENS

By die beoordeling van die resultate moet in gedagte gehou word dat die opnamegegewens by wyse van 'n steekproef ingesamel is. Faktore wat die betroubaarheid van die steekproefopnames kan beïnvloed, word vervolgens bespreek.

2.5.1 Steekproeffoute

Steekproeffoute ontstaan omdat 'n relatief klein persentasie van die totale bevolking by 'n opname betrek word. Onder die wiskundige formules wat ontwerp is om die waarskynlike statistiese steekproeffout te meet, is die standaardfout van steekproefgemiddeldes die algemeenste. Hierdie moontlike afwyking kan begrens word deur 'n bepaalde betroubaarheidsinterval, dit wil sê die waarskynlikheid dat die gemiddelde binne sekere grense val, word gewoonlik op 95% gestel. Die foutomvang word dan bereken deur die standaardfout te vermenigvuldig met 1,96.

Die volgende formule word gebruik om die foutomvang van numeriese opnamegegewens met 'n betroubaarheidspeil van 95% te bereken:

$$\text{Foutgrens} = 1,96 \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

waar x = steekproefwaarnemings

\bar{x} = steekproefgemiddelde

n = getal waarnemings

Met die formule kan byvoorbeeld bereken word dat die gemiddelde bedrag wat blankes normaalweg per maand aan vars groente bestee met 'n 95% sekerheid nie minder as R56,69 en nie meer as R63,49 sal wees nie. Die moontlike foutomvang by 'n 95% betroubaarheidspeil vir blankes se besteding aan vars groente is 5,7%, die vir swart huisbewoners 4,5%, swart hostelbewoners 12,5%, kleurlinge 6,6% en Asiërs 5,9%.

Die foutomvang van verhoudingsdata word met 'n betroubaarheidspeil van 95% met die volgende formule bereken:

$$\text{Foutomvang} = 1,96 \sqrt{\frac{\sum p(100 - p)}{n}}$$

waar p = persentasie wat positief reageer

n = getal waarnemings

So kan met 'n 95% sekerheid gesê word dat die persentasie blankes wat by die hipermarkte en kettingwinkels hulle vars groente aankoop, 3,3% hoër of

laer kan wees as die 72,4% respondente wat gese het hul koop daar. By swart huisbewoners kan die persentasie 3,7% hoër of laer as 47,3% wees; by swart hostelbewoners 8,6% hoër of laer as 25,3%; by kleurlinge 4,3% hoër of laer as 64,8%; en by Asiërs 4,5% hoër of laer as 40,6%.

2.5.2 Steekproefverlies

Die BVM het nie oor 'n volledige steekproefraam beskik wat net die telefoonnummers van private verbruikers bevat nie. Daar is dus verwag dat vreemde elemente geselekteer en in die steekproefnommerstaat (bylae C) aangeteken sou word. Tabel 2.8 gee 'n opsomming van die steekproef wat vir die telefoonopname getrek is, die totale aantal nummers geskakel, 'n ontleding van onsuksesvolle pogings en die getal voltooide oproepe volgens bevolkingsgroep. Die waarskynlike steekproefverlies is 20,6% vir blankes, 12,0% vir kleurlinge en 33,1% vir Asiërs. Indien van die nummers wat na vyf pogings geen antwoord by verkry is nie, of 'n besetton gehad het, of buite werking was, ook aan private huishoudings behoort, kan die steekproefverlies tot so hoog as 32,1% by blankes, 26,0% by kleurlinge en 34,1% by Asiërs styg.

TABEL 2.8
Steekproef, telefoonnummers geskakel en resultate bereik volgens bevolkingsgroep

Besonderhede	Blankes	Kleurlinge	Asiërs
Oorspronklike steekproef	800	288	363
Totale getal nummers geskakel	1 143	380	464
Nommers geskakel waar vraelyste nie voltooi is nie:			
Moontlike vreemde elemente			
Geen antwoord	91	28	38
Beset	31	8	7
Buite werking	77	33	21
Nie private huishouding	18	3	3
Weiering	148	29	88
Met vakansie	14	0	3
Voltooide vraelyste as persentasie van:			
Oorspronklike steekproef	% 95,5	96,9	83,7
Nommers geskakel	% 66,8	73,4	65,5
Waarskynlike steekproefverlies	% 20,6	12,0	33,1

TABEL 2.9
Steekproef, voltooide vraelyste en responsiekoers volgens bevolkingsgroep en gebied

Gebied	Blankes			Swartes			Kleurlinge		
	Steekproef	Vraelyste voltooitooi	Responsie koers %	Steekproef	Vraelyste voltooitooi	Responsie koers %	Steekproef	Vraelyste voltooitooi	Responsie koers %
Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek	468	448	95,7	532	506	95,1	77	76	98,7
Kaapse Skiereiland	110	105	95,5	81	73	90,1	297	288	97,0
Port Elizabeth-Uitenhage en Oos-Londen	60	59	98,3	98	95	96,9	71	71	100,0
Durban-Pietermaritzburg kompleks	96	89	92,7	34	32	94,1	27	21	77,8
Bloemfontein en Kimberley	32	31	96,9	37	37	100,0	28	26	92,9
Klerksdorp en OVS Goudvelde	34	32	94,1	18	17	94,4	—	—	—
Totaal	800	764	95,5	800	760	95,0	500	482	96,4

TABEL 2.9 (vervolg)
Steekproef, voltooide vraelyste en responsiekoers volgens bevolkingsgroep en gebied

Gebied	Asiërs			Totaal		
	Steekproef	Vraelyste voltooitooi	Responsie koers %	Steekproef	Vraelyste voltooitooi	Responsie koers %
Pretoria, Witwatersrand en Vaaldriehoek	106	102	96,2	1 183	1 132	95,7
Kaapse Skiereiland	—	—	—	488	466	95,5
Port Elizabeth, Uitenhage en Oos-Londen	—	—	—	229	225	98,3
Durban-Pietermaritzburg kompleks	394	354	89,8	551	496	90,0
Bloemfontein en Kimberley	—	—	—	97	94	96,9
Klerksdorp en OVS Goudvelde	—	—	—	52	49	94,2
Totaal	500	456	91,2	2 600	2 462	94,7

Tabel 2.9 toon die steekproef, voltooide vraelyste en die responsiekoers volgens bevolkingsgroep en gebied. Die telefoonopnames se responsiekoerse in die tabel is bereken volgens die oorspronklike steekproefgetalle sonder inagnamie van aanvullings. Tabel 2.9 moet dus saam met tabel 2.8 gelees word om die steekproefverlies na waarde te skat.

Indien die besteding, aankooppatroon en aankoopgewoontes van diegene wat geweier het om deel te neem aan die opname of diegene wat na vyf oproepe of drie besoeke nie tuis gevind kon word nie, wesenlik verskil van die respondente, kan dit die betroubaarheid van die resultate beïnvloed.

2.5.3 Steekproefraam

Telefoongidse was die steekproefraam vir die telefoonopnames. Blankes is slegs deur middel van telefoononderhoude ondervra. Wonings met telefone wat normaalweg deur blankes bewoon word, het gewissel van 76% in Pretoria tot 86% in die Kaapse Skiereiland. Die ongeveer 20% blankes wat nie oor telefone beskik het nie, is derhalwe nie by die studie ingesluit nie. 'n Groot persentasie van die weglatings in die steekproefraam is waarskynlik minder goeie persone waarvan relatief baie Afrikaanssprekend is. Dit kan 'n mate van sydigheid in die ingesamelde inligting veroorsaak. Waar kaarte gebruik is om steekproewe vir tuisonderhoude met kleurlinge en Asiërs te trek, het diegene sonder telefone woonagtig in gebiede waar telefoonbesit hoog is, 'n groter kans gehad om by die studie ingesluit te word. Ondervraers wat adresse waar telefone voorkom, besoek het, is versoek om die naaste woning sonder 'n telefoon vir ondervraging te besoek.

2.5.4 Rapporteerfoute

Rapporteerfoute kom in alle opnames voor. Respondente kan verkeerde antwoorde opsetlik verskaf met die doel om te beïndruk, of onopsetlik as hulle die vraag nie verstaan nie, of hulle geheue hulle in die steek laat. Verder kan vrae onvolledig beantwoord word ten einde die onderhoud vinniger af te handel. Die eerste tipe rapporteerfout het waarskynlik min voorgekom omdat groente en tot 'n mate vrugte, nie as statusgoedere gereken word nie. Die wyse waarop vrae in die vraelys gestel is, kan tot rapporteerfoute lei. Weens 'n beperkte begroting is die vraelys so opgestel dat dit ook vir telefoonopnames geskik sal wees. Bestedingsinligting is nie volgens individuele soorte groente en vrugte gevra nie, en respondente is gevra hoeveel hul normaalweg maandeliks aan vars groente en vrugte bestee. Hierdie metode van ondervraging kan tot aansienlike foute lei.

Vraelyste is vooraf getoets om onduidelikhede in die vraelys tot die minimum te beperk. By die oop vrae was respondente veral in die telefoononderhoude geneig om die minimum inligting te verskaf ten einde die oproep vinnig af te handel. Inligting het waarskynlik so verlore gegaan maar dit sou in mindere mate ook gedurende die tuisonderhoude gebeur het. 'n Ontleding van die opnameresultate laat die vermoede ontstaan dat daar van die respondente was wat moeilik onderskei het tussen die varsproduktemark,

ook genoem munisipale mark in die vraelys, die informele sektor en/of boere en produsente wat in die omgewing van die varsproduktemark handel dryf. Hierdie onvermoë het waarskynlik tot oorrapportering van besteding by die varsproduktemarkte gelei.

2.5.5 Ondervraersfoute

Ondervraers is uitdruklik gevra om die respondente nie te beïnvloed nie. Verder is hul vooraf gewaarsku dat al hul werk gekontroleer sou word en hulle alle vergoeding as gevolg van oneerlikheid sou verbeur (sien die ooreenkomsvorm in bylae D). Onvolledige vraelyste wat nie telefonies voltooi kon word nie, is na die ondervraers terugverwys. Die vraelyste van drie ondervraers wat hulle aan oneerlikheid skuldig gemaak het, is oorgedoen.

2.5.6 Verwerkingsfoute

Foute met die verwerking van die inligting sluip in wanneer die nasien, kodering, datavaslegging en programmering nie noukeurig gedoen word nie. Ervare persone is egter vir die take ingespan. Dubbelsinnige antwoorde op oop vrae is met die navorser bespreek. Verder is die datavaslegging geverifieer, en toetsprogramme het gesorg dat onmoontlike waardes uitgewys is, sodat kodeer- en/of ponsfoute reggestel kon word.

2.6 BEREKENINGE

In die tabelle is daar afsonderlike kolomme vir die blankes, swart huisbewoners, swart hostelbewoners, kleurlinge en Asiërs. Die steekproewe per bevolkingsgroep is proporsioneel tot die bevolking in die gebiede getrek en is dus nie geweeg indien inligting per bevolkingsgroep gegee word nie.

By swartes is die steekproef disproporsioneel tussen huisbewoners en hostelbewoners, daarom die afsonderlike kolomme. Die groep wat bekend staan as hostelbewoners bestaan uit persone wat op sakepersele en in hostelle woon. Daar is egter te min hostelbewoners in verhouding tot diegene wat op sakepersele woon by die opname ingesluit. Om die verhouding reg te stel is 34 vraelyste wat by die 56 hostelbewoners voltooi is op 'n ewekansige wyse geselekteer en gedupliseer. Die totale getal waarnemings by swartes het dus van 760 (sien tabel 2.9) tot 794 vermeerder. Waar bevolkingsgroepe se inligting bymekaar getel is, is dit geweeg in verhouding tot die getal huishoudings in tabel 2.1.

2.7 VALIDERING

Inligting oor die steekproefopname kan vergelyk word met sekondêre bronne om die betroubaarheid daarvan te toets. Afgesien van enkele vergelykings oor die samestelling van die steekproef in afdeling 2.3, is geen sekondêre inligting beskikbaar waarmee die opnameresultate vergelyk kon word nie.

BRON

H A Steenkamp: 1989. *Regional population estimates for 1989*.
Pretoria: Buro vir Marknavorsing, Universiteit van Suid-Afrika

Sekondêre bronne oor verbruikersgedrag ten opsigte van vars groente en vrugte

3.1 INLEIDING

In die hoofstuk word kortliks verwys na die bestedingspatrone; plek van aankope; faktore wat in ag geneem word by aankope; metodes om die verbruik van vars groente en vrugte by private verbruikers aan te moedig; en faktore wat die verbruik van vars groente en vrugte moontlik kan strem. Vanweë beperkte tyd is die opsporing van sekondêre bronne hoofsaaklik op ontwikkelde lande en veral die Verenigde State van Amerika toegespits.

3.2 BELANGRIKHEID VAN VOEDSEL AS KOMPONENT VAN HUISHOUDINGSBESTEDING

Voedsel, behuising en klerasie en skoeisel is noodsaaklike verbruikers-middele. Anders as by voedsel neem die relatiewe besteding aan behuising dikwels toe namate welvaart groei. In absolute terme bestee 'n welvarende persoon baie meer aan voedsel as 'n arm persoon maar die persentasie van sy totale besteding wat hy aan voedsel bestee, is veel kleiner as dié van 'n arm persoon. Tabel 3.1 toon dat die verskynsel wêreldwyd ervaar word. Volgens die tabel is die persentasie vir besteding aan voedsel aansienlik laer in die ryker lande in vergelyking met die armer lande; die omgekeerde geld vir behuising. Dit is ook op die verskillende bevolkingsgroepe in die metropolitaanse gebiede van die RSA en die inwoners van die Nasionale State en TBVC lande van toepassing.

3.3 BELANGRIKHEID VAN GROENTE EN VRUGTE AS KOMPONENT VAN HUISHOUDINGS SE BESTEDING AAN VOEDSEL

Tabel 3.2 toon die persentasieverdeling van huishoudingsbesteding in geselekteerde lande, die RSA se metropolitaanse gebiede, en Nasionale State en TBVC lande volgens hoofvoedselitem. Volgens tabel 3.2 maak private

TABEL 3.1
 Huishoudingsbestedingspatrone van geselekteerde lande volgens hoofbestedingsgroep vir sekere jare

Hoofbestedingsgroep		Voedsel, drank en tabak				Klerasie, skoeisel en bykomstig- hede	Behuising, elektrisiteit, brandstof en lig	Vervoer en kommu- nikasie
Land en datum van studie	Totaal	Voedsel	Drank	Tabak				
	%	%	%	%	%	%	%	
Kanada	1981	17,9	—	—	—	8,8	18,2	15,3
Swede	1987	19,2	—	—	—	8,3	26,8	15,6
Nederland	1985	19,5	15,0	2,6	1,9	6,8	20,0	10,9
Luxemburg	1984	20,8	16,0	2,1	2,7	6,6	21,1	17,8
Nieu-Seeland	1983/4	21,4	17,0	3,0	1,4	6,0	22,3	18,8
Oostenryk	1985	22,2	17,3	2,9	2,0	10,4	18,9	16,6
Frankryk	1985	23,4	19,9	2,4	1,1	4,7	16,8	10,4
Australië	1984	24,7	19,7	3,4	1,6	6,5	15,8	16,3
Wes-Duitsland	1985	24,9	—	—	—	8,9	19,6	16,0
Verenigde Koninkryk	1985	25,1	14,3	7,5	3,3	7,1	19,5	16,5
Japan	1985	28,9	—	—	—	7,7	5,0	9,7
Spanje	1985	29,5	—	—	—	8,7	12,9	12,1
Korea	1986	35,8	—	—	—	7,6	11,8	6,3
Griekeland	1985	42,5	36,6	3,1	2,8	7,5	12,1	12,7
Hongarye	1984	41,6	32,6		9,0	9,7	8,3	9,7
VSSR	1980	45,4	32,2		13,2	22,0	3,5	3,8
Poland	1985	48,2	31,8	14,0	2,4	9,6	13,3	7,6
Joego-Slawië	1983	50,4	39,9	7,7	2,8	10,6	5,3	11,6

TABEL 3.1 (vervolg)
 Huishoudingsbestedingspatrone van geselekteerde lande volgens hoofbestedingsgroep vir sekere jare

Land en datum van studie	Hoofbestedingsgroep	Voedsel, drank en tabak				Klerasie, skoeisel en bykomstighede	Behuising, elektrisiteit, brandstof en lig	Vervoer en kommunikasie
		Totaal	Voedsel	Drank	Tabak			
		%	%	%	%	%	%	
Volksrepubliek van Sjina	1982	55,2	—	—	—	15,6	4,1	0,7
Metropolitaanse gebiede van die RSA	1985							
Blankes		16,7	13,2	2,4	1,1	3,2	20,6	12,4
Kleurlinge		31,5	26,3	2,9	2,3	5,9	19,5	12,0
Asiërs		28,0	23,0	3,3	1,7	5,5	22,8	13,4
Swartes		38,6	30,3	6,2	2,1	8,1	11,9	9,1
Totaal		22,8	18,1	3,3	1,4	4,5	17,2	11,8
Nasionale State en TBVC lande	1985	45,9	40,8	4,0	1,1	9,7	13,4	7,0

Sekondêre bronne oor verbruikersgedrag ten opsigte van vars groente en vrugte

TABEL 3.1 (vervolg)

Huishoudingsbestedingspatrone van geselekteerde lande volgens hoofbestedingsgroep vir sekere jare

Hoofbestedingsgroep		Mediese en tandheel- kundige dienste	Opleiding, leesstof, ontspan- ning en vermaak	Meubels en huishou- delike toerusting	Ander	Totaal
Land en datum van studie		%	%	%	%	%
Kanada	1981	3,4	11,4	9,6	15,4	100,0
Swede	1987	*	10,3	6,5	13,3	100,0
Nederland	1985	12,6	9,4	7,4	13,4	100,0
Luxemburg	1984	7,1	3,7	9,4	13,5	100,0
Nieu-Seeland	1983/4	1,6	7,2	8,5	14,2	100,0
Oostenryk	1985	4,9	4,9	6,9	15,2	100,0
Frankryk	1985	10,9	5,5	4,4	23,9	100,0
Australië	1984	3,9	11,9	7,7	13,2	100,0
Wes-Duitsland	1985	4,8	8,0	10,4	7,4	100,0
Verenigde Koninkryk	1985	1,3	9,3	6,7	14,5	100,0
Japan	1985	2,7	18,3	4,6	23,1	100,0
Spanje	1985	5,9	6,7	7,7	16,5	100,0
Korea	1986	7,3	11,3	5,1	14,8	100,0
Griekeland	1985	3,6	4,2	9,0	8,4	100,0
Hongarye	1984	2,5	6,4	8,5	13,3	100,0
VSSR	1980	3,6	7,2	11,0	3,5	100,0
Poland	1985	6,1	11,8	**	3,4	100,0
Joego-Slawië	1983	1,9	3,9	11,1	5,2	100,0

TABEL 3.1 (vervolg)

Huishoudingsbestedingspatrone van geselekteerde lande volgens hoofbestedingsgroep vir sekere jare

Land en datum van studie	Mediese en tandheelkundige dienste	Opleiding, leesstof, ontspanning en vermaak	Meubels en huishoudelike toerusting	Ander	Totaal
	%	%	%	%	%
Volksrepubliek van Sjina 1982	0,5	6,2	11,3	6,4	100,0
Metropolitaanse gebiede van die RSA 1985					
Blankes	2,0	3,5	3,5	38,1	100,0
Kleurlinge	2,4	2,3	4,7	21,7	100,0
Asiërs	2,4	2,6	4,8	20,5	100,0
Swartes	1,6	2,8	5,3	22,6	100,0
Totaal	2,0	3,2	4,0	34,5	100,0
Nasionale State en TBVC lande 1985	0,4	2,4	7,1	14,1	100,0

* By 'Ander' ingesluit.

** By 'Behuising, elektrisiteit, brandstof en lig' ingesluit.

BRON:

J H Martins. *Die voedselverbruikerspatrone van private huishoudings in die Nasionale State, TBVC-lande en metropolitaanse gebiede in die RSA, 1985*, Navorsingsverslag nr. 162, Buro vir Marknavorsing, Pretoria, 1989, p. 44.

TABEL 3.2

Persentasieverdeling van huishoudingsbesteding in geselekteerde lande, die RSA se metropolitaanse gebiede en die Nasionale State en TBVC-lande volgens hoofvoedselitem* vir sekere jare

Jaar	Neder-land	België	Kanada	Argen-tinië	Nieu-Seeland	Aus-tralië	VSA
Hoofvoedselitem	1980	1978-1979	1986	1984	1986-1987	1984	1987
	%	%	%	%	%	%	%
Graan en graanprodukte	15,4	16,2	13,3	13,3	16,5	21,4	14,0
Vleis en vleisprodukte	28,2	35,8	24,1	40,6	21,0	25,7	23,9
Vis en visprodukte	2,0	4,3	3,6	1,5	2,7	2,7	3,2
Vette en olies	3,0	5,3	1,5	2,7	16,2	0,7	2,6
Suiwelprodukte en eiers	15,3	10,9	18,1	15,4		15,3	14,3
Groente en groenteprodukte	18,3	8,2	12,1	15,2	10,5	9,4	7,4
Vrugte, vrugteprodukte en neute		6,8	11,7		9,8	10,4	8,9
Suiker en verwante produkte	1,0	6,2	2,4	3,6	14,6	1,3	3,8
Nie-alkoholiese drank	7,9	4,4	6,9	6,9		8,9	9,9
Ander diverse voedselitems	8,9	1,9	6,3	0,8	8,7	4,2	12,0
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

TABEL 3.2 (vervolg)

Persentasieverdeling van huishoudingsbesteding in geselekteerde lande, die RSA se metropolitaanse gebiede en die Nasionale State en TBVC-lande volgens hoofvoedselitem* vir sekere jare

Jaar	Metropolitaanse gebiede					Nasionale State en TBVC-lande	
	Verenigde Koninkryk	Blankes	Swartes	Kleurlinge	Asiërs	Totaal	TBVC-lande
	1987			1985			1985
Hoofvoedselitem							
	%	%	%	%	%	%	%
Graan en graanprodukte	14,1	12,3	18,5	15,9	15,3	14,9	30,7
Vleis en vleisprodukte	24,9	32,7	36,6	31,6	34,0	34,0	19,8
Vis en visprodukte	3,6	4,0	1,8	3,9	4,0	3,3	0,9
Vette en olies	2,8	4,6	3,5	6,4	6,0	4,5	3,2
Suiwelprodukte en eiers	13,6	13,3	6,9	10,8	10,1	10,6	7,4
Groente en groenteprodukte	12,8	10,0	12,3	11,6	11,7	11,1	18,0
Vrugte, vrugteprodukte en neute	6,2	6,7	6,8	5,8	6,2	6,6	5,8
Suiker en verwante produkte	10,3**	5,2	4,5	5,7	4,8	5,0	7,6
Nie-alkoholiese drank	8,1	7,5	6,4	5,0	4,8	6,7	4,2
Ander diverse voedselitems	3,6	3,7	2,7	3,3	3,1	3,3	2,4
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Verwerkte voedsel (nie tuis geëet) uitgesluit.

** Soetgebak hierby ingesluit.

BRON:

J H Martins. *Die voedselverbruikspatrone van private huishoudings in die Nasionale State, TBVC-lande en metropolitaanse gebiede in die RSA, 1985*, Navorsingsverslag nr. 162, Buro vir Marknavorsing, Pretoria, 1989, p. 52.

Sekondêre bronne oor verbruikersgedrag ten opsigte van vars groente en vrugte

huishoudings in Kanada en die Nasionale State en TBVC lande in Suid-Afrika se besteding aan groente en vrugte 23,8% uit van die totale besteding aan voedsel (uitgesonderd verwerkte voedsel nie tuis geëet nie). In België, die land met die laagste persentasie, is dit net 15,0%. Indien na groente en groenteprodukte alleen gekyk word, is die persentasie die laagste in die VSA (7,4%) en die hoogste in die Nasionale State en TBVC lande (18,0%). In die VSA is daar egter 'n groot persentasie (12,0%) van die besteding wat as ander diverse voedselitems geklassifiseer is. Die besteding aan vrugte, vrugteprodukte en neute het 10,4% van die besteding aan voedsel van Australiërs uitgemaak teenoor slegs 5,8% deur kleurlinge woonagtig in die metropolitaanse gebiede van die RSA en die inwoners van die Nasionale State en TBVC lande. In Suid-Afrika word relatief min aan vrugte, vrugteprodukte en neute bestee in vergelyking met lande soos Kanada, Nieu-Seeland, Australië en die VSA.

3.4 VERBRUIK VAN VARS GROENTE EN VRUGTE

Die VSA Departement van Landbou (US Department of Agriculture) se syfers toon dat die verbruik van vars groente van 141,8 lb (64,5 kg) per persoon in 1973 toegeneem het tot 166 lb (75,5 kg) in 1983 (Baron, 1985: 49). Verder wys die syfers daarop dat die verbruik van bevrore groente van 23,8 lb (10,8 kg) in 1973 tot 29,6 lb (13,5 kg) per persoon in 1983 toegeneem het, terwyl die verbruik van ingemaakte groente van 60,6 lb (27,5 kg) na 51,5 lb (23,4 kg) gedurende dieselfde periode afgeneem het. In 'n opname onder 'Better Homes and Gardens' se verbruikerspaneel het 54% van die paneellede gesê hulle eet nou meer vars groente as voorheen en 60% het gesê hulle eet nou meer vars vrugte (Johnson, 1983:19). Die verandering in die verbruikspatroon word weerspieël in die verkoopsyfers van vars groente en vrugte in die VSA. "While dollar sales in the canned and frozen category dropped last year, fresh-produce sales have been growing at a steady 8% pace during the past five years, industry sources said" (Franz and Lowry, 1986:4). Die toename in verkope van vars produkte is ook deur supermarkte ondervind. "Preliminary findings of Progressive Grocers' 1988 Sales Manual show that supermarket sales of fresh fruit and vegetables last year rose by about 8,4%, roughly the same rate recorded in 1986. Produce department sales distribution as a percentage of total store volume close to 9% in 1986 compared with 8,2% in 1984 and 7,6% in 1970" (Linsen, 1988:131).

Die Direktoraat Landbou-ekonomiese Tendense (1989:98) het in die *Kortbegrip van Landboustatistieke* getoon dat die private verbruiksbesteding aan groente en vrugte van R394,4 miljoen in 1970 tot R1 533,9 miljoen in 1980 en tot R4 926,8 miljoen in 1987/88 toegeneem het. Dit beteken 'n persentasietoename van 15,5% per jaar van 1970 tot 1987/88. Daarteenoor was die gemiddelde styging in die verbruikersprys oor dieselfde periode soos bereken uit die statistiek van die Sentrale Statistiekdiens 11,4% per jaar vir

vrugte en 12,7% per jaar vir groente. Daar was dus 'n toename in die reële besteding of verbruik van groente en vrugte gedurende die 17½ jaar.

Die massa van groente en vrugte wat op die 14 nasionale varsprodukte-markte verkoop is, het van 2 157 776 ton in 1985 met 2,0% per jaar tot 2 331 869 ton in 1989 toegeneem. (Direktoraat van Landbou-ekonomiese Tendense. *Statistiek oor varsproduktemarkte*.) Die waarde van die produkte het van R607 miljoen in 1985 met 16,1% per jaar tot R1 103 miljoen in 1989 toegeneem.

3.5 VERBRUIKERSGEDRAG EN -VOORKEURE

3.5.1 Plek van aankope

In 'n opname onder respondente wat die Florence Area Farmers' Market in Florence, Alabama besoek het, was die drie mees genoemde redes waarom die mark besoek: hoë kwaliteit/varser produkte, lae pryse en 'n groot hoeveelheid beskikbaar (Crawford, Stewart, Free & Free, 1987: 182). Die faktore verskil baie min van die vereistes van verbruikers wat ander plekke besoek waar vars groente en vrugte verkoop word. Die sukses van die varsprodukte-afdeling van Stouffers in Amerika word soos volg verklaar: "We attribute it to the fact that we strive to give the customer quality and freshness at reasonable prices, and present the customer with a choice of produce: items sold loose, in single units, and in small or large baskets. This way, we are satisfying all needs of the customers" (Linsen, 1989:30). Die Food Marketing Institute in Washington, DC, wys daarop dat hoë kwaliteit varsprodukte die belangrikste faktor is wanneer verbruikers 'n keuse tussen supermarkte moet maak. "98% of shoppers cited quality of produce as a reason for choosing a particular store" (Linsen 1988:131).

In 'n opname wat Market Facts Inc. and Vance Research Services vir die *Packer Magazine* gedoen het en deur Mueller en Edmondson (1988:43) aangehaal is, word gesê dat byna elke verbruiker vars groente en vrugte by supermarkte in die verskillende gebiede van die VSA aangekoop het. Die aankooppatroon by padstalletjies, boeremarkte en groentewinkels verskil aansienlik volgens gebied en aankoopplek soos in tabel 3.3 aangetoon.

Slegs 'n klein persentasie van die varsprodukte wat private verbruikers in Amerika koop, word direk by boere gekoop. Volgens Mueller & Edmondson (1988:42) is persone wat direk by boere koop oor die algemeen ouer en relatief welaf of het 'n lae inkomste. In Hong Kong het 97% van die respondente aangedui dat hulle varsprodukte by straatverkopers aankoop (Ho & Lau, 1988: 20-30). Die hoofrede is waarskynlik omdat hul klaarverpakte groente nie as vars beskou nie en verder het 87,4% aangedui dat hulle binne loopafstand van die straatmarkte woon. In 'n artikel deur Lipton (1988: 58-59) word genoem dat verbruikers in die VSA onafhanklike handelaars bo kettingwinkels verkies omdat daar 'n persoonlike verhouding tussen koper en verkoper bestaan. Verbruikers besluit self oor die aankoop van basiese items, maar is meer op die handelaar by die aankoop van items soos vrugte

aangewys. Hierteenoor beweer Johnson (1983: 19) dat verbruikers hoofsaaklik nuwe tipes varsprodukte by supermarkte aankoop: "And over 80% of these consumers claim the supermarket is the outlet they turn to for these specialty items".

TABEL 3.3
 Persentasieverdeling van aankopers van varsprodukte in die VSA volgens gebied. Aankoopplek en frekwensie*, 1987

Aankoopplek/frekwensie	Noordoos	Middeweste	Suide	Weste
	%	%	%	%
Konvensionele supermark				
Het al daar gekoop	100,0	98,8	99,0	99,1
Koop minstens een keer per week	73,5	76,0	79,4	78,9
Koop meer as een keer per week	81,0	87,2	91,4	91,7
Padstalletjie				
Het al daar gekoop	80,4	66,5	74,7	71,6
Koop minstens een keer per week	14,0	6,0	11,7	0,8
Koop meer as een keer per week	3,9	0,3	2,4	0,5
Boeremark				
Het al daar gekoop	69,0	65,1	64,0	59,1
Koop minstens een keer per week	15,7	12,4	8,4	4,0
Koop meer as een keer per week	3,0	3,7	2,1	5,0
Groentewinkels				
Het al daar gekoop	64,9	54,0	44,1	41,2
Koop minstens een keer per week	20,9	8,9	10,0	7,1
Koop meer as een keer per week	10,0	3,3	2,5	3,7

BRON:

Fresh Trends 1987: A Profile of Fresh Produce Consumers, conducted by Market Facts Inc, and Vance Research Services for *The Packer Magazine*.

* Aangehaal uit William Mueller en Brad Edmonson, From Farmer to Table, *American Demographics*, June 1988, p. 43.

3.5.2 Rol van handelsmerke

In Amerika neem die neiging om vars groente en vrugte onder bepaalde handelsmerke te verkoop, sterk toe. Nogtans is die handelsmerk nie 'n deurslaggewende faktor by verbruikers se keuse van vars groente nie. Johnson (1983:19) meld dat 18% van die verbruikers by die aankoop van vars groente teenoor 44% in die geval van vars vrugte, op 'n handelsmerk ag ge-

slaan het. Volgens Lowry (1985:1) bereken die maatskappy Castle & Cooke dat handelsmerkverkope, hoofsaaklik vrugte, gewissel het tussen \$2,5 biljoen en \$4 biljoen (10,4% tot 16,7%) van die totale verkope van \$24 biljoen. Franz & Lowry (1986:92) voorspel dat met die groot bedrae geld wat nou in handelsmerkadvertensies geplaas word, 'n groot vraag na vars groente en vrugte met handelsmerke kan ontstaan: " 'You put that kind of muscle behind it there is no telling what it could do', he noted, forecasting that branded produce may eventually account for 50% of all produce sales". Dit is veral meer gesofistikeerde vars groente wat van handelsmerke voorsien word: "According to research, 25% of all stores now carry precut vegetables, said Mr Vangelos, and nearly half of all retailers believe branding benefits them in terms of consumer perception of quality" (Franz & Lowry, 1986:92). Linsen (1988:133) skryf ook: "According to the Fresh Trends 1988 report, consumers generally view branded produce as being on par with generic items but a fair number do believe branded products may have an edge".

3.5.3 Gesondheidsredes vir aankope

Ten slotte moet daar gewys word op die belangrikheid van gesondheidsredes vir die aankoop van meer vars groente en vrugte. "As for buying fresh produce out-of-season, 67% of shoppers say they are buying more fresh fruit and 80% are buying more fresh vegetables. Health reasons, a change in lifestyle and availability are the reasons most often given" (Johnson, 1983:19).

3.6 BEVORDERING VAN VARS GROENTE EN VRUGTE

Die inligting wat met die ondersoek ingesamel is, kan as grondslag vir 'n bemerkingskommunikasiebeleid gebruik word. Vervolgens word kortliks aandag aan bevordering in oorsese lande gegee. In die vorige afdeling is verwyd na die gebruik van handelsmerke. Die voordeel daarvan vir reklame is dat die uitgangspunt nie meer die bedryfstak is nie maar die verbruiker. "So far most advertising has been geared to the trade, but the consumer 'is the next step', said Mr Vangelos. Branding provides opportunities to bring package goods techniques to produce marketing, including nutritional information on labels, he predicted" (Franz & Lowry, 1986:92).

Johnson (1983:19) skryf: "If consumers had more information on preparing or serving fruits and vegetables, they claim they would buy more. But fewer than 20% say their supermarket provides such information." In hierdie verband skryf Linsen (1988:133) die volgende oor Walter E. Ford, direkteur van varsproduktebemarking by Bi-Lo Inc., Mauldin, in die USA: "... he's found that advertising the items, often with accompanying recipes, and supporting them with instore demos has helped immensely."

Verkoopsbevordering geskied ook deur die gebruik van video's en die verkoop van verwerkte varsprodukte vir versnaperings, mikrogolfoonde, roerbraai en ... "one popular way for grocers to boost sales is through the use of

special food processing equipment – operated in full view of shoppers” (Linsen, 1988:133). Deur verbruikers toe te laat om produkte te proe kan verkope ook gestimuleer word: “We try to promote as many samples as we can . . . The choice to taste before they buy is obviously a major customer draw here” (Linsen, 1989:30). Na aanleiding van ’n opname wat landswyd by 2 000 huishoudings deur Market 54 Facts Inc. in die VSA gehou is, is bevind dat verbruikers gesondheidsbewus is en verkope van vars groente en vrugte bevorder kan word deur multimedia-advertensieveldtogte waar onder andere vertoonborde by aankooppeunte (“nutrition point-of-purchase (P-O-P) signing”) gebruik kan word met die voedingswaarde van produkte daarop (Puste, 1985:25). Die invloed van sulke borde is egter getoets in ’n eksperiment waaraan 372 supermarkte deelgeneem het in drie geografiese gebiede in die VSA (Achabal, McIntyre, Bell & Tucker, 1987:9–24) en daar is bevind dat dit weinig, indien enige, invloed op die aankooppatroon van verbruikers gehad het.

3.7 FAKTORE WAT DIE VERBRUIK VAN VARS GROENTE EN VRUGTE KAN STREM

Die debat oor die gesondheidsrisiko wat die gebruik van chemiese stowwe by die verbouing en bewerking van vars groente en vrugte inhou, kan tot ’n afname in die verbruik van die produkte lei. Thompson (1989:180-181) beweer dat . . . “The demand for fresh produce has been reduced temporarily by recent events. First there was controversy over the chemical, Alar, in apples, followed by the discovery of poisoned Chilean grapes”. In ’n navorsingstuk wat deur die National Academy of Sciences (NAS) in 1987 in Amerika gepubliseer is, word gewys op die gesondheidsrisiko verbonde aan die eet van varsprodukte wat met te veel chemikalieë behandel is (Linsen, 1988: 135).

Hierdie vrese wat by sekere verbruikers ontstaan het, het sommige handelaars en produsente in die VSA aangespoor om hul gebruike en bemarkingsmetodes aan te pas. Hulle neem onder andere deel aan die *Certified Field Produce Program* waarvolgens varsprodukte getoets word en dan onder uithangborde met die opskrifte *No Detected Pesticide Residue* en *Grown Without Use of Pesticides* verkoop word (Linsen, 1988:135). Kristine Stiven (1989:520) vra: “Is the current hype surrounding organic produce a passing trend or will it have long-term impact?” waarop Kerry Hodges van Ralphs Grocery Co antwoord: “I think it’s definitely going to have long-term impacts on the industry”. Vance Research Services het in Amerika bevind dat dit veral persone ouer as 60 is wat produkte koop waarop staan dat dit vry van chemiese stowwe is (Mueller & Edmonson, 1988:42–43). Negentien persent van persone in die ouderdomsgroep 40 tot 49 se dat hulle in 1987 varsprodukte gekoop het wat organies of in water gekweek is, of vry is van chemikalieë teenoor slegs 7% in die ouderdomsgroep 18 tot 29 jaar.

Sekondêre bronne oor verbruikersgedrag ten opsigte van vars groente en vrugte

BRONNE

- D O Achabal, S. H. McIntyre, L. H. Bell & N. Tucker. 1987. The effect of nutrition P-O-P signs on consumer attitudes and behavior. *Journal of Retailing*, Vol. 63, No. 1 (Spring 1987).
- A Baron. 1985. Vegetables meet customers' daily requirements. *Advertising Age*, Vol. 56, No. 73 (19 September 1985).
- G Crawford, W S Stewart, V Free & J W Free. 1987. The farmers market – A key link in the direct distribution of fresh produce in Northwest Alabama. *Food Marketing (UK)*, Vol. 3, No. 1.
- Direktoraat Landbou-ekonomiese Tendense. 1989. *Kortbegrip van Landboustatistieke*.
- Republiek van Suid-Afrika. Direktoraat Landbou-ekonomiese Tendense, Departement van Landbou-ekonomie en -bemarking. 1988. *Statistiek oor varsproduktemarkte*.
- J Franz & B Lowry. 1986. Produce marketers take fresh approach. *Advertising Age*, Vol. 57, No. 53 (13 October 1986).
- S Ho & J Lau. 1988. Development of supermarket technology: The incomplete transfer phenomenon. *International Marketing Review (UK)*, Vol. 5, No. 1 (Spring 1988).
- M Johnson. 1983. Fresh produce – Who buys what and why. *Progressive Grocer*, Vol. 62 (October 1983).
- M A Linsen. 1988. Perishables close-up: and the produce beat goes on. *Progressive Grocer*, Vol. 67 (June 1988).
- M A Linsen. 1989. Selling produce, Stauffers Style. *Progressive Grocer*, Vol. 68 (February 1989).
- A Lipton. 1988. Strawberry Hills: Not just another fruit stand. *Supermarket Business*, Vol. 43, No. 7 (July 1988).
- B Lowry. 1985. Dole tries a fresh approach. *Advertising Age*, Vol. 56, No. 93 (2 December 1985).
- J H Martins. 1989. *Die voedselverbruikspatrone van private huishoudings in die Nasionale State, TBVC-lande en metropolitaanse gebiede in die RSA, 1985*. Navorsingsverslag nr. 162. Pretoria Buro vir Marknavorsing, Universiteit van Suid-Afrika
- W Mueller & B Edmonson. 1988. From farmer to table. *American Demographics*, Vol. 10 (June 1988).
- D Puste. 1985. Image promotions could boost retail sales of produce. *Marketing News*, Vol. 19, No. 3 (1 February 1985).
- Sentrale Statistiekdiens. 1970-1989. Die verbruikersprysindeks. *Persvystellings*.
- K Stiven. 1989. And hold the pesticides, please. *Advertising Age*, Vol. 60, No. 20 (8 May 1989).
- T Thompson. 1989. Enmeshed in fresh. *Restaurant Hospitality*, Vol. 73, No. 5 (May 1989).

Resultate van die ondersoek

4.1 INLEIDING

In die hoofstuk word die bevindinge van die persoonlike opname by private verbruikers bespreek. Die eerste afdeling handel oor die respondente se antwoorde op die meer algemene vraag oor die beplanning van hul aankope van vars groente en vrugte, waarna die verskillende aspekte van hulle beplanning, gebruike, voorkeure en sienings meer in detail bespreek word.

4.2 BEPLANNING BY DIE AANKOOP VAN VARS GROENTE EN VRUGTE

Blankes besluit oor die algemeen vooraf **wie** vars groente en vrugte gaan koop en **waar** (tabel 4.1A en 4.1B). Meer as die helfte van die huishoudings besluit ook vooraf wat gekoop sal word en hoe dikwels. Die dag van aankope is minder belangrik, en minder as 30% van die huishoudings begroot vooraf hoeveel bestee gaan word. Die mate van beplanning van blankes by die aankoop van vars groente (tabel 4.1A) en vars vrugte (tabel 4.1B) stem baie ooreen.

Swart huisbewoners doen oor die algemeen meer beplande aankope van veral vars groente as blankes. Die persentasie huishoudings wat vooraf beplan wat gekoop gaan word, hoeveel bestee gaan word, die dag waarop gekoop word en die frekwensie van aankope is aansienlik hoër by swart huisbewoners as by blankes. Die keuse van die vars produkte wat gekoop gaan word en hoeveel daaraan bestee gaan word is van groot belang by swart hostelbewoners. Afgesien van die bedrag wat bestee gaan word, kan oor die algemeen beweer word dat kleurlinge en Asiërs hulle aankope van vars groente en vrugte beplan.

TABEL 4.1A

Persentasie huishoudings wat vars groente op 'n bepaalde patroon aankoop volgens bevolkingsgroep

Aankooppatroon waarop vooraf besluit word	Blankes				Huisbewoners			Swartes		Hostelbewoners			
	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Wie gaan koop	92,3	6,3	1,3	0,1	67,9	22,3	5,8	4,0	23,2	76,8	0,0	0,0	
Dag van aankope	40,8	54,2	4,7	0,3	69,1	19,4	6,9	4,6	38,4	55,6	4,0	2,0	
Frekwensie van aankope	53,0	40,6	4,7	1,7	62,8	23,6	8,9	4,7	36,4	58,6	1,0	4,0	
Wat gekoop gaan word	57,7	32,9	9,4	0,0	82,3	8,6	6,2	2,9	79,8	14,1	6,1	0,0	
Hoeveel bestee gaan word	27,8	66,1	5,8	0,3	66,6	21,4	7,5	4,5	79,8	19,2	1,0	0,0	
Plek van aankope	76,9	15,6	4,2	3,3	74,6	11,7	4,5	9,2	63,7	22,2	3,0	11,1	

TABEL 4.1A (vervolg)

Persentasie huishoudings wat vars groente op 'n bepaalde patroon aankoop volgens bevolkingsgroep

Aankooppatroon waarop vooraf besluit word	Kleurlinge				Asiërs			
	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord
	%	%	%	%	%	%	%	%
Wie gaan koop	86,3	12,4	1,3	0,0	68,9	24,3	6,8	0,0
Dag van aankope	63,9	31,3	4,2	0,6	61,8	32,7	5,5	0,0
Frekwensie van aankope	66,3	30,2	2,7	0,8	62,6	31,1	6,1	0,2
Wat gekoop gaan word	65,0	27,0	8,0	0,0	68,0	20,4	11,4	0,2
Hoeveel bestee gaan word	47,8	48,2	4,0	0,0	47,4	42,8	9,6	0,2
Plek van aankope	75,3	20,3	2,9	1,5	70,6	24,3	4,2	0,9

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.1B

Persentasie huishoudings wat vars vrugte op 'n bepaalde patroon aankoop volgens bevolkingsgroep

Aankooppatroon waarop vooraf besluit word	Blankes				Huisbewoners			Swartes				Hostelbewoners		
	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord		
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Wie gaan koop	89,9	6,3	1,3	2,5	61,6	25,1	8,3	5,0	19,2	79,8	0,0	1,0		
Dag van aankope	39,4	53,6	4,1	2,9	56,6	29,1	8,9	5,4	25,3	65,6	8,1	1,0		
Frekwensie van aankope	50,3	41,2	4,2	4,3	55,7	30,3	8,3	5,7	27,3	68,7	0,0	4,0		
Wat gekoop gaan word	53,4	34,7	9,4	2,5	70,4	17,1	9,2	3,3	57,6	34,3	7,1	1,0		
Hoeveel bestee gaan word	28,9	63,1	5,0	3,0	54,8	31,4	8,4	5,4	63,7	34,3	1,0	1,0		
Plek van aankope	73,4	16,7	3,7	6,2	65,9	17,1	5,9	11,1	50,5	38,4	1,0	10,1		

TABEL 4.1B (vervolg)

Persentasie huishoudings wat vars vrugte op 'n bepaalde patroon aankoop volgens bevolkingsgroep

Aankooppatroon waarop vooraf besluit word	Kleurlinge				Asiërs			
	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord	Ja	Nee	Soms	Geen ant- woord
	%	%	%	%	%	%	%	%
Wie gaan koop	81,3	15,5	1,9	1,3	68,2	23,0	7,3	1,5
Dag van aankope	60,0	34,6	3,3	2,1	61,2	31,3	6,0	1,5
Frekwensie van aankope	62,1	33,1	2,7	2,1	61,8	29,8	6,6	1,8
Wat gekoop gaan word	58,6	30,5	9,4	1,5	62,5	26,0	9,7	1,8
Hoeveel bestee gaan word	45,4	48,7	4,4	1,5	48,3	41,1	8,8	1,8
Plek van aankope	69,2	23,4	3,6	3,8	68,5	24,9	4,4	2,2

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.2
Besluitnemers oor aankope van varsprodukte volgens bevolkingsgroep

Besluitnemer	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners	Hostelbewoners	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Man	7,7	7,5	5,4	8,5	81,8	80,8	4,2	4,8	10,5	13,5
Vrou	77,5	75,9	66,8	54,4	2,0	2,0	79,2	77,6	62,3	57,2
Beide man en vrou	12,7	14,2	13,2	18,4	0,0	1,0	10,3	10,9	20,4	22,7
Huishoudster	0,4	0,4	1,0	0,8	0,0	0,0	0,6	0,6	1,3	0,9
Ander	1,7	2,0	13,6	17,9	16,2	16,2	5,7	6,1	5,5	5,7
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

4.3 BESLUITNEMER BY DIE AANKOPE VAN VARS-PRODUKTE

Tabel 4.2 toon die persoon in die huishouding aan wat oor die aankope van varsprodukte besluit. Afgesien van swart hostelbewoners wat hoofsaaklik uit mans bestaan, is die vrou in die huis die persoon wat besluit oor die groente en vrugte wat gekoop gaan word. Daar is egter ook 'n beduidende persentasie huishoudings, veral by die Asiërs, waar die man (of beide man en vrou) oor die aankope besluit. Dit geld veral vir die aankoop van vrugte. By swart huisbewoners is daar 'n groot persentasie onder "ander". By swart is dit meestal ander gesinslede, veral van die ouer kinders, wat besluit oor die aankope van vars groente en vrugte.

4.4 DAG VAN AANKOPE

Meer as een derde (37,4% by vars groente en 39,1% by vrugte) van die blankes koop nie op 'n spesifieke dag hulle varsprodukte nie (tabel 4.3). By die ander bevolkingsgroepe is die persentasie vir "geen spesifieke dag" veral hoog onder swart huisbewoners vir vrugte-aankope (35,0%) en swart hostelbewoners vir groente- (49,5%) en vrugte- (75,8%) aankope. Diegene van alvier bevolkingsgroepe wat net op spesifieke dae aankoop, koop die meeste op Saterdag gevolg deur Vrydae. Sondag en Maandag is oor die algemeen die twee dae waarop die kleinste persentasie huishoudings hulle varsprodukte aankoop.

4.5 FREKWENSIE VAN AANKOPE

Tabel 4.4 toon die frekwensie van aankope van varsprodukte volgens bevolkingsgroep. Blankes koop hulle vars groente (55,7%) en vrugte (55,8%) meestal weklíks aan, alhoewel 'n redelike persentasie dit twee keer per week doen (onderskeidelik 21,4% groente en 22,6% vrugte). Meer as die helfte (52,3%) van die swart huisbewoners koop hulle vars groente weklíks terwyl 39,6% vrugte weklíks aankoop. Swart hostelbewoners koop hulle varsprodukte meer dikwels aan: 32,3% koop daaglíks, 22,2% twee keer per week en 30,3% koop hulle vars groente en vrugte weklíks aan. Onder "ander" in tabel 4.4 is die belangrikste termyn wat genoem is "slegs wanneer nodig".

4.6 FAKTORE BY DIE AANKOOP VAN VARSPRODUKTE

4.6.1 Identifikasie van faktore

Respondente is gevra om die vier belangrikste motiveringsfaktore te noem wanneer hulle vars groente en vars vrugte aankoop (vraag 10 in vraelys – bylae B). Daarna moes hulle die faktore rangskik in volgorde van belangrikheid. Tabel 4.5 toon die persentasie huishoudings wat die verskillende faktore in die tabel genoem het. Varsheid staan bo aan die lys by blankes vir

TABEL 4.3
Dae waarop varsprodukte normaalweg gekoop word volgens bevolkingsgroep

Dag	Blankes		Swartes		Kleurlinge		Asiërs			
	Groente	Vrugte	Huisbewoners	Hostelbewoners	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Maandag	4,6	4,9	9,5	14,4	21,2	13,1	9,0	10,0	3,9	4,9
Dinsdag	11,5	11,7	12,9	15,2	13,1	10,1	10,1	10,3	18,0	16,8
Woensdag	11,5	11,2	16,7	18,5	18,2	12,1	17,8	16,9	12,1	13,0
Donderdag	9,5	10,3	11,2	14,4	18,2	10,1	11,1	10,7	12,9	12,4
Vrydag	22,0	20,8	25,3	27,6	23,2	16,2	28,1	27,2	30,5	28,3
Saterdag	23,2	22,7	52,2	36,6	30,3	16,2	50,5	47,1	45,8	43,9
Sondag	3,7	4,5	16,1	14,0	12,1	11,1	7,1	7,9	2,0	2,9
Geen spesifieke dag	37,4	39,1	16,7	35,0	49,5	75,8	18,4	24,9	11,0	14,1

TABEL 4.4
Frekwensie van aankope van varsprodukte volgens bevolkingsgroep

Frekwensie	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Daaglik	2,9	3,4	7,5	14,9	32,3	13,1	7,1	8,6	1,8	2,2
Twee keer per week	21,4	22,6	18,2	15,5	22,2	9,1	19,5	16,6	23,4	20,5
Weeklik	55,7	55,8	52,3	39,6	30,3	36,3	61,5	58,1	63,3	65,4
Twee-weeklik	7,9	5,7	6,6	6,3	2,0	7,1	4,0	3,1	7,5	5,7
Maandelik	3,8	2,9	5,3	5,1	6,1	8,1	2,7	2,3	2,2	1,8
Ander	8,3	9,6	10,1	18,6	7,1	26,3	5,2	11,3	1,8	4,4
Totaal	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Resultate van die ondersoek

beide groente (77,5%) en vrugte (73,3%) met prys tweede (onderskeidelik 70,4% en 68,5%). By swart huisbewoners, maar veral swart hostelbewoners, is prys deur die grootste persentasie huishoudings as faktor genoem. By beide kleurlinge en Asiërs is daar meer huishoudings wat varsheid bo prys gestel het. Die kwaliteit en voorkoms van die groente en vrugte is ook deur 'n redelike persentasie huishoudings van al die bevolkingsgroepe genoem, terwyl verpakking meermale by blankes genoem is terwyl die voorkoms van die winkels en netheid van personeel deur 'n aansienlike persentasie swartes genoem is.

4.6.2 Relatiewe belangrikheid van faktore

Die relatiewe belangrikheid van die verskillende faktore is bepaal deur 'n waarde van 4 toe te ken aan die faktor wat eerste deur respondente geplaas is, 3 aan die tweede, 2 aan die derde en 1 aan die vierde geplaaste. Nadat die faktore met die waardes vermenigvuldig is, het varsheid die hoogste waardes by blankes, kleurlinge en Asiërs vir beide vars groente en vrugte gehad. Die waarde van varsheid is gelyk gestel aan 100 en 'n indeks van belangrikheid is opgestel (tabel 4.6). Volgens die indeks is varsheid, prys en kwaliteit verreweg die belangrikste faktore wat blankes, kleurlinge en Asiërs in ag neem by die aankope van beide vars groente en vrugte. Prys speel 'n effens groter rol by vrugte as groente. By swartes (huis- en hostelbewoners) is prys die belangrikste faktor, veral by hulle aankope van vars vrugte. Daarna volg by swart huisbewoners, varsheid, kwaliteit, voorkoms van die winkels en netheid van personeel. By swart hostelbewoners word prys gevolg deur kwaliteit, voorkoms van die winkels en netheid van personeel, en varsheid.

4.7 BESTEDING PER MAAND

Tabel 4.7 toon die persentasie huishoudings wat die verskillende produkte aangekoop het, asook die gemiddelde bedrag wat normaalweg per maand aan die produkte bestee word. Die besteding word per respondent, dit wil sê net die huishoudings wat die produkte aankoop, en per huishouding aange-
toon.

4.7.1 Vars groente

Vars groente word deur feitlik alle huishoudings gekoop. Die gemiddelde besteding per respondent en per huishouding verskil dan ook nie veel nie. Die gemiddelde besteding per huishouding aan vars groente is die hoogste by Asiërs (R78,97) en die laagste by swart hostelbewoners. By die beoordeling van die syfers moet in gedagte gehou word dat die gemiddelde Asiërhuishouding uit 4,84 lede bestaan teenoor 3,23 by blankes (tabel 2.4). Die besteding per persoon aan vars groente by Asiërs bedra R16,32 teenoor R18,36 by blankes. Indien na beide die huishoudingslede en bediendes gekyk word, is die gemiddelde besteding aan vars groente by Asiërs R15,30 per persoon teenoor R16,16 by blankes.

TABEL 4.5
Faktore in ag geneem by die aankoop van varsprodukte volgens bevolkingsgroep

Faktore	Persentasie huishoudings									
	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
PRODUKEIENSKAPPE										
Varsheid	77,5	73,3	63,5	57,2	39,4	33,3	82,0	71,8	73,0	68,0
Kwaliteit	55,9	55,2	36,3	36,3	64,7	63,6	57,9	56,3	64,5	66,5
Voorkoms van										
produkte	20,2	18,8	14,0	12,5	10,1	10,1	23,7	20,5	15,1	14,8
Fermheid	7,6	9,4	1,9	1,8	—	—	9,6	14,7	6,4	7,5
Geen kneusplekke	3,4	5,7	1,4	1,2	1,0	—	1,5	5,4	0,9	1,1
Rypheid	3,0	5,3	1,9	4,4	5,1	7,1	5,5	14,7	1,5	2,2
Grootte	2,1	2,9	6,3	6,3	2,0	3,0	19,7	21,6	1,8	1,8
Graad van die										
produk	1,8	0,8	5,8	8,6	2,1	4,0	2,9	2,7	2,4	0,7
Jong Groente	1,7	0,1	—	0,2	—	—	0,8	—	—	—
Sappigheid	0,4	0,8	0,2	0,6	—	—	—	—	—	0,2
Organies verbou	0,3	0,1	—	—	—	—	—	—	—	—
Vervaldatum	0,3	0,3	0,2	—	—	—	—	—	—	—
Bestraling	0,1	0,3	—	—	—	—	—	—	—	—
PRYSASPEKTE										
Prys	70,4	68,5	70,4	68,0	84,9	85,9	71,7	67,2	66,2	64,5
Hoeveelheidsafslag	3,0	3,0	14,1	11,3	15,2	23,2	11,3	10,5	4,0	2,0
Winskopie	0,1	0,1	—	—	—	—	0,4	0,2	—	—
Begroting	0,1	0,1	—	—	—	—	—	—	—	—

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.5 (vervolg)
 Faktore in ag geneem by die aankoop van varsprodukte volgens bevolkingsgroep

Faktore	Persentasie huishoudings									
	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
DISTRIBUSIE-ASPEKTE										
Voorkoms van winkel en netheid van personeel	8,2	7,3	30,7	29,7	57,6	57,6	4,8	4,0	10,5	9,7
Beskikbaarheid	4,0	3,8	1,2	0,8	—	—	0,6	0,4	2,0	2,0
Verskeidenheid	3,8	4,0	1,6	1,5	—	2,0	0,8	0,8	2,4	2,4
Seisoen	2,1	2,1	0,2	0,2	—	—	0,4	0,4	1,1	1,1
VERPAKKINGS-ASPEKTE										
Verpak	11,6	11,2	3,8	4,1	4,0	2,0	3,1	2,7	3,3	2,9
Onverpak	1,7	1,1	0,3	0,2	—	—	1,3	2,3	0,4	0,2
Kleiner verpakkings	0,9	0,5	1,6	1,5	8,1	21,2	—	—	0,2	0,2
ANDER										
Gesin se behoefte	2,9	2,4	14,4	13,8	6,1	4,0	4,0	2,9	17,6	18,1
Gesin se voorliefde (voorkeure)	2,7	3,2	5,8	6,6	3,0	2,0	1,0	1,3	8,1	9,9
Plek waar gekweek	0,3	0,1	0,6	0,2	—	—	—	—	0,9	0,7
Indiese groente	—	—	—	—	—	—	—	—	0,2	—
Niksseggend	2,2	1,6	7,2	6,8	9,1	5,1	4,2	4,2	9,2	7,7
Geen faktor verstrek	—	1,5	4,0	5,6	—	1,0	0,2	1,3	1,3	2,4

TABEL 4.6
Belangrikheidsindeks van faktore by die aankoop van varsprodukte volgens bevolkingsgroep
(Varsheid = 100)

Faktore	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
Varsheid	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Prys	90,8	93,5	110,9	118,9	215,4	257,6	87,5	93,6	90,7	94,8
Kwaliteit	72,1	75,4	57,1	63,5	164,1	190,9	70,6	78,4	88,3	97,7
Voorkoms van produkte	26,0	25,7	22,0	21,8	25,6	30,3	28,9	28,6	20,7	21,8
Verpakking	15,0	15,3	5,9	7,1	10,3	6,1	3,8	3,8	4,5	4,2
Voorkoms van winkel en netheid van personeel	10,0	9,5	46,3	49,6	143,6	169,7	5,6	5,3	13,8	13,6
Fermheid	9,9	12,8	3,0	3,2	—	—	11,8	20,4	8,7	11,0
Beskikbaarheid	5,1	5,2	1,8	1,3	—	—	0,8	0,6	2,7	2,9
Verskeidenheid	4,9	5,4	2,5	2,6	—	6,1	1,0	1,2	3,3	3,4
Geen kneusplekke	4,4	7,7	2,3	2,1	2,6	—	1,8	7,6	2,7	1,6
Hoeveelheidsafslag	3,9	4,1	22,2	19,7	38,5	69,7	13,8	14,6	5,4	2,9
Rypheid	3,9	7,2	2,9	7,6	12,8	21,2	6,6	20,4	2,1	3,3
Gesin se behoefte	3,7	3,2	22,7	24,2	15,4	12,2	4,9	4,1	24,0	26,6
Grootte	2,7	4,0	10,0	11,0	5,1	9,1	24,0	30,0	2,4	2,6
Gesin se voorliefde (voorkeure)	3,6	4,3	9,1	11,6	7,7	6,1	1,3	1,8	11,1	14,6
Graad van die produk	2,4	1,1	9,1	15,0	5,1	12,1	3,6	3,8	3,3	1,0

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.7

Persentasie huishoudings wat aankoop en gemiddelde maandelikse besteding per respondent en per huishouding volgens soort produk en bevolkingsgroep

Produk	Blankes			Swartes					
	Huisbewoners			Huisbewoners			Hostelbewoners		
	Gemiddelde maandelikse besteding		Huis-houding wat aankoop	Gemiddelde maandelikse besteding		Huis-houding wat aankoop	Gemiddelde maandelikse besteding		Huis-houding
Huis-houding wat aankoop	Respon-dente	Huis-houding		Respon-dente	Huis-houding		Huis-houding wat aankoop	Respon-dente	
	%	R	R	%	R	R	%	R	R
Vars groente	98,7	60,09	59,30	99,3	43,36	43,05	100,0	30,16	30,16
Ingemaakte groente	34,6	15,39	5,32	51,4	19,15	9,84	20,2	12,30	2,48
Bevrore groente	73,0	26,15	19,10	16,0	17,46	2,79	2,0	9,00	0,18
Ontwaterde groente	3,1	8,88	0,28	2,9	15,00	0,43	12,1	6,50	0,79
Vars vrugte	94,1	54,48	51,27	91,1	27,66	25,19	98,0	15,75	15,43
Ingemaakte vrugte	53,1	12,74	6,77	47,5	16,65	7,91	7,1	8,86	0,63
Droë-/versuikerde vrugte	46,5	12,62	5,86	16,4	10,36	1,70	1,0	15,00	0,15

TABEL 4.7 (vervolg)

Persentasie huishoudings wat aankoop en gemiddelde maandelikse besteding per respondent en per huishouding volgens soort produk en bevolkingsgroep

Produk	Kleurlinge			Asiërs		
	Gemiddelde maandelikse besteding			Gemiddelde maandelikse besteding		
	Huis-houding wat aankoop	Respon-dente	Huis-houding	Huis-houding wat aankoop	Respon-dente	Huis-houding
	%	R	R	%	R	R
Vars groente	98,5	50,68	49,95	99,8	79,15	78,97
Ingemaakte groente	52,1	15,68	8,17	25,2	20,41	5,15
Bevrore groente	52,9	17,18	9,09	63,4	19,32	12,24
Ontwaterde groente	8,1	8,67	0,70	9,4	20,72	1,95
Vars vrugte	98,1	35,60	34,94	98,2	54,19	53,23
Ingemaakte vrugte	61,6	11,35	6,99	41,2	13,55	5,59
Droë-/versuikerde vrugte	24,1	11,97	2,88	26,3	11,97	3,15

4.7.2 Verwerkte groente

Ingemaakte groente word veral deur kleurlinge (52,1%) en swart huisbewoners (51,4%) aangekoop. Die gemiddelde maandelikse besteding per huishouding is die hoogste by swart huisbewoners (R9,84), gevolg deur kleurlinge (R8,17). Meer as 70% (73,0%) van die blankes en 63,4% van die Asiërs koop bevrore groente en hulle gemiddelde besteding per huishouding is onderskeidelik R19,10 en R12,24. Ontwaterde groente word deur relatief min huishoudings gekoop en die hoogste gemiddelde besteding per huishouding van R1,95 is deur Asiërs gerapporteer.

4.7.3 Vars vrugte

Meer as 90% van die huishoudings van al die bevolkingsgroepe sê hulle koop vars vrugte, en die gemiddelde maandelikse besteding per huishouding het van R15,43 by swart hostelbewoners tot R53,23 by Asiërs gewissel.

4.7.4 Verwerkte vrugte

Meer as die helfte van die blanke (53,1%) en kleurlinghuishoudings (61,6%) koop ingemaakte vrugte, maar die gemiddelde besteding per huishouding is die hoogste by swart huisbewoners (R7,91). Baie meer blankes (46,5% van die huishoudings) koop droë- en versuikerde vrugte aan in vergelyking met die ander bevolkingsgroepe en die gemiddelde besteding per huishouding daaraan bedra R5,86 by blankes met R3,15 by Asiërs, R2,88 by kleurlinge, R1,70 by swart huisbewoners en R0,15 by swart hostelbewoners.

4.8 TOTALE MAANDELIKSE BESTEDING AAN VARS EN VERWERKTE GROENTE EN VRUGTE

Die totale maandelikse besteding deur private verbruikers in die metropolitaanse gebiede van die RSA aan vars en verwerkte groente en vrugte is bereken deur die gemiddelde besteding per huishouding (tabel 4.7) met die getal huishoudings in die opnamegebiede (tabel 2.1) te vermenigvuldig. Die betroubaarheid van die ingesamelde inligting (sien afdeling 2.5) het 'n direkte invloed op die betroubaarheid van die totale maandelikse besteding wat bereken is. Verder moet in gedagte gehou word dat die gebiede nie geslote gebiede is nie; persone in aangrensende gebiede (sien afdeling 2.2.3) doen ook van hulle aankope in die metropolitaanse gebiede. Tabel 4.8 toon die totale maandelikse besteding volgens soort produk en bevolkingsgroep.

4.8.1 Vars en verwerkte groente

Volgens die tabel het private verbruikers in die metropolitaanse gebiede van die RSA aan die begin van 1990 R126,0 miljoen per maand aan vars groente bestee. Hiervan was blankes verantwoordelik vir 47,5%, swartes vir 30,3%, kleurlinge vir 12,0% en Asiërs vir 10,2%. Daar word ongeveer R25,6 miljoen

aan bevrore groente per maand bestee, waarvan blankes vir 75,3% verantwoordelik is. Die besteding aan ingemaakte groente bedra R15,1 miljoen per maand en swartes se aandeel daarin is 42,5%. Relatief min, R1,4 miljoen, word maandeliks aan ontwaterde groente bestee en hiervan is swartes se aandeel 43,9%.

Die totale besteding aan die verskillende soorte groente bedra R168,1 miljoen per maand waarvan 74,9% vir vars, 15,2% vir bevrore, 9,0% vir ingemaakte en 0,9% vir ontwaterde groente is. Blankes bestee relatief baie aan bevrore groente (22,8%), swartes aan vars (81,6%) en ingemaakte groente (13,7%) en Asiërs aan ontwaterde groente (2,0%).

4.8.2 Vars en verwerkte vrugte

Na raming is R92,2 miljoen per maand aan vars vrugte (80,3%), R14,3 miljoen aan ingemaakte vrugte (12,5%) en R8,3 miljoen aan droë- en versuikerde vrugte (7,2%) deur private verbruikers bestee. Blankes se besteding het 56,1%, swartes 22,9%, kleurlinge 11,5% en Asiërs 9,5% van die totale besteding aan vars vrugte uitgemaak. Blankes se besteding aan ingemaakte vrugte het 47,7%, en aan droë- en versuikerde vrugte 71,5% van die totale uitgemaak.

4.9 BESTEDING AAN VARSPRODUKTE OOR TYD

Vergeleke met die bestedingsinligting wat deur die BVM en die Sentrale Statistiekdiens in 1985 in dieselfde gebiede ingesamel is (Martins 1989), is die besteding aan vars groente per persoon in terme van 1990-pryse effens hoër by blankes, Asiërs en kleurlinge en feitlik dieselfde by swartes as in 1985. In die geval van vars vrugte is die besteding per persoon in 1990 by alvier bevolkingsgroepe hoër in 1990 as in 1985. By swartes is dit 30% hoër, maar by die ander bevolkingsgroepe is die verskil aansienlik. Blankes bestee net meer as twee keer meer en hul besteding het vanaf R7,80 per persoon per maand in 1985 tot R15,87 per persoon in 1990 gespring. Die waarskynlikste rede vir die toename is dat vars vrugte relatief goedkoop geword het. Die verbruikersprysindeks toon dat die prys van voedsel vanaf 1985 tot 1989 met gemiddeld 17,3% per jaar gestyg het, dié van groente met 14,5% per jaar en dié van vrugte net met 10,5% per jaar.

4.10 VERANDERING IN BESTEDINGSPATRONE

'n Vergelyking van die bestedingspatroon van meer welvarende en minder welvarende respondente kan 'n aanduiding gee van moontlike gebeure indien welvarendheid verander. As aanvaar word dat sekere produkte soos bevrore groente en vars, ingemaakte en droë- en versuikerde vrugte slegs deur die meer welvarende huishoudings gekoop word, sal die gemiddelde bedrae aan die produk bestee per respondent wat wel aankoop, die waarskynlike besteding van 'n meer welvarende bevolking aandui. So bestee die meer

TABEL 4.8
Totale maandelikse besteding volgens soort produk en bevolkingroep

Produk	Blankes		Swartes		Kleurlinge		Asiërs		Totaal	
	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)
Vars groente	59 817	70,6	38 107	81,6	15 166	73,6	12 896	80,3	125 986	74,9
% (dwars)	47,5		30,3		12,0		10,2		100,0	
Ingemaakte groente	5 366	6,3	6 414	13,7	2 481	12,0	841	5,2	15 102	9,0
% (dwars)	35,5		42,5		16,4		5,6		100,0	
Bevrore groente	19 267	22,8	1 547	3,3	2 760	13,4	1 999	12,5	25 573	15,2
% (dwars)	75,3		6,1		10,8		7,8		100,0	
Ontwaterde groente	282	0,3	635	1,4	213	1,0	318	2,0	1 448	0,9
% (dwars)	19,5		43,9		14,7		21,9		100,0	
Totaal – groente	84 732	100,0	46 703	100,0	20 620	100,0	16 054	100,0	168 109	100,0
% (dwars)	50,3		27,8		12,3		9,6		100,0	
Vars vrugte	51 717	80,2	21 144	79,6	10 608	78,0	8 692	86,0	92 161	80,3
% (dwars)	56,1		22,9		11,5		9,5		100,0	
Ingemaakte vrugte	6 829	10,6	4 447	16,8	2 122	15,6	913	9,0	14 311	12,5
% (dwars)	47,7		31,1		14,8		6,4		100,0	
Droë-/versuikerde vrugte	5 911	9,2	963	3,6	874	6,4	514	5,0	8 262	7,2
% (dwars)	71,5		11,7		10,6		6,2		100,0	
Totaal – vrugte	64 457	100,0	26 554	100,0	13 604	100,0	10 119	100,0	114 734	100,0
% (dwars)	56,2		23,1		11,9		8,8		100,0	

welvarende swart huisbewoners wat oor vriesgeriëwe beskik gemiddeld R17,46 per maand per huishouding aan bevrore groente, teenoor slegs R2,79 per huishouding, indien alle huishoudings in ag geneem word (tabel 4.7).

4.11 REDES VIR AANKOPE

4.11.1 Vars en verwerkte groente

Die belangrikste redes vir aankope van vars groente en vrugte en substitute volgens bevolkingsgroep word in tabel 4.9 opgesom. Bylae A bevat die besonderhede in tabel A1 tot A7. Alvier bevolkingsgroepe koop vars groente omdat hulle meen dit het voedingswaarde of bevat baie vitamïnes (tabel 4.9). Verder hou hulle van vars groente en smaak dit lekker. Die volgende belangrikste rede wat deur heelwat minder respondente, veral swartes, genoem is, is dat dit nie te duur is nie. 'n Aansienlike persentasie van die respondente wat ingemaakte en bevrore groente aankoop, is van mening dat dit tydbesparend is. Die relatief klein persentasie respondente wat ontwaterde groente aankoop, koop dit meestal om in geregte en/of vir gebak te gebruik.

4.11.2 Vars en verwerkte vrugte

Vars vrugte word deur 'n groot persentasie huishoudings van alvier bevolkingsgroepe gekoop, omrede dit 'n hoë voedingswaarde/vitamïnes bevat, hulle daarvan hou en dit lekker smaak (tabel 4.9). 'n Heelwat kleiner persentasie huishoudings koop vars vrugte as peuselhappies. Ingemaakte vrugte word hoofsaaklik gekoop vir nagereg/geregte/gebak en omdat dit tydbesparend is, terwyl droë- en/of versuikerde vrugte as peuselhappies en/of vir nagereg/geregte/gebak aangekoop word.

4.12 PLEK VAN AANKOPE

In vraag 8 en 9 van die vraelys (sien bylae B) is respondente gevra waar hulle vars groente en vrugte aankoop; die persentasie van hulle totale aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke; en die belangrikste redes waarom hulle daar koop.

Tabel 4.10 toon huishoudings se aankoopplekke vir varsprodukte volgens bevolkingsgroep. In die tabel word afsonderlike kolomme getoon vir vars groente en vars vrugte. Oor die algemeen koop mense hulle groente en vrugte by dieselfde plekke. 'n Groot persentasie van die blankes koop hulle varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels (72,4% vir groente en 71,3% vir vrugte) en meer as die helfte van die blankes koop ook by groentewinkels. Nagenoeg twee-derdes van die swart huisbewoners koop by die informele sektor, terwyl meer as 80% van die hostelbewoners hulle aankope daar doen. Meer as 60% van die kleurlinghuishoudings koop hulle vars groente en vrugte by hipermarkte en kettingwinkels. Meer as een derde van die Asiër-

TABEL 4.9					
Belangrikste redes vir aankope van vars groente, vars vrugte en substitute volgens bevolkingsgroep					
Persentasie huishoudings					
Rede	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
		Huis- bewoners	Hostel- bewoners		
	%	%	%	%	%
VARS GROENTE					
Voedingswaarde/vitamine	80,3	82,3	65,7	88,2	59,8
Hou daarvan/smaak lekker	55,0	13,9	27,2	40,5	38,1
Prys	13,4	4,1	2,0	10,7	5,3
INGEMAAKTE GROENTE					
Tydbesparend	47,4	41,2	45,0	55,4	51,3
Noodgeval	19,3	1,1	—	7,2	7,8
Slaai	2,7	26,6	5,0	6,4	3,5
Langer raklewe	2,7	13,2	50,0	7,6	7,0
BEVRORE GROENTE					
Tydbesparend	67,4	46,9	—	55,7	50,9
Plaasvervanger	10,4	8,1	—	11,8	11,1
Langer raklewe	8,4	17,1	—	7,5	12,8
ONTWATERDE GROENTE					
Geregte/gebak	33,3	30,0	58,3	74,4	30,2
Vakansies	29,2	—	—	7,7	—
Tydbesparend	25,0	10,0	—	2,6	7,0

TABEL 4.9 (vervolg)

Belangrikste redes vir aankope van vars groente, vars vrugte en substitute volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Rede	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
		Huis- bewoners	Hostel- bewoners		
	%	%	%	%	%
VARS VRUGTE					
Voedingswaarde/vitamine	79,8	80,9	78,3	83,3	69,3
Hou daarvan/smaak lekker	55,5	19,9	44,4	47,6	44,9
Peuselhappie	4,9	10,3	5,2	7,4	5,6
INGEMAAKTE VRUGTE					
Nagereg/geregte/gebak	74,1	41,8	28,6	81,5	68,1
Tydbesparend	22,2	17,9	42,9	13,1	6,9
Hou daarvan/smaak lekker	6,7	12,4	42,9	8,1	15,9
DROË-/VERSUIKERDE VRUGTE					
Peuselhappie	35,2	31,6	—	41,4	21,7
Nagereg/geregte/gebak	28,2	26,3	—	23,3	22,5
Voedingswaarde/vitamine	18,9	9,7	100,0	10,4	10,0
Hou daarvan/smaak lekker	17,7	13,2	100,0	15,5	36,7

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.10
 Huishoudings se aankoopplekke vir varsprodukte volgens bevolkingsgroep

Aankoopplek	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Varsproduktemark	9,4	8,7	11,4	10,7	11,1	10,1	9,6	8,2	18,0	17,0
Boere/produsente	7,1	6,7	3,0	3,0	0,0	0,0	4,2	4,8	1,8	1,3
Hipermarkte en kettingwinkels	72,4	71,3	47,3	49,5	25,3	19,2	64,8	61,9	40,6	39,7
Groentewinkel	58,8	56,9	38,9	33,0	18,2	19,2	33,3	32,6	40,8	39,7
Informele sektor	12,4	13,0	65,4	65,0	83,8	82,8	44,7	44,1	33,8	34,2
Ander	1,7	1,6	3,2	1,8	6,1	4,0	0,0	0,4	1,3	0,7

huishoudings koop hulle varsprodukte by groentewinkels, hipermarkte en kettingwinkels en die informele sektor. 'n Relatief groot persentasie (18,0% vir groente en 17,0% vir vrugte) besoek die varsproduktemark. Daar was egter moontlik 'n misverstand oor presies wat met die vars produktemark bedoel word. In Durban (waar 77,6% van die vraelyste van Asiërs voltooi is) word daar byvoorbeeld voorsiening gemaak vir bona fide-boere om hulle vars groente en vrugte op die mark aan verbruikers te verkoop.

4.13 REDES VIR BEPAALDE AANKOOPPLEKKE

Tabel 4.11 is 'n samevatting van die mees genoemde redes waarom daar by bepaalde plekke gekoop word, terwyl 'n volledige lys van redes in tabel A8 tot A13 in bylae A verskyn.

4.13.1 Varsproduktemark

Volgens tabel 4.11 koop meer as die helfte van die blankes by die varsproduktemark omdat die pryse redelik en die produkte vars is. Daar is 'n effense klemverskuiwing tussen die redes waarom vars groente en vrugte daar gekoop word. Prys is byvoorbeeld belangriker by groente as vrugte, terwyl die omgekeerde vir varsheid geld. Prys en varsheid is ook van die belangrikste redes waarom swartes, kleurlinge en Asiërs by die varsproduktemark koop. Meer as 45% van die Asiërhuishoudings wat by die varsproduktemark aankoop sê dat dit vir hulle gerieflik is om daar te koop.

4.13.2 Boere of produsente

Die belangrikste redes wat deur alvier bevolkingsgroepe aangevoer word waarom hulle by boere of produsente hulle vars groente en vrugte aankoop is varsheid, gevolg deur prys en kwaliteit.

4.13.3 Hipermarkte en kettingwinkels

Meer as die helfte (53,9% vir groente en 50,8% vir vrugte) van die blankes wat by hipermarkte en kettingwinkels koop, doen dit omdat hulle varsprodukte en kruideniersware tegelyk koop. Dit is ook die rede wat deur die grootste persentasie swart hostelbewoners (48,0%), kleurlinge (40,8%) en Asiërs (29,7%) vir hulle groente-aankope aldaar genoem is. Swart huisbewoners noem prys meestal as die rede waarom hulle vars groente (52,4%) en vrugte (52,1%) by hipermarkte en kettingwinkels koop. Prys is ook die rede wat deur die grootste persentasie swart hostelbewoners (47,4%) en Asiërs (31,1%) vir hulle aankope van vars vrugte aldaar genoem word. Varsheid is ook 'n belangrike rede waarom hipermarkte en kettingwinkels ondersteun word.

TABEL 4.11

Belangrikste redes vir aankope van varsprodukte by verskillende aankoopplekke volgens bevolkingsgroep

Aankoopplek en rede	Persentasie huishoudings									
	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
VARSPRODUKTEMARK										
Prys	66,2	63,6	58,2	59,2	54,6	70,0	71,7	61,5	48,8	48,1
Varsheid	53,5	56,1	43,0	42,2	—	20,0	60,9	48,7	46,3	38,9
Verskeidenheid	23,9	21,2	10,1	9,9	27,3	30,0	10,9	10,3	35,4	37,7
Kwaliteit	18,3	15,2	7,6	11,3	18,2	10,0	13,0	15,4	28,1	28,6
Gerieflik	5,6	4,6	2,5	2,8	—	20,0	17,4	17,9	47,6	45,4
BOERE OF PRODUSENTE										
Varsheid	68,5	56,9	57,2	55,0	—	—	65,0	82,6	50,0	16,7
Prys	38,9	35,3	52,4	45,0	—	—	25,0	17,4	25,0	33,3
Kwaliteit	18,5	17,7	9,5	5,0	—	—	25,0	17,4	25,0	16,7
HIPERMARKTE EN KETTINGWINKELS										
Aankope saam met kruideniersware	53,9	50,8	17,1	16,4	48,0	26,3	40,8	38,5	29,7	26,1
Prys	26,1	27,7	52,4	52,1	44,0	47,4	36,9	38,5	29,7	31,1

TABEL 4.11 (vervolg)

Belangrikste redes vir aankope van varsprodukte by verskillende aankoopplekke volgens bevolkingsgroep

Aankoopplek en rede	Persentasie huishoudings									
	Blanke		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Varsheid	20,8	19,4	43,3	46,7	16,0	21,1	33,0	33,1	24,3	25,6
Gerieflik nader aan huis	19,8	19,2	4,6	2,7	12,0	10,5	16,5	16,6	27,0	22,2
Kwaliteit	14,0	13,9	8,5	10,9	12,0	10,5	15,9	13,8	14,6	18,9
GROENTEWINKELS										
Varsheid	42,6	42,8	38,5	38,6	22,2	15,8	45,9	48,1	27,4	21,7
Prys	35,7	36,4	38,9	27,7	11,1	10,5	45,9	45,5	27,4	26,7
Kwaliteit	25,6	27,3	5,6	7,3	27,8	15,8	13,2	13,5	16,1	18,9
Gerieflik nader aan huis	24,2	20,8	44,1	42,3	22,2	5,3	46,5	43,6	47,9	45,0
INFORMELE SEKTOR										
Prys	56,4	55,6	39,4	38,1	8,4	12,2	50,7	51,7	34,4	36,1
Varsheid	26,6	26,3	21,2	22,4	7,2	7,3	24,0	23,7	29,2	34,2
Gerieflik nader aan huis	13,8	9,1	49,8	43,7	78,3	73,2	36,2	29,9	36,4	32,3
ANDER PLEKKE										
Prys	38,5	33,3	36,4	16,7	66,7	50,0	—	—	66,7	66,7
Varsheid	23,1	16,7	27,3	33,3	66,7	50,0	—	50,0	16,7	33,3
Gerieflik nader aan huis	23,1	25,0	36,4	50,0	33,3	50,0	—	—	50,0	—

Resultate van die ondersoek

4.13.4 Groentewinkels

Die vier redes waarom respondente varsprodukte by groentewinkels koop is varsheid, prys, kwaliteit en gerieflik nader aan huis. Varsheid staan bo aan die lys by blankes vir beide groente (42,6%) en vrugte (42,8%) en vir vrugte by kleurlinge (48,1%). Gerieflik nader aan die huis is die belangrikste by swart huishouers vir beide groente (44,1%) en vrugte (42,3%), kleurlinge vir groente (46,5%) en Asiërs vir groente (47,9%) en vrugte (45,0%). Swart hostelbouers koop veral by groentewinkels omdat die kwaliteit van vars groente (27,8% van die huishoudings wat daar koop sê so) en vrugte (15,8%) goed is.

4.13.5 Informele sektor

Blankes wat by die informele sektor koop, is van mening dat hulle pryse van vars groente (56,4%) en vrugte (55,6%) redelik is. Verder is daar ook 'n aansienlike persentasie wat sê hulle koop groente (27,7%) en vrugte (20,2%) by die informele sektor omdat hulle toevallig in die omgewing is (tabel A.12 in bylae A). Swart huishouers en hostelbouers koop hoofsaaklik by die informele sektor omdat dit gerieflik naby hulle woonplekke is (tabel 4.16). Net meer as die helfte van die kleurlingrespondente het gesê pryse is die belangrikste rede waarom hulle vars groente (50,7%) en vrugte (51,7%) by die informele sektor koop terwyl nagenoeg dieselfde persentasie Asiërhuishoudings prys en gerieflik nader aan die huis as redes vir aankope aldaar noem.

4.13.6 Ander aankoopplekke

Slegs 'n klein persentasie van die huishoudings koop vars groente en vrugte by ander plekke, hoofsaaklik kafees en algemene handelaars. Redes wat aangevoer is, is by uitstek prys, varsheid en gerieflik nader aan huis.

4.14 HOUDING OOR PRYSE BY AANKOOPPLEKKE

Respondente is gevra of hulle meen dat die pryse van varsprodukte by die varsproduktemarkte, groentewinkels, hipermarkte en kettingwinkels en die informele sektor baie laag, redelik laag, redelik hoog of baie hoog is (vraag 11 in die vraelys – bylae B). Volgens tabel 4.12A dink meer blankes, wat 'n mening gelug het, dat die pryse van varsproduktemarkte en die informele sektor redelik of baie laag is, as diegene wat meen dit is redelik of baie hoog. Die teenoorgestelde geld vir groentewinkels en hipermarkte en kettingwinkels. Daar is meer swart huishouers wat dink die pryse van varsprodukte is baie of redelik laag by die varsproduktemarkte en hipermarkte en kettingwinkels as diegene wat meen dit is redelik of baie hoog (tabel 4.12B). Die

TABEL 4.12A

Pryspersesie van die pryse van varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Blankes				
	Prysvlakke				
	Baie laag	Redelik laag	Redelik hoog	Baie hoog	Geen mening
	%	%	%	%	%
Varsproduktemarkte	14,0	29,0	11,5	4,7	40,8
Groentewinkels	1,3	30,1	44,4	14,4	9,8
Hipermarkte en kettingwinkels	1,0	38,1	40,2	12,7	8,0
Informele sektor	13,2	20,4	9,9	6,7	49,8

TABEL 4.12B

Pryspersesie van die pryse van varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Swartes									
	Prysvlakke									
	Huisbewoners					Hostelbewoners				
	Baie laag	Redelik laag	Redelik hoog	Baie hoog	Geen mening	Baie laag	Redelik laag	Redelik hoog	Baie hoog	Geen mening
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Varsproduktemarkte	38,8	23,2	13,5	6,9	17,6	74,7	9,1	1,0	6,1	9,1
Groentewinkels	5,3	27,1	33,0	23,7	10,9	1,0	36,4	35,3	20,2	7,1
Hipermarkte en kettingwinkels	9,8	38,4	27,8	12,5	11,5	6,1	39,9	25,7	21,2	7,1
Informele sektor	19,6	20,7	18,7	31,9	9,1	15,2	13,1	17,2	52,5	2,0

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.12C

Pryspersesie van die pryse van varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Kleurlinge					Asiërs				
	Prysvlakke									
	Baie laag	Redelik laag	Redelik hoog	Baie hoog	Geen mening	Baie laag	Redelik laag	Redelik hoog	Baie hoog	Geen mening
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Varsproduktemarkte	24,6	26,3	15,3	4,6	29,2	6,4	45,7	29,5	6,8	11,6
Groentewinkels	4,4	33,9	35,4	17,5	8,8	2,9	32,4	43,0	16,7	5,0
Hipermarkte en kettingwinkels	5,6	43,3	33,8	8,8	8,5	1,5	36,8	38,9	13,2	9,6
Informele sektor	23,8	40,5	12,5	6,7	16,5	8,6	20,8	19,5	26,3	24,8

teenoorgestelde geld vir groentewinkels en in 'n mindere mate die informele sektor. 'n Groot persentasie swart hostelbewoners meen pryse is baie laag by die varsproduktemarkte (74,7%) terwyl meer as die helfte (52,5%) die pryse van die informele sektor as baie hoog aanslaan.

Meer as 50% van die kleurlinge (50,9%) en Asiërs (52,1%) is van mening dat die pryse van die varsproduktemark redelik tot baie laag is (tabel 4.12C). Onder diegene wat wel 'n mening wou lug, is daar meer kleurlinge en Asiërs wat gesê het die pryse van groentewinkels is redelik tot baie hoog, as diegene wat die teenoorgestelde mening gehad het. Meer kleurlinge beskou hipermarkte en kettingwinkels (48,9%) en die informele sektor (64,3%) as relatief goedkoop as diegene wat sê hulle is duur (onderskeidelik 42,6% en 19,2%). Aan die ander kant dink meer Asiërs laasgenoemde aankoopplek is relatief duur as die getal wat dink dit is relatief goedkoop.

4.15 BESTEDING PER AANKOOPPLEK

Tabel 4.13A toon die beraamde gemiddelde besteding per blanke en swart huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek, en tabel 4.13B toon die ooreenstemmende inligting oor kleurlinge en Asiërs. Blankes bestee gemiddeld R110,57 per maand aan vars groente en vrugte. Hiervan is R51,59 of 46,7% by hipermarkte en kettingwinkels en R44,17 of 39,9% by groentewinkels bestee. Swart huishoudings se maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte bedra R68,24 waarvan R25,53 of 37,4% by die informele, R20,11 of 29,5% by hipermarkte en kettingwinkels en R15,72 of 23,0% by groentewinkels aangekoop is. Swart hostelbewoners bestee 60,2% van hulle totale aankope van R45,59 aan vars groente en vrugte by die informele sektor. Kleurlinghuishoudings doen 44,8% van hulle aankope van varsprodukte (R84,89) by hipermarkte en kettingwinkels, 23,3% by groentewinkels en 21,8% by die informele sektor. Asiërs bestee R47,16 of 35,7% van hulle totale aankope van varsprodukte van R132,20 by groentewinkels. 'n Verdere 25,3% van die bedrag word by hipermarkte en kettingwinkels en 23,6% by die informele sektor bestee. Blanke respondente wat by die varsproduktemark koop het gemiddeld R73,79 per maand daar bestee. Die gemiddelde maandelikse bedrae wat deur die ander bevolkingsgroepe daar bestee is, is R47,37 vir swart huishoudings, R40,54 vir swart hostelbewoners, R64,19 vir kleurlinge en R106,16 vir Asiërs.

'n Ontleding van die besteding aan vars groente en vrugte volgens aankoopplek toon dat daar nie veel verskil tussen die twee produkte is nie (tabel 4.13A en 4.13B). Blankes bestee relatief meer aan groente (6,6% van hulle totale besteding) as aan vrugte (5,3%) by die varsproduktemark. Swart huishoudings koop relatief meer vrugte (31,7%) as groente (28,2%) by hipermarkte en kettingwinkels, terwyl die omgekeerde vir groentewinkels geld. Swart hostelbewoners koop veral relatief meer vrugte (66,6%) as groente (57,0%) by die informele sektor. Kleurlinge en Asiërs koop net soos blankes ook relatief meer groente as vrugte by die varsproduktemark.

TABEL 4.13A

Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Gemiddelde besteding per maand					
	Vars groente		Vars vrugte		Totaal	
	R	%	R	%	R	%
Varsproduktemark	3,91	6,6	2,71	5,3	6,62	6,0
Boere/produsente	2,13	3,6	1,70	3,3	3,83	3,5
Hipermarkte en kettingwinkels	27,38	46,2	24,21	47,2	51,59	46,7
Groentewinkels	23,51	39,6	20,66	40,3	44,17	39,9
Informele sektor	2,12	3,6	1,74	3,4	3,86	3,5
Ander	0,25	0,4	0,25	0,5	0,50	0,4
Totaal	59,30	100,0	51,27	100,0	110,57	100,0

TABEL 4.13A (vervolg)

Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Gemiddelde besteding per maand						
Swartes						
Huisbewoners						
Aankoopplek	Vars groente		Vars vrugte		Totaal	
	R	%	R	%	R	%
Varsproduktemark	3,05	7,1	1,89	7,5	4,94	7,2
Boere/produsente	0,66	1,5	0,28	1,1	0,94	1,4
Hipermarkte en kettingwinkels	12,12	28,2	7,99	31,7	20,11	29,5
Groentewinkels	10,33	24,0	5,39	21,4	15,72	23,0
Informele sektor	16,11	37,4	9,42	37,4	25,53	37,4
Ander	0,78	1,8	0,22	0,9	1,00	1,5
Totaal	43,05	100,0	25,19	100,0	68,24	100,0

TABEL 4.13A (vervolg)

Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Gemiddelde besteding per maand						
Swartes						
Hostelbewoners						
Aankoopplek	Vars groente		Vars vrugte		Totaal	
	R	%	R	%	R	%
Varsproduktemark	3,07	10,2	1,30	8,4	4,37	9,6
Boere/produsente	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	0,0
Hipermarkte en kettingwinkels	5,13	17,0	2,06	13,4	7,19	15,8
Groentewinkels	2,90	9,6	1,64	10,6	4,54	10,0
Informele sektor	17,20	57,0	10,28	66,6	27,48	60,2
Ander	1,86	6,2	0,15	1,0	2,01	4,4
Totaal	30,16	100,0	15,43	100,0	45,59	100,0

TABEL 4.13B

Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Gemiddelde besteding per maand					
	Kleurlinge				Totaal	
	Vars groente		Vars vrugte			
R	%	R	%	R	%	
Varsproduktemark	3,56	7,1	2,06	5,9	5,62	6,6
Boere/produsente	1,51	3,0	1,33	3,8	2,84	3,4
Hipermarkte en kettingwinkels	22,52	45,1	15,57	44,6	38,09	44,8
Groentewinkels	11,87	23,8	7,90	22,6	19,77	23,3
Informele sektor	10,49	21,0	8,02	22,9	18,51	21,8
Ander	0,00	0,0	0,06	0,2	0,06	0,1
Totaal	49,95	100,0	34,94	100,0	84,89	100,0

TABEL 4.13B (vervolg)

Beraamde gemiddelde maandelikse besteding per huishouding aan varsprodukte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Gemiddelde besteding per maand					
	Asiërs					
	Vars groente		Vars vrugte		Totaal	
	R	%	R	%	R	%
Varsproduktemark	11,43	14,5	6,91	12,9	18,34	13,9
Boere/produsente	0,77	1,0	0,46	0,9	1,23	0,9
Hipermarkte en kettingwinkels	19,96	25,2	13,46	25,3	33,42	25,3
Groentewinkels	27,42	34,7	19,74	37,1	47,16	35,7
Informele sektor	18,61	23,6	12,60	23,7	31,21	23,6
Ander	0,78	1,0	0,06	0,1	0,84	0,6
Totaal	78,97	100,0	53,23	100,0	132,20	100,0

TABEL 4.14
Totale maandelikse besteding aan vars groente volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

	Blankes		Swartes		Kleurlinge		Asiërs		Totaal	
	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)
Aankoopplek										
Varsproduktemark	3 944	6,6	3 185	8,3	1 081	7,1	1 867	14,5	10 077	8,0
% (dwars)	39,2		31,6		10,7		18,5		100,0	
Boere/produsente	2 148	3,6	344	0,9	458	3,0	126	1,0	3 076	2,4
% (dwars)	69,8		11,2		14,9		4,1		100,0	
Hipermarkte en kettingwinkels	27 619	46,2	8 979	23,6	6 838	45,1	3 259	25,3	46 695	37,1
% (dwars)	59,2		19,2		14,6		7,0		100,0	
Groentewinkels	23 715	39,6	6 889	18,1	3 604	23,8	4 478	34,7	38 686	30,7
% (dwars)	61,3		17,8		9,3		11,6		100,0	
Informele sektor	2 139	3,6	17 336	45,5	3 185	21,0	3 039	23,5	25 699	20,4
% (dwars)	8,3		67,5		12,4		11,8		100,0	
Ander	252	0,4	1 374	3,6	0	0,0	127	1,0	1 753	1,4
% (dwars)	14,4		78,4		0,0		7,2		100,0	
Totaal – groente	59 817	100,0	38 107	100,0	15 166	100,0	12 896	100,0	125 986	100,0
% (dwars)	47,5		30,3		12,0		10,2		100,0	

4.16 TOTALE MAANDELIKSE BESTEDING VOLGENS AANKOOPELEK

Soos die gemiddelde besteding per respondent aan vars en verwerkte groente en vrugte, is die totale besteding per aankooplek bereken deur dit te verhef tot die totale besteding van alle private verbruikers in die metropolitaanse gebiede van die RSA (sien afdeling 4.8).

4.16.1 Vars groente

Tabel 4.14 toon die totale maandelikse besteding aan vars groente volgens aankooplek en bevolkingsgroep. Van die R126,0 miljoen vars groente wat maandeliks deur private verbruikers gekoop word, word R46,7 miljoen of 37,1% by hipermarkte en kettingwinkels, R38,7 miljoen of 30,7% by groentewinkels, R25,7 miljoen of 20,4% by die informele sektor, R10,1 miljoen of 8,0% by die varsproduktemark, R3,1 miljoen by boere of produsente en R1,8 miljoen of 1,4% by ander plekke soos kafees gekoop. Blankes was verantwoordelik vir die grootste persentasie van die totale besteding aan vars groente by varsproduktemarkte (39,2%), boere of produsente (69,8%), hipermarkte en kettingwinkels (59,2%) en groentewinkels (61,3%), terwyl swartes vir 67,5% van die aankope van vars groente by die informele sektor en 78,4% by ander verkooplekke verantwoordelik was.

4.16.2 Vars vrugte

Tabel 4.15 is soortgelyk aan tabel 4.14, maar dit gaan oor besteding aan vars vrugte. Van die R92,2 miljoen wat aan vars vrugte bestee word, word 39,7% by hipermarkte en kettingwinkels, 32,7% by groentewinkels, 17,9% by die informele sektor, 6,7% by varsproduktemarkte en die res (3,0%) by boere of produsente of ander aankooplekke gekoop. Blankes was verantwoordelik vir meer as die helfte van die vars vrugte wat boere of produsente (73,3%), hipermarkte en kettingwinkels (66,8%), groentewinkels (69,1%) en ander verkooplekke (53,3%) aan private verbruikers verkoop het. Swartes het 62,1% van die informele sektor se verkope van vars vrugte ten bedrae van R16,5 miljoen per maand gekoop.

4.16.3 Vars groente en vrugte

Tabel 4.16 is 'n opsomming van tabel 4.14 en 4.15. Volgens tabel 4.16 was die totale besteding aan vars groente en vrugte R218,1 miljoen per maand. Hiervan is 38,2% by hipermarkte en kettingwinkels, 31,5% by groentewinkels, 19,4% by die informele sektor, 7,4% by die varsproduktemark en die res (3,5%) by boere of produsente of ander aankooplekke gekoop. Soos genoem kon daar by sekere mense verwarring oor die betekenis van die varsproduktemark bestaan het. Die bedrag wat respondente dus by die varsproduktemark bestee het, is moontlik laer en die bedrag wat hulle by die informele sektor en boere of produsente bestee het, is moontlik hoër. 'n Ont-

TABEL 4.15

Totale maandelikse besteding aan vars vrugte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Blankes		Swartes		Kleurlinge		Asiërs		Totaal	
	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)
Varsproduktemark	2 734	5,3	1 660	7,9	625	5,9	1 128	13,0	6 147	6,7
% (dwars)	44,4		27,0		10,2		18,4		100,0	
Boere/produsente	1 715	3,3	146	0,7	404	3,8	75	0,9	2 340	2,5
% (dwars)	73,3		6,2		17,3		3,2		100,0	
Hipermarkte en kettingwinkels	24 421	47,2	5 233	24,8	4 727	44,5	2 198	25,3	36 579	39,7
% (dwars)	66,8		14,3		12,9		6,0		100,0	
Groentewinkels	20 840	40,3	3 659	17,3	2 399	22,6	3 223	37,0	30 121	32,7
% (dwars)	69,1		12,2		8,0		10,7		100,0	
Informele sektor	1 755	3,4	10 253	48,4	2 435	23,0	2 058	23,7	16 501	17,9
% (dwars)	10,6		62,1		14,8		12,5		100,0	
Ander	252	0,5	193	0,9	18	0,2	10	0,1	473	0,5
% (dwars)	53,3		40,8		3,8		2,1		100,0	
Totaal - vrugte	51 717	100,0	21 144	100,0	10 608	100,0	8 692	100,0	92 161	100,0
% (dwars)	56,1		22,9		11,5		9,5		100,0	

Resultate van die ondersoek

TABEL 4.16

Totale maandelikse besteding aan vars groente en vrugte volgens aankoopplek en bevolkingsgroep

Aankoopplek	Blankes		Swartes		Kleurlinge		Asiërs		Totaal	
	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)	R'000	% (af)
Varsproduktemark	6 678	6,0	4 845	8,2	1 706	6,6	2 995	13,9	16 224	7,4
% (dwars)	41,2		29,9		10,5		18,4		100,0	
Boere/produsente	3 863	3,4	490	0,8	862	3,3	201	0,9	5 416	2,5
% (dwars)	71,3		9,1		15,9		3,7		100,0	
Hipermarkte en kettingwinkels	52 040	46,6	14 212	24,0	11 565	44,9	5 457	25,3	83 274	38,2
% (dwars)	62,4		17,1		13,9		6,6		100,0	
Groentewinkels	44 555	40,0	10 548	17,8	6 003	23,3	7 701	35,7	68 807	31,5
% (dwars)	64,8		15,3		8,7		11,2		100,0	
Informele sektor	3 894	3,5	27 589	46,6	5 620	21,8	5 097	23,6	42 200	19,4
% (dwars)	9,2		65,4		13,3		12,1		100,0	
Ander	504	0,5	1 567	2,6	18	0,1	137	0,6	2 226	1,0
% (dwars)	22,6		70,4		0,8		6,2		100,0	
Totaal	111 534	100,0	59 251	100,0	25 774	100,0	21 588	100,0	218 147	100,0
% (dwars)	51,1		27,2		11,8		9,9		100,0	

TABEL 4.17

Verbouings- en behandelingsaspekte van varsprodukte waaroor inligting verlang word volgens bevolkingsgroep

Aspekte	Persentasie huishoudings				
	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
		Huisbewoners	Hostelbewoners		
	%	%	%	%	%
Huishoudings wat					
inligting verlang	45,9	18,7	21,2	22,6	52,9
Soort inligting					
Plaagdoders	56,4	6,2	4,8	27,5	38,6
Bestraling	8,8	—	—	1,8	0,4
Organies verbou	6,6	2,3	—	2,8	3,3
Preserveermiddels	2,3	—	—	—	0,4
Hormoonbehandeling	1,7	—	—	1,8	0,4
Waksbehandeling	0,9	0,8	—	—	1,7
Osoonvriendelik	0,6	—	—	—	—
Niksseggend	30,5	89,2	95,2	56,9	51,0
Geen rede	1,7	—	—	—	—

Resultate van die ondersoek

leding van die persentasie respondente wat gesê het hulle koop by die varsproduktemark, toon die hoogste persentasie vir blankes in die Kaapse Skiereiland (14,3%) en Pietermaritzburg (28,6%), vir kleurlinge in Bloemfontein (34,6%), Asiërs in Durban (20,5%) en Pietermaritzburg (18,5%) en swartes in Port Elizabeth (14,4%) en Welkom (23,5%). Die statistiese steekproeffout in sommige van die gebiede kan egter aansienlik wees, omdat steekproewe per gebied relatief klein is.

Blankes is verantwoordelik vir 41,2% van die verkope van varsprodukte aan private verbruikers by die varsproduktemark, 71,3% by boere of produsente, 62,4% by hipermarkte en kettingwinkels en 64,8% by groentewinkels en swartes vir 65,4% van die verkope van varsprodukte deur die informele sektor en 70,4% van die van ander verkoopplekke.

4.17 BESTEDING PER GEBIED

'n Beraming van private verbruikers se totale maandelikse besteding aan varsprodukte toon dat diegene woonagtig in die PWV gebied vir 57,8% van die totaal van R218,1 miljoen verantwoordelik was. Hierna volg die Durban-Pietermaritzburg kompleks met 15,0%, die Kaapse Skiereiland met 13,4%, Port Elizabeth-Uitenhage en Oos-Londen 7,4%, Bloemfontein en Kimberley 3,2% en Klerksdorp en die OVS Goudvelde 3,2%.

4.18 GESONDHEIDSASPEKTE VAN DIE VERBOUING EN BEHANDELING VAN VARSPRODUKTE

Respondente is gevra of daar enige gesondheidsredes is waarom hulle inligting oor die verbouing en behandeling van vars groente en vrugte verlang (vraag 13 in die vraelys – bylae B). Meer as die helfte (52,9%) van die Asiërs en 45,9% van die blankes het gesê hulle wil ingelig word (tabel 4.17). 'n Groot persentasie van diegene wat gesê het hulle verlang inligting weet waarskynlik nie waaroor dit gaan nie, want die aspekte wat hulle genoem het, is niksseggend of nie van toepassing op die onderwerp nie. 'n Aansienlike persentasie van diegene wat inligting verlang, is bekommerd oor die plaagdoders wat op vars groente en vrugte gebruik word. Enkele ander aspekte waaroor respondente inligting verlang, is bestraling, organiese verbouing en die gebruik van preserveermiddels al dan nie.

4.19 KOOPGEWOONTES EN PROFIEL VAN BLANKES VOLGENS BELANGRIJKSTE AANKOOPPLEK

In afdeling 4.19 tot 4.22 word die resultate van die studie volgens bevolkingsgroep opgesom. Tabel 4.18 toon die koopgewoontes en profiel van blanke aankopers van vars groente volgens aankoopplek. Net die vier belangrikste aankoopplekke (in geldterme) word onderskei. By elkeen van hulle is daar voorsiening gemaak vir verbruikers wat minder as 50% van hulle totale aankope van vars groente daar doen en diegene wat 50% of meer van hulle vars groente daar aankoop.

- Meer as die helfte (52,8%) van alle blanke huishoudings koop 50% of meer van hulle vars groente by hipermarkte en kettingwinkels en bestee gemiddeld R47,82 per maand aan vars groente aldaar. Die gemiddelde bedrag bestee verskil aansienlik tussen diegene wat minder as 50% en diegene wat 50% of meer van hulle vars groente by die verskillende plekke

TABEL 4.18

Kooppgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Kooppgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	98,7	2,7	6,7	19,6	52,8
Gemiddelde maandelikse besteding	R	60,09	20,07	50,66	12,55	47,82
Aankoper						
Man	%	7,7	—	7,8	5,5	8,5
Vrou	%	77,5	80,0	66,7	80,1	78,8
Beide	%	12,7	20,0	23,5	13,0	10,5
Frekwensie van aankope						
Meer as een keer per week	%	24,3	30,0	11,8	18,9	28,7
Weekliks	%	55,7	50,0	45,1	56,8	52,4
Twee-weekliks	%	7,9	10,0	25,5	12,2	6,2
Maandeliks	%	3,8	10,0	7,8	3,4	3,0
Dag/dae van aankope						
Geen spesifieke dag	%	37,4	45,0	27,5	38,8	39,4
Maandag	%	4,6	5,0	4,0	2,8	4,4
Dinsdag	%	11,5	5,0	11,8	8,9	13,2
Woensdag	%	11,5	10,0	9,9	10,3	11,9
Donderdag	%	9,5	15,0	11,8	8,9	9,6
Vrydag	%	22,0	25,0	19,7	23,2	22,6
Saterdag	%	23,2	15,0	37,3	30,7	19,0
Sondag	%	3,7	—	4,0	3,5	2,9

TABEL 4.18 (vervolg)
Kooppgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Kooppgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by						
Varsproduktemark	%	72,6	68,4	85,7	73,5	69,5
Groentewinkels	%	34,8	27,7	19,1	35,1	26,7
Hipermarkte en kettingwinkels	%	42,5	22,2	28,3	32,6	52,9
Informele sektor	%	66,9	50,0	51,6	72,5	71,3
Gemiddelde huishoudings-grootte (persone)						
		3,23	3,00	3,67	3,57	2,99
Huistaal						
Afrikaans	%	38,1	35,0	47,1	41,9	30,2
Engels	%	49,7	50,0	41,2	44,6	58,6
Beide	%	6,9	5,0	7,8	7,4	6,5
Huishoudingsinkomste per maand						
R0 – R3 000	%	35,9	55,0	43,1	29,1	38,8
R3 001 – R5 000	%	28,1	20,0	35,3	31,8	26,9
R5 001+	%	28,7	25,0	19,6	33,1	27,9
Opleidingspeil: Hoof van huishouding						
Tot st 8	%	14,1	10,0	19,6	6,1	12,5
St 9 – st 10	%	32,7	45,0	47,1	31,1	34,0
Diploma	%	26,2	25,0	17,7	33,1	25,3
Graad	%	27,0	20,0	15,7	29,1	26,8
Ouderdom van besluitnemer						
Jonger as 25 jaar	%	4,6	10,0	5,9	2,7	5,7
25 – 34 jaar	%	23,6	20,0	23,5	31,1	21,6
35 – 49 jaar	%	38,3	35,0	43,1	40,5	37,1
50+ jaar	%	33,0	35,0	27,5	25,7	35,1
n		754	21	51	150	403

TABEL 4.18 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van blanke aankopers van vars groente volgens aankoopplek

	Alle respondente	Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	18,4	40,4	8,5	3,9
Gemiddelde maandelikse besteding	R	12,17	53,21	6,25	40,62
Aankoper					
Man	%	6,5	6,3	1,6	6,7
Vrou	%	83,3	77,6	95,2	83,3
Beide	%	8,0	13,8	1,6	10,0
Frekwensie van aankope					
Meer as een keer per week	%	35,3	21,5	18,8	40,0
Weekliks	%	49,6	59,0	60,9	46,7
Twee-weekliks	%	6,5	8,8	4,7	3,3
Maandeliks	%	2,2	3,3	4,7	6,7
Dag/dae van aankope					
Geen spesifieke dag	%	41,0	38,6	42,2	16,7
Maandag	%	2,8	5,5	4,7	6,6
Dinsdag	%	15,1	10,4	17,2	16,6
Woensdag	%	10,9	11,6	6,3	30,0
Donderdag	%	9,3	9,4	14,1	9,9
Vrydag	%	20,9	23,7	23,5	29,9
Saterdag	%	18,8	24,1	11,0	33,4
Sondag	%	3,5	4,2	—	3,3
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	78,0	75,0	84,1	54,6

TABEL 4.18 (vervolg)

Koopgewoontes en profiel van blanke aankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ van eienskap	Alle respondente	Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	26,0	50,2	18,6	17,8
Hipermarkte en kettingwinkels	%	48,8	32,7	39,7	30,0
Informele sektor	%	70,0	62,9	89,8	83,3
Gemiddelde huishoudings- grootte	(persone)	3,33	3,48	3,31	3,53
Huistaal					
Afrikaans	%	35,3	46,9	46,9	40,0
Engels	%	54,0	40,4	45,3	50,0
Beide	%	4,3	7,8	4,7	6,7
Huishoudingsinkomste per maand					
R0 – R3 000	%	31,7	30,0	43,6	43,3
R3 001 – R5 000	%	30,9	30,0	23,4	20,0
R5 001+	%	30,2	30,6	29,7	30,0
Opleidingspeil: Hoof van huishouding					
Tot st 8	%	10,9	11,7	17,2	16,7
St 9 – st 10	%	29,7	33,9	42,2	13,3
Diploma	%	30,4	26,4	23,4	43,3
Graad	%	28,3	27,4	17,2	26,7
Ouderdom van besluitnemer					
Jonger as 25 jaar	%	4,3	2,9	1,6	6,7
25 – 34 jaar	%	20,9	25,4	17,2	26,7
35 – 49 jaar	%	40,3	40,7	51,6	40,0
50+ jaar	%	33,8	30,6	29,7	26,7
n		141	309	65	30

koop. Respondente wat 50% en meer van hulle vars groente by die varsproduktemark aankoop, bestee gemiddeld R50,66 per maand daar en diegene wat by die groentewinkels aankoop, bestee R53,21 aldaar.

- Mans is relatief belangriker (7,8% net man en 23,5% beide man en vrou) as aankopers by varsproduktemarkte.
- Blanke kopers in private huishoudings besoek die varsproduktemark minder dikwels as diegene wat by ander plekke koop, terwyl diegene wat by die informele sektor koop meer gereeld aankoop.
- Saterdag is die belangrikste dag vir aankope by die varsproduktemark en die informele sektor, maar by die ander aankoopplekke is geen besondere dag belangriker as 'n ander nie.
- In elke geval het meer as die helfte van die respondente wat by 'n spesifieke aankoopplek 50% of meer van hulle vars groente gekoop het, gesê hulle dink die pryse by dié aankoopplek is redelik tot baie laag.
- Die gemiddelde huishoudingsgrootte was die grootste (3,67 persone) by klante (50% en meer) van die varsproduktemarkte en die kleinste by hipermarkte en kettingwinkels (2,99 persone).
- Afrikaanssprekendes is relatief die belangrikste kopers by die varsproduktemark en Engelssprekendes by die hipermarkte en kettingwinkels. Die varsproduktemark se klante het 'n relatief laer inkomste as die ander aankoopplekke se klante, terwyl inkomste hoër is by persone wat groentewinkels ondersteun.
- Die opleidingspeil van die hoof van die huishouding toon dieselfde tendens volgens aankoopplek as die inkomstepeil.
- Jonger mense ondersteun die informele sektor relatief meer, terwyl ouer mense meer by die hipermarkte en kettingwinkels koop.

4.20 KOOPGEWOONTES EN PROFIEL VAN SWARTES VOLGENS BELANGRIKSTE AANKOOPPLEK

Tabel 4.19 toon die koopgewoontes en profiel van swart aankopers van vars groente volgens aankoopplek. Die tabel toon 'n geweegde totaal van swart huisbewoners (,5003) en swart hostelbewoners (,4997).

- Swartes ondersteun veral die informele sektor en 48,3% van hulle het 50% of meer van hulle vars groente daar gekoop teen 'n gemiddelde bedrag van R28,75 per maand.
- Omdat hostelbewoners hoofsaaklik mans is, is manlike aankopers by swartes van groter belang as by die ander bevolkingsgroepe.

Ongeveer 63% van die swartes wat 50% of meer van hulle vars groente by die varsproduktemark aankoop, is mans.

TABEL 4.19

Kooppgewoontes en profiel van swart aankopers van vars groente volgens aankoopplek

Kooppgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	99,6	1,6	9,7	16,2	19,0
Gemiddelde maandelikse besteding	R	36,75	14,11	29,97	9,47	31,73
Aankoper						
Man	%	43,5	—	63,4	24,4	34,0
Vrou	%	34,4	81,0	26,9	46,2	45,8
Beide	%	6,6	19,0	6,7	12,0	9,5
Frekwensie van aankope						
Meer as een keer per week	%	19,9	22,7	25,5	29,3	22,0
Weekliks	%	41,3	68,2	50,9	40,4	68,2
Twee-weekliks	%	4,3	—	3,8	13,3	3,8
Maandeliks	%	5,7	—	15,1	9,3	3,0
Dag/dae van aankope						
Geen spesifieke dag	%	48,2	13,6	35,8	16,0	18,2
Maandag	%	15,3	18,1	9,7	17,6	5,4
Dinsdag	%	13,0	13,6	6,7	11,0	8,5
Woensdag	%	17,4	22,6	5,1	23,1	13,0
Donderdag	%	14,7	13,6	8,9	18,5	5,8
Vrydag	%	24,3	31,7	13,3	22,6	24,4
Saterdag	%	41,3	68,1	41,7	55,0	53,5
Sondag	%	14,1	18,1	4,4	12,4	8,1
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	84,1	70,0	91,5	80,0	69,3

TABEL 4.19 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van swart aankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap		Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
				Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	38,3	21,1	25,4	30,6	30,3	
Hipermarkte en kettingwinkels	%	51,9	65,0	35,5	44,0	70,5	
Informele sektor	%	36,3	16,7	40,5	43,8	35,5	
Gemiddelde huishoudings- grootte	(persone)	4,42	5,30	3,04	4,08	4,10	
Huistaal							
Nguni	%	51,9	33,4	55,3	64,3	44,4	
Sotho	%	38,6	66,6	32,6	34,4	54,4	
Ander	%	9,5	—	12,1	1,3	1,2	
Huishoudingsinkomste per maand							
R0 – R500	%	24,1	18,2	28,4	18,7	17,0	
R501 – R1 000	%	51,6	22,7	47,8	53,8	45,5	
R1 001+	%	21,7	49,9	20,9	24,0	34,1	
Opleidingspeil: Hoof van huishouding							
Tot st 5	%	41,9	14,3	16,4	30,2	32,2	
St 6 – st 8	%	34,6	38,1	59,7	40,0	35,2	
St 9 – st 10	%	18,8	19,0	17,9	21,3	21,1	
Diploma	%	3,4	19,1	3,7	6,2	6,5	
Graad	%	1,3	9,5	2,2	1,8	3,4	
Ouderdom van besluitnemer							
Jonger as 25 jaar	%	9,0	9,5	4,5	23,6	10,0	
25 – 34 jaar	%	35,9	28,6	58,2	26,7	29,7	
35 – 49 jaar	%	31,5	52,4	14,9	27,1	46,4	
50+ jaar	%	22,9	9,5	22,4	22,7	16,0	
n		1 388	22	135	225	264	

TABEL 4.19 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van swart aankopers van vars groente volgens aankooplek

Koopgewoonte/ eienskap		Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	9,6	17,4	22,8	48,3
Gemiddelde maandelikse besteding	R	6,91	32,97	8,79	28,75
Aankoper					
Man	%	12,8	22,8	42,5	51,2
Vrou	%	39,8	49,4	40,6	27,5
Beide	%	17,3	8,7	10,5	5,4
Frekwensie van aankope					
Meer as een keer per week	%	47,4	33,5	31,3	53,7
Weekliks	%	35,3	43,0	59,2	29,4
Twee-weekliks	%	2,3	2,5	3,5	5,8
Maandeliks	%	7,5	2,5	1,9	5,1
Dag/dae van aankope					
Geen spesifieke dag	%	25,6	28,1	27,2	40,3
Maandag	%	20,3	11,8	5,3	23,7
Dinsdag	%	14,4	14,3	8,1	16,7
Woensdag	%	25,6	17,2	10,1	23,3
Donderdag	%	18,8	13,1	11,8	19,0
Vrydag	%	19,7	25,4	24,7	23,6
Saterdag	%	44,5	44,0	44,8	37,2
Sondag	%	13,5	18,8	11,3	18,4
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	85,2	86,6	81,1	84,9

TABEL 4.19 (vervolg)
Koopgewoontes en profiel van swart aankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap		Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	30,5	60,6	32,0	36,9
Hipermarkte en kettingwinkels	%	63,0	59,9	51,5	45,7
Informele sektor	%	32,0	22,9	39,7	37,8
Gemiddelde huishoudings- grootte	(persone)	4,07	4,29	3,76	2,90
Huistaal					
Nguni	%	59,7	33,1	58,9	37,3
Sotho	%	38,0	55,5	37,2	46,6
Ander	%	2,3	11,4	3,9	14,3
Huishoudingsinkomste per maand					
R0 – R500	%	24,1	31,4	23,4	21,5
R501 – R1 000	%	43,6	35,1	53,5	60,6
R1 001+	%	31,6	29,3	19,3	15,8
Opleidingspeil: Hoof van huishouding					
Tot st 5	%	37,6	30,3	35,9	50,4
St 6 – st 8	%	36,8	39,4	41,0	29,0
St 9 – st 10	%	18,8	24,1	16,2	16,9
Diploma	%	4,5	2,9	4,1	2,7
Graad	%	0,8	0,8	1,3	0,4
Ouderdom van besluitnemer					
Jonger as 25 jaar	%	3,8	9,9	19,7	6,2
25 – 34 jaar	%	30,8	38,8	41,6	32,6
35 – 49 jaar	%	48,9	27,7	25,7	31,4
50+ jaar	%	15,8	21,9	12,1	29,4
n		133	242	316	670

* Persentasie van diegene wat wel 'n mening uitgespreek het.

- ❑ Swartes doen meer dikwels aankope en 53,7% van diegene wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, koop meer as een keer per week vars groente.
- ❑ Saterdag is die belangrikste aankoopdag, veral onder diegene wat vars groente hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels aankoop.
- ❑ Meer as 90% van diegene wat hoofsaaklik by die varsproduktemark koop, dink dat die pryse daar baie tot redelik laag is. Die meerderheid (70,5%) van diegene wat vars groente by die hipermarkte en kettingwinkels koop, sê hulle pryse is baie tot redelik laag en 60,6% van diegene wat by groentewinkels koop is, ten opsigte van groentewinkels se pryse, dieselfde mening toegedaan. Diegene wat die informele sektor ondersteun, waarvan die grootste persentasie hostelbewoners is, is van mening dat hulle pryse redelik tot baie hoog is (62,2%).
- ❑ Die gemiddelde grootte van die huishoudings wat hoofsaaklik by die groentewinkels koop, is 4,29 persone en van dié wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, 2,90 persone.
- ❑ 'n Verdeling volgens huistaal toon dat 'n relatief groot persentasie respondente wat hoofsaaklik by die varsproduktemark aankoop (55,3%), een van die Nguni tale praat terwyl groentewinkels (55,5%) en hipermarkte en kettingwinkels (54,4%) se swart klandisie meestal tuis een van die Sotho tale praat.
- ❑ Respondente met 'n laer inkomste koop relatief baie by die varsproduktemark, maar hipermarkte en kettingwinkels word deur die meer goeies verkies.
- ❑ Meer as die helfte (50,4%) van diegene wat hoofsaaklik by die informele sektor koop, het 'n laer kwalifikasie as standerd 6 terwyl 31% van diegene wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop 'n hoër kwalifikasie as standerd 8 het. 'n Groot persentasie van die ouer swartes koop by die informele sektor.

4.21 KOOPGEWOONTES EN PROFIEL VAN KLEURLINGE VOLGENS BELANGRIKSTE AANKOOPPLEK

Tabel 4.20 toon die koopgewoontes en profiel van kleurlingaankopers van vars groente volgens aankoopplek.

- ❑ Bykans die helfte (48,9%) van die kleurlinghuishoudings koop 50% of meer van hulle vars groente by hipermarkte en kettingwinkels. Kleurlinge wat hoofsaaklik by die varsproduktemark hulle vars groente aankoop, bestee gemiddeld R50,59 daaraan. Dit is ongeveer dieselfde as die gemiddelde per huishouding van alle respondente wat vars groente gekoop het (R50,68). Besteding per persoon is R8,94 vir diegene wat hoofsaaklik

TABEL 4.20
Koopgewoontes en profiel van kleurlingaankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	98,5	2,9	6,7	15,9	48,9
Gemiddelde maandelikse besteding	R	50,68	7,04	50,59	10,89	43,07
Aankoper						
Man	%	4,2	—	9,4	2,7	4,7
Vrou	%	79,2	92,9	78,1	80,0	81,1
Beide	%	10,3	—	9,4	13,3	9,4
Frekwensie van aankope						
Meer as een keer per week	%	26,6	35,7	18,8	34,7	26,5
Weekliks	%	61,5	42,9	78,1	58,7	59,8
Twee-weekliks	%	4,0	—	—	4,0	3,4
Maandeliks	%	2,7	7,1	—	—	4,3
Dag/dae van aankope						
Geen spesifieke dag	%	18,4	28,6	12,5	17,3	20,9
Maandag	%	9,0	14,2	15,6	11,9	8,4
Dinsdag	%	10,1	14,2	9,4	7,9	11,2
Woensdag	%	17,8	21,3	21,9	15,9	20,4
Donderdag	%	11,1	21,3	12,5	14,5	11,5
Vrydag	%	28,1	7,1	34,4	28,0	28,2
Saterdag	%	50,5	57,0	43,7	51,9	47,8
Sondag	%	7,1	7,1	12,5	7,9	6,8
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	71,9	76,9	75,0	79,6	71,1

TABEL 4.20 (vervolg)
Koopgewoontes en profiel van kleurlingaankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap		Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
				Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	42,0	46,2	22,6	47,7	31,1	
Hipermarkte en kettingwinkels	%	53,4	23,1	50,0	33,3	55,7	
Informele sektor	%	77,0	66,7	69,0	75,4	74,1	
Gemiddelde huishoudings- grootte	(persone)	4,90	5,07	5,66	5,12	4,70	
Huistaal							
Afrikaans	%	47,1	50,0	56,3	40,5	44,0	
Engels	%	27,4	42,9	21,9	28,4	34,2	
Beide	%	24,1	7,1	21,9	31,1	21,4	
Huishoudingsinkomste per maand							
R0 – R100	%	38,4	35,7	40,6	30,7	28,6	
R1 001 – R2 000	%	36,5	42,8	34,4	38,6	42,7	
R2 001+	%	22,0	21,4	25,0	26,6	26,1	
Opleidingspeil: Hoof van huishouding							
Tot st 5	%	16,6	—	25,1	8,2	12,9	
St 6 – st 8	%	50,0	64,3	62,5	54,8	48,9	
St 9 – st 10	%	19,3	21,4	3,1	24,7	22,3	
Diploma	%	10,5	14,2	6,3	10,9	12,4	
Graad	%	2,1	—	3,1	1,4	3,0	
Ouderdom van besluitnemer							
Jonger as 25 jaar	%	5,6	14,3	—	4,1	5,6	
25 – 34 jaar	%	26,3	35,7	34,4	25,7	26,9	
35 – 49 jaar	%	37,4	35,7	37,5	45,9	36,8	
50+ jaar	%	30,1	14,3	28,1	24,3	29,9	
n		482	14	32	77	236	

TABEL 4.20 (vervolg)

Koopgewoontes en profiel van kleurlingaankopers van vars groente volgens aankoopplek -

Koopgewoonte/ eienskap		Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	10,9	22,4	20,9	23,8
Gemiddelde maandelikse besteding	R	10,84	48,56	8,42	37,28
Aankoper					
Man	%	1,9	1,9	4,0	1,8
Vrou	%	75,0	74,5	83,0	82,3
Beide	%	11,5	12,3	9,0	9,7
Frekwensie van aankope					
Meer as een keer per week	%	26,4	21,7	32,0	31,0
Weekliks	%	64,2	68,9	51,0	55,8
Twee-weekliks	%	—	6,6	3,0	5,3
Maandeliks	%	5,7	1,9	5,0	0,9
Dag/dae van aankope					
Geen spesifieke dag	%	22,6	11,4	21,0	23,9
Maandag	%	5,7	4,9	12,0	8,9
Dinsdag	%	5,7	6,8	13,0	8,8
Woensdag	%	17,0	13,4	26,0	16,9
Donderdag	%	13,2	6,9	14,0	11,5
Vrydag	%	22,7	30,6	27,0	23,1
Saterdag	%	47,2	55,4	56,0	50,5
Sondag	%	3,8	4,9	12,0	7,1
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	70,0	75,0	79,7	64,5

TABEL 4.20 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van kleurlingaankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap		Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	49,1	67,0	33,0	41,7
Hipermarkte en kettingwinkels	%	54,9	36,8	51,1	53,8
Informele sektor	%	65,9	80,0	71,9	88,4
Gemiddelde huishoudings- grootte	(persone)	4,55	4,96	4,85	5,10
Huistaal					
Afrikaans	%	26,4	53,3	53,0	43,4
Engels	%	47,2	21,0	27,0	24,8
Beide	%	26,4	21,9	20,0	31,0
Huishoudingsinkomste per maand					
R0 – R1 000	%	17,0	49,9	33,0	29,2
R1 001 – R2 000	%	43,4	31,1	45,0	37,2
R5 001+	%	37,7	16,0	22,0	19,4
Opleidingspeil: Hoof van huishouding					
Tot st 5	%	5,7	20,2	16,0	23,4
St 6 – st 8	%	47,2	47,1	52,0	53,2
St 9 – st 10	%	30,2	20,2	18,0	15,3
Diploma	%	11,3	12,5	11,0	6,3
Graad	%	5,7	—	3,0	1,8
Ouderdom van besluitnemer					
Jonger as 25 jaar	%	9,4	9,5	8,0	4,4
25 – 34 jaar	%	39,6	21,0	31,0	24,8
35 – 49 jaar	%	34,0	37,1	36,0	38,1
50+ jaar	%	17,0	32,4	25,0	32,7
n		53	108	101	115

* Persentasie van diegene wat wel 'n mening uitgespreek het.

by die varsproduktemark koop, teenoor 'n gemiddeld van R10,34 per persoon vir alle huishoudings.

- Kleurlingmans speel 'n relatief belangrike rol as aankopers by die varsproduktemark.
- Die frekwensie van aankope van diegene wat meer as 50% van hulle vars groente by 'n bepaalde aankoopplek koop, is die hoogste by die informele sektor.
- Saterdag is 'n belangrike aankoopdag by kleurlinge, en 55,4% van diegene wat hoofsaaklik by groentewinkels koop, koop op Saterdag.
- Die tendens wat by blankes voorkom, naamlik dat hul meestal koop waar hulle dink die pryse van vars groente redelik tot baie laag is, is by kleurlinge selfs sterker.
- Relatief meer Afrikaanssprekende kleurlinge koop by die varsproduktemark terwyl Engelssprekendes belangriker is by hipermarkte en kettingwinkels.
- Kleurlinge met 'n laer inkomste verkies groentewinkels en diegene met 'n hoër inkomste verkies hipermarkte en kettingwinkels.
- Die opleidingspeil van diegene wat hoofsaaklik by die varsproduktemark koop, is die laagste terwyl dit die hoogste is by diegene wat by hipermarkte en kettingwinkels koop.
- Jonger kleurlinge verkies om by groentewinkels te koop, maar die grootste persentasie ouer kleurlinge ondersteun ook graag groentewinkels en die informele sektor.

4.22 KOOPGEWOONTES EN PROFIEL VAN ASIËRS VOLGENS BELANGRIKSTE AANKOOPPLEK

- Net meer as een derde (33,6%) van die Asiërs wat 50% of meer van hulle vars groente by dieselfde plek aankoop, ondersteun groentewinkels (tabel 4.21) waar hul gemiddeld R78,50 per maand bestee.
- Mans speel oor die algemeen 'n belangriker rol as aankoper by Asiërs as by blankes en kleurlinge.
- Die frekwensie van aankope is die hoogste by diegene wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop.
- Net soos by kleurlinge is Saterdag 'n belangrike dag vir die koop van vars groente, veral vir diegene wat die varsproduktemark besoek.
- Meer as die helfte van die Asiërs wat hoofsaaklik by die varsproduktemark en hipermarkte en kettingwinkels koop, is van mening dat pryse van vars groente daar baie tot redelik laag is, maar in die geval van groentewinkels en die informele sektor geld die siening nie.

TABEL 4.21

Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	99,8	1,8	16,2	13,2	27,4
Gemiddelde maandelikse besteding	R	79,15	17,13	69,53	20,21	63,27
Aankoper						
Man	%	10,5	—	9,5	11,7	7,3
Vrou	%	62,3	62,5	63,5	51,7	61,3
Beide	%	20,4	37,5	17,6	31,7	25,8
Frekwensie van aankope						
Meer as een keer per week	%	25,2	12,5	27,1	26,7	28,8
Weekliks	%	63,3	37,5	66,2	60,0	57,6
Twee-weekliks	%	7,5	25,0	5,4	10,0	8,0
Maandeliks	%	2,2	—	1,4	1,7	3,2
Dag/dae van aankope						
Geen spesifieke dag	%	11,0	37,5	9,5	16,7	12,8
Maandag	%	3,9	—	4,1	3,4	6,4
Dinsdag	%	18,0	—	20,3	21,8	15,2
Woensdag	%	12,1	12,5	8,2	10,0	20,8
Donderdag	%	12,9	—	8,2	15,0	16,8
Vrydag	%	30,5	—	39,2	29,7	27,2
Saterdag	%	45,8	50,0	54,1	40,0	43,2
Sondag	%	2,0	—	4,1	—	2,4
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	58,9	75,0	60,3	54,4	54,3

TABEL 4.21 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap	Alle respondente		Varsproduktemark		Hipermarkte en kettingwinkels	
			Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	37,2	37,5	17,1	29,3	36,8
Hipermarkte en kettingwinkels	%	42,4	42,9	17,4	39,0	53,8
Informele sektor	%	39,1	33,3	29,2	35,7	46,7
Gemiddelde huishoudings- grootte (persone)		4,84	3,38	5,05	5,08	4,67
Huistaal						
Engels	%	70,9	87,5	65,8	80,0	72,0
Landstaal en eie taal	%	12,5	—	28,8	5,0	8,8
Indiese taal	%	14,9	12,5	4,1	13,3	17,6
Huishoudingsinkomste per maand						
R0 – R100	%	31,1	—	53,5	23,3	24,8
R1 001 – R2 000	%	38,6	62,5	24,6	48,4	45,6
R2 001+	%	26,8	37,5	20,5	26,6	32,2
Opleidingspeil: Hoof van huishouding						
Tot st 5	%	9,6	—	10,9	5,0	8,8
St 6 – st 8	%	40,3	25,0	52,1	50,0	36,8
St 9 – st 10	%	31,4	62,5	24,7	25,0	34,4
Diploma	%	9,9	12,5	9,5	10,0	12,0
Graad	%	7,7	—	2,7	10,0	7,2
Ouderdom van besluitnemer						
Jonger as 25 jaar	%	7,5	—	11,0	8,3	4,8
25 – 34 jaar	%	33,3	62,5	27,4	28,3	32,8
35 – 49 jaar	%	38,2	12,5	38,4	43,3	36,0
50+ jaar	%	20,8	25,0	23,3	20,0	26,4
n		456	8	74	60	125

TABEL 4.21 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap		Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Persentasie wat aankoop	%	7,2	33,6	7,0	26,8
Gemiddelde maandelikse besteding	R	17,28	78,50	17,09	65,07
Aankoper					
Man	%	12,1	11,8	6,3	10,7
Vrou	%	54,5	63,4	62,5	61,5
Beide	%	30,3	17,6	21,9	22,1
Frekwensie van aankope					
Meer as een keer per week	%	21,2	24,8	25,0	18,9
Weekliks	%	60,6	61,4	65,6	69,7
Twee-weekliks	%	15,2	9,2	6,3	9,0
Maandeliks	%	—	2,6	—	0,8
Dag/dae van aankope					
Geen spesifieke dag	%	21,2	13,1	—	10,7
Maandag	%	6,0	2,8	3,1	2,4
Dinsdag	%	12,0	21,7	21,9	16,4
Woensdag	%	24,2	7,9	15,7	8,2
Donderdag	%	6,0	11,3	15,6	13,8
Vrydag	%	30,3	30,3	28,1	27,0
Saterdag	%	36,2	43,4	56,2	45,1
Sondag	%	3,0	2,0	3,1	—
Respondente* wat dink pryse is baie tot redelik laag by Varsproduktemark	%	67,9	50,0	57,1	70,1

TABEL 4.21 (vervolg)
 Koopgewoontes en profiel van Asiëraankopers van vars groente volgens aankoopplek

Koopgewoonte/ eienskap		Groentewinkels		Informele sektor	
		Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope	Minder as 50% van aankope	50% en meer van aankope
Groentewinkels	%	34,4	48,0	26,7	29,1
Hipermarkte en kettingwinkels	%	54,8	45,5	48,3	35,2
Informele sektor	%	58,3	38,6	44,4	40,4
Gemiddelde huishoudings- grootte	(persone)	3,91	4,75	4,91	5,02
Huistaal					
Engels	%	72,7	71,2	81,3	70,5
Landstaal en eie taal	%	9,1	11,1	12,5	8,2
Indiese taal	%	9,1	15,0	6,3	19,7
Huishoudingsinkomste per maand					
R0 – R1 000	%	21,2	21,6	37,5	37,7
R1 001 – R2 000	%	42,5	35,3	46,9	41,9
R5 001+	%	33,3	39,3	9,4	18,1
Opleidingspeil: Hoof van huishouding					
Tot st 5	%	6,0	5,9	18,8	14,7
St 6 – st 8	%	30,3	34,9	31,3	43,4
St 9 – st 10	%	42,4	32,9	31,3	30,3
Diploma	%	12,1	9,8	15,6	6,5
Graad	%	9,1	14,5	3,1	4,9
Ouderdom van besluitnemer					
Jonger as 25 jaar	%	6,1	7,2	18,8	6,6
25 – 34 jaar	%	39,4	33,3	31,3	35,2
35 – 49 jaar	%	42,4	43,8	31,3	36,9
50+ jaar	%	12,1	15,7	18,8	21,3
n		33	153	32	122

* Persentasie van diegene wat wel 'n mening uitgespreek het.

Resultate van die ondersoek

- Die gemiddelde Asiërhuishouding wat by die varsproduktemark koop, bestaan uit 5,05 persone en dié wat hoofsaaklik by hipermarkte en kettingwinkels koop, uit 4,67 persone.
- Asiërs wat 'n Indiese taal tuis praat, verkies die informele sektor as aankoopplek.
- Asiërs met 'n relatief lae inkomste verkies om by die varsproduktemark te koop en diegene met 'n hoër inkomste ondersteun graag groentewinkels.
- Diegene wat by groentewinkels koop het die hoogste opleidingspeil, terwyl die opleidingspeil die laagste is by diegene wat by die informele sektor aankoop.
- Jong Asiërs koop graag by die varsproduktemark, maar ouer Asiërs verkies om by hipermarkte en kettingwinkels hul aankope te doen.

BRONNE

Sentrale Statistiekdiens. *Bevolkingsensus 1980. Huistaal volgens statistiese streek en distrik*. Verslag nr. 02-80-10.

J H MARTINS. 1989. *Die voedselverbruikspatrone van private huishoudings in die Nasionale State, TBVC-lande en metropolitaanse gebiede in die RSA, 1985*. Navorsingsverslag nr. 162. Pretoria: Buro vir Marknavorsing, Universiteit van Suid-Afrika.

Redes vir die aankope
van die verskillende
soorte groente en vrugte
(Tabel A1 – A7)

Redes vir die aankope van
varsprodukte by die ver-
skillende aankoopplekke
(Tabel A8 – A13)

TABEL A1
Redes vir aankope van vars groente volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings				
	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
		Huis- bewoners	Hostel- bewoners		
	%	%	%	%	%
Huishoudings wat vars groente aankoop	98,7	99,3	100,0	98,5	99,8
Voedingswaarde	72,7	58,4	48,5	80,0	52,8
Hou daarvan	28,3	6,5	13,1	23,0	28,4
Smaak lekker	26,7	7,4	14,1	17,5	9,7
Prys	13,4	4,1	2,0	10,7	5,3
Vitamine	7,6	23,9	17,2	8,2	7,0
Slaai	4,9	1,7	—	1,3	0,2
Gewoonte	4,4	3,2	5,1	6,7	6,2
Kwaliteit	2,5	0,3	7,1	1,3	5,1
Verkies om self te bewerk	1,7	—	—	1,0	0,7
Beste	1,5	—	—	1,3	1,0
Vegetariër	1,3	0,4	—	—	6,0
Geen preserveermiddels	1,3	0,3	—	0,4	0,4
Maaltyd	1,2	17,4	14,1	8,2	5,1
Mediese redes	1,2	0,7	—	1,1	0,7
Plaasvervanger	1,0	0,3	1,0	0,2	0,4
Gebruik in geregte en gebak	1,0	2,5	8,1	1,7	10,1
Nie alles beskikbaar in ingemaakte of bevrore produkte	1,0	—	—	—	0,2
Verskeidenheid	1,0	—	—	—	1,0
Tydbesparend	1,0	2,3	1,0	1,0	1,1
Vesel in dieet	1,0	0,6	—	0,2	—
Veelsydigheid	1,0	2,0	4,0	2,0	0,2
Noodgeval	0,3	—	—	0,4	—
Seisoen	0,3	—	—	—	—
Spesiale geleentheid	—	1,0	—	—	—
Gesin se behoeftes	—	0,3	—	0,2	—
Peuselhappies	—	—	—	0,2	—
Godsdienstige redes	—	—	—	0,2	5,7
Niksseggend	1,3	4,1	1,0	2,7	2,2
Geen rede	1,1	0,1	—	—	1,0

TABEL A2					
Redes vir aankope van ingemaakte groente volgens bevolkingsgroep					
Persentasie huishoudings					
Redes	Blankes	Swartes	Kleurlinge	Asiërs	
	%	%	%	%	%
Huishoudings wat ingemaakte groente aankoop	34,6	51,4	20,2	52,1	25,2
Tydbesparend	47,4	41,2	45,0	55,4	51,3
Noodgeval	19,3	1,1	—	7,2	7,8
Gebruik in geregte en gebak	10,6	7,3	—	6,8	7,0
Nie alles beskikbaar in varsprodukte	9,1	—	—	3,2	6,1
Plaasvervanger	8,0	8,7	—	9,2	5,2
Spesiale geleentheid	3,0	1,7	—	2,8	0,9
Slaai	2,7	26,6	5,0	6,4	3,5
Langer raklewe	2,7	13,2	50,0	7,6	7,0
Smaak lekker	2,3	8,1	40,0	4,0	0,9
Hou daarvan	2,3	0,6	20,0	4,4	4,4
Prys	2,3	2,5	—	9,6	4,4
Beskikbaarheid	1,5	—	—	1,6	0,9
Maaltyd	1,1	4,2	20,0	3,2	1,7
Vakansie	1,1	—	—	0,4	—
Voedingswaarde	0,8	7,6	35,0	2,4	—
Klaar gemeng	0,8	—	—	0,4	—
Verskeidenheid	0,4	0,3	—	—	0,9
Kwaliteit	0,4	—	—	—	—
Vitamine	—	4,5	—	—	—
Veelsydigheid	—	1,1	5,0	1,6	—
Gewoonte	—	0,3	—	—	—
Bewaar sonder yskas	—	0,3	—	—	—
Vegetariër	—	—	—	—	1,7
Maaltyd	—	—	—	—	0,9
Niksseggend	1,1	0,6	5,0	1,6	2,6
Geen rede	2,3	—	—	—	—

TABEL A3
Redes vir aankope van bevrore groente volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings				
	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
	%	Huis- bewoners %	Hostel- bewoners %	%	%
Huishoudings wat bevrore					
groente aankoop	73,0	16,0	2,0	52,9	63,4
Tydbesparend	67,4	46,9	—	55,7	50,9
Plaasvervanger	10,4	8,1	—	11,8	11,1
Beskikbaarheid	9,1	—	—	3,9	5,2
Nie alles beskikbaar in					
varsprodukte	8,8	—	—	2,4	4,2
Langer raklewe	8,4	17,1	—	7,5	12,8
Noodgeval	6,1	1,8	—	6,7	5,2
Prys	4,0	5,4	—	7,1	2,8
Klaar gemeng	3,8	—	—	4,3	3,1
Kwaliteit	3,2	—	—	1,2	—
Voedingswaarde	2,7	6,3	50,0	5,9	1,4
Gebruik in geregte en					
gebak	2,3	9,0	—	8,6	11,8
Hou daarvan	2,2	1,8	—	3,9	1,4
Smaak lekker	1,3	9,9	50,0	5,9	0,4
Verskeidenheid	0,9	0,9	—	0,4	1,7
Spesiale geleentheid	0,5	—	—	2,4	1,0
Maaltyd	0,5	6,3	50,0	0,8	1,4
Veelsydigheid	0,2	0,9	—	2,4	1,0
Geen preserveermiddels	0,2	—	—	—	1,7
Slaai	—	6,3	—	2,0	—
Vitamine	—	4,5	—	0,4	—
Gewoonte	—	0,9	—	—	—
Mediese redes	—	0,9	—	—	—
Gesin se behoeftes	—	—	—	0,8	—
Beste	—	—	—	0,4	0,4
Vegetariër	—	—	—	—	1,0
Godsdienstige redes	—	—	—	—	0,4
Niksseggend	1,1	1,8	50,0	1,6	3,8
Geen rede	0,5	—	—	—	0,4

TABEL A4					
Redes vir aankope van ontwaterde groente volgens bevolkingsgroep					
Persentasie huishoudings					
	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
Redes		Huis- bewoners	Hostel- bewoners		
	%	%	%	%	%
Huishoudings wat ontwaterde groente aankoop	3,1	2,9	12,1	8,1	9,4
Gebruik in geregte en gebak	33,3	30,0	58,3	74,4	30,2
Vakansie	29,2	—	—	7,7	—
Tydbesparend	25,0	10,0	—	2,6	7,0
Noodgeval	8,3	—	—	—	—
Prys	8,3	5,0	—	2,6	2,3
Voedingswaarde	4,2	15,0	66,7	2,6	25,6
Hou daarvan	4,2	5,0	25,0	—	21,0
Veelsydigheid	4,2	10,0	83,3	2,6	—
Langer raklewe	—	20,0	—	5,1	4,7
Maaltyd	—	10,0	—	2,6	—
Smaak lekker	—	5,0	33,3	—	2,3
Spesiale geleentheid	—	5,0	—	2,6	—
Plaasvervanger	—	5,0	—	—	7,0
Klaar gemeng	—	—	—	2,6	—
Gewoonte	—	—	—	—	4,7
Gesin se behoeftes	—	—	—	—	2,3

TABEL A5
Redes vir aankope van vars vrugte volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings				
	Blankes	Swartes	Kleurlinge	Asiërs	
	%	Huis- bewoners %	Hostel- bewoners %	%	%
Huishoudings wat vars					
vrugte aankoop	94,1	91,1	98,0	98,1	98,2
Voedingswaarde	75,3	55,0	54,6	76,5	59,2
Hou daarvan	31,0	10,6	21,7	29,2	33,7
Smaak lekker	24,5	9,3	22,7	18,4	11,2
Peuselhappie	4,9	10,3	5,2	7,4	5,6
Vitamine	4,5	25,9	23,7	6,8	10,1
Prys	2,9	1,6	—	3,0	1,3
Maaltyd	2,7	1,6	—	3,0	1,1
Vesel in dieet	2,0	2,5	—	2,3	0,9
Mediese redes	1,5	0,3	—	0,2	—
Onversoet	1,4	—	—	—	—
Nagereg	1,3	3,3	—	0,4	8,9
Kwaliteit	1,3	—	2,1	—	1,3
Kospakkie	1,1	2,2	—	3,0	1,8
Gewoonte	1,0	2,4	2,1	0,4	4,3
Verskeidenheid	0,8	0,2	—	—	—
Tydbesparend	0,7	2,5	—	1,1	0,5
Geen preserveermiddels	0,6	0,2	—	0,2	—
Gesin se behoeftes	0,6	—	—	0,9	0,2
Slaai	0,4	1,0	—	0,2	1,6
Plaasvervanger	0,4	0,2	—	—	—
Verkies om self te bewerk	0,4	—	—	0,2	—
Beskikbaarheid	0,3	0,2	—	—	—
Vegetariër	0,3	—	—	—	0,5
Veelsydigheid	0,3	0,3	—	0,9	0,5
Beste	0,3	—	—	0,2	0,5
Spesiale geleentheid	0,1	1,1	1,0	0,2	0,2
Gebruik in geregte en gebak	0,1	—	—	0,4	0,5
Vrugte in seisoen	0,1	—	—	—	—
Noodgeval	—	—	—	0,4	—
Godsdienstige redes	—	—	—	—	3,4
Niksseggend	1,1	1,6	—	0,6	0,9
Geen rede	2,0	0,2	—	—	0,5

TABEL A6
Redes vir aankope van ingemaakte vrugte volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings				
	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
	%	Huis- bewoners %	Hostel- bewoners %	%	%
Huishoudings wat ingemaakte vrugte aankoop	53,1	47,5	7,1	61,6	41,2
Nagereg	61,3	41,5	28,6	73,7	61,7
Tydbesparend	22,2	17,9	42,9	13,1	6,9
Gebruik in geregte en gebak	12,8	0,3	—	7,8	6,4
Noodgeval	8,1	0,6	—	2,0	1,1
Spesiale geleentheid	4,4	7,6	—	4,4	8,0
Hou daarvan	3,7	3,0	14,3	3,4	13,8
Smaak lekker	3,0	9,4	28,6	4,7	2,1
Peuselhappie	2,5	4,3	28,6	6,1	3,7
Langer raklewe	2,5	10,6	28,6	—	1,6
Slaai	1,7	4,3	—	2,7	0,5
Voedingswaarde	1,5	7,3	—	2,4	1,6
Plaasvervanger	1,5	4,6	—	0,7	1,1
Beskikbaarheid	0,7	—	—	1,0	1,6
Vakansie	0,7	0,3	—	—	—
Vesel in dieet	0,3	0,9	—	—	0,5
Klaar gemeng	0,3	—	—	—	—
Prys	0,3	0,6	14,3	1,0	0,5
Geen preserveermiddels	0,3	—	—	—	—
Verskeidenheid	0,3	0,9	—	—	—
Kwaliteit	0,3	—	—	—	—
Maaltyd	0,3	1,5	—	—	—
Beste	0,3	—	—	—	—
Gesin se behoefte	0,3	—	—	0,3	0,5
Nie alles beskikbaar in vars produkte	0,3	—	—	—	0,5
Vitamine	—	3,0	—	0,3	0,5
Veelsydigheid	—	0,9	—	0,3	—
Gewoonte	—	0,3	—	—	—
Hou sonder yskas	—	0,3	—	—	—
Niksseggend	1,7	1,2	—	1,4	0,5
Geen rede	1,0	—	—	—	—

TABEL A7
Redes vir aankope van droë-/versuikerde vrugte volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings				
	Blankes	Swartes		Kleurlinge	Asiërs
		Huis- bewoners	Hostel- bewoners		
	%	%	%	%	%
Huishoudings wat droë-/versuikerde vrugte aankoop	46,5	16,4	1,0	24,1	26,3
Peuselhappie	35,2	31,6	—	41,4	21,7
Gebruik in geregte en gebak	20,9	14,9	—	10,4	19,2
Voedingswaarde	18,6	8,8	100,0	10,4	9,2
Hou daarvan	10,4	4,4	—	11,2	30,0
Nagereg	7,3	11,4	—	12,9	3,3
Smaak lekker	7,3	8,8	100,0	4,3	6,7
Vesel in dieet	7,3	7,9	—	12,9	10,8
Kospakkie	6,2	0,9	—	—	—
Maaltyd	6,2	0,9	—	0,9	0,8
Veelsydigheid	1,7	—	—	0,9	—
Tydbesparend	0,9	0,9	—	—	0,8
Slaai	0,9	0,9	—	—	—
Spesiale geleentheid	0,9	8,8	—	11,2	2,5
Verskeidenheid	0,9	—	—	0,9	—
Plaasvanger	0,6	3,5	—	0,9	—
Prys	0,6	—	—	—	—
Mediese redes	0,6	—	—	—	—
Vitamine	0,3	0,9	—	—	0,8
Noodgeval	0,3	—	—	—	—
Beskikbaarheid	0,3	0,9	—	—	0,8
Langer raklewe	0,3	7,9	—	—	1,7
Onversoet	0,3	—	—	—	—
Nie alles beskikbaar in vars produkte	0,3	—	—	—	0,8
Gewoonte	—	1,8	—	—	1,7
Vegetariër	—	—	—	—	0,8
Niksseggend	0,9	2,6	—	—	0,8
Geen rede	0,9	—	—	—	—

TABEL A8

Redes vir aankope van varsprodukte by die varsproduktemark volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Redes	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
			Groente	Vrugte	Groente	Vrugte				
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Huishoudings wat varsprodukte by die varsproduktemark aankoop	9,3	8,6	11,4	10,2	11,1	10,1	9,5	8,1	18,0	16,9
Prys	66,2	63,6	58,2	59,2	54,6	70,0	71,7	61,5	48,8	48,1
Varsheid	53,5	56,1	43,0	42,2	—	20,0	60,9	48,7	46,3	38,9
Grootmaat aankoop	23,9	22,7	15,2	19,7	—	—	8,7	2,6	—	—
Verskeidenheid	23,9	21,2	10,1	9,9	27,3	30,0	10,9	10,3	35,4	37,7
Kwaliteit	18,3	15,2	7,6	11,3	18,2	10,0	13,0	15,4	28,1	28,6
Maklik bereikbaar	7,0	7,6	7,6	8,4	18,2	—	10,9	12,8	3,7	3,9
Gerieflik	5,6	4,6	2,5	2,8	—	20,0	17,4	17,9	47,6	45,4
Toevalilig in die omgewing is	1,4	1,5	—	—	—	—	4,4	7,7	—	—
Voorkoms van lokaal	1,4	1,5	3,8	1,4	18,2	—	—	—	2,4	1,3
Onverpakte produkte	1,4	1,5	1,3	—	—	—	—	—	4,9	3,9
Beskikbaarheid	—	—	2,5	2,8	—	—	—	—	—	—
Ken agent	—	—	1,3	—	—	—	2,2	2,5	2,4	2,6
Goeie diens	—	—	—	—	—	—	—	—	1,2	1,3
Niksseggend	1,4	3,0	1,3	—	—	—	—	2,6	1,2	2,6
Geen rede	1,4	1,5	8,9	7,0	—	—	—	2,6	—	5,2

Redes vir die aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke

TABEL A9

Redes vir aankope van varsprodukte by boere of produsente volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Redes	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
			Groente	Vrugte	Groente	Vrugte				
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Huishoudings wat varsprodukte by boere of produsente aankoop	7,1	6,7	3,0	2,9	—	—	4,1	4,8	1,8	1,3
Varsheid	68,5	56,9	57,2	55,0	—	—	65,0	82,6	50,0	16,7
Prys	38,9	35,3	52,4	45,0	—	—	25,0	17,4	25,0	33,3
Kwaliteit	18,5	17,7	9,5	5,0	—	—	25,0	17,4	25,0	16,7
Verskeidenheid	16,7	15,7	—	—	—	—	—	—	—	—
Gerieflik nader aan huis	13,0	9,8	14,3	15,0	—	—	15,0	17,4	—	—
Toevallig in die omgewing	9,3	9,8	—	—	—	—	—	—	12,5	16,7
Grootmaat aankoop	5,6	9,8	—	5,0	—	—	—	—	—	—
Ken boer of produsent	3,7	2,0	9,5	10,0	—	—	—	—	12,5	16,7
Aflewering	3,7	2,0	—	—	—	—	10,0	8,7	—	—
Makliker bereikbaar	3,7	5,9	4,8	—	—	—	5,0	4,4	—	16,7
Kleiner hoeveelheid	1,9	2,0	—	—	—	—	5,0	4,4	—	—
Onverpakte produkte	1,9	3,9	—	—	—	—	—	8,7	—	—
Omruil	1,9	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Niksseggend	1,9	5,9	4,8	5,0	—	—	10,0	—	—	—
Geen rede	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

TABEL A10

Redes vir aankope van varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Redes	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
			Groente	Vrugte	Groente	Vrugte				
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Huishoudings wat varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels aankoop	71,9	70,8	47,2	47,5	25,3	19,2	64,1	61,4	40,6	39,5
Aankope saam met kruideniersware	53,9	50,8	17,1	16,4	48,0	26,3	40,8	38,5	29,7	26,1
Prys	26,1	27,7	52,4	52,1	44,0	47,4	36,9	38,5	29,7	31,1
Varsheid	20,8	19,4	43,3	46,7	16,0	21,1	33,0	33,1	24,3	25,6
Gerieflik nader aan huis	19,8	19,2	4,6	2,7	12,0	10,5	16,5	16,6	27,0	22,2
Kwaliteit	14,0	13,9	8,5	10,9	12,0	10,5	15,9	13,8	14,6	18,9
Voorkoms van winkel	5,7	5,6	12,2	11,5	8,0	10,5	2,3	2,0	3,8	1,7
Verskeidenheid	5,5	6,5	6,7	5,8	4,0	10,5	6,2	7,8	8,7	9,4
Maklik bereikbaar	3,5	3,7	8,8	8,8	—	—	6,8	5,7	4,3	3,9
Verpakking	2,9	2,6	1,8	2,7	—	—	—	0,3	4,9	3,9
Toevallig in die omgewing	2,7	3,0	2,1	0,9	8,0	21,1	1,3	1,4	1,6	1,1
Elektroniese bankdienste	1,6	1,3	0,3	0,3	8,0	—	2,3	1,7	0,5	—
Noodgeval	1,6	1,9	0,6	0,3	—	—	1,3	1,0	1,6	1,7

Redes vir die aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke

TABEL A10 (vervolg)

Redes vir aankope van varsprodukte by hipermarkte en kettingwinkels volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings									
	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Grootmaat aankoop	1,3	1,5	3,7	2,7	—	—	0,3	0,3	0,5	0,6
Goeie diens	1,3	1,1	1,5	0,9	4,0	—	0,3	0,7	1,6	0,6
Ken winkel	1,3	1,3	0,6	0,6	—	—	2,6	2,7	1,1	—
Onverpakte produkte	1,3	0,7	—	—	—	—	1,9	2,0	1,1	0,6
Beskikbaarheid	0,6	0,7	0,9	0,9	—	—	0,3	0,3	—	—
Korting	0,6	0,6	—	—	—	—	1,0	0,7	—	—
Gerieflike ure	0,4	0,4	—	—	—	—	0,3	0,3	0,5	0,6
Kleiner hoeveelheid	0,4	0,7	0,3	0,6	—	—	0,6	0,7	3,2	4,4
Selfdiens	—	—	0,3	0,3	—	—	1,9	1,7	—	—
Niksseggend	2,0	1,5	1,5	1,2	—	10,5	1,6	1,7	0,5	1,1
Geen rede	0,7	2,0	4,6	4,9	—	—	1,0	1,4	2,7	3,9

TABEL A11

Redes vir aankope van varsprodukte by groentewinkels volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Redes	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huishewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
			Groente	Vrugte	Groente	Vrugte				
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Huishoudings wat varsprodukte by groentewinkels aankoop	58,4	56,5	38,8	31,7	18,2	19,2	33,0	32,4	40,8	39,5
Varsheid	42,6	42,8	38,5	38,6	22,2	15,8	45,9	48,1	27,4	21,7
Prys	35,7	36,4	38,9	27,7	11,1	10,5	45,9	45,5	27,4	26,7
Kwaliteit	25,6	27,3	5,6	7,3	27,8	15,8	13,2	13,5	16,1	18,9
Gerieflik nader aan huis	24,2	20,8	44,1	42,3	22,2	5,3	46,5	43,6	47,9	45,0
Verskeidenheid	16,2	14,8	2,6	2,7	5,6	5,3	15,1	12,2	7,5	7,2
Goeie diens	10,1	10,2	1,9	1,4	—	—	3,8	3,9	3,2	2,2
Noodgeval	6,7	5,6	2,2	1,8	5,6	5,3	7,6	7,7	5,9	3,9
Ken groente-handelaar	5,6	5,3	1,1	0,9	—	—	5,7	5,8	9,1	10,0
Toevallig in die omgewing	3,4	2,3	2,6	3,2	—	—	5,7	6,4	0,5	0,6
Onverpakte produkte	3,4	3,2	—	—	—	—	—	1,3	1,1	1,1
Voorkoms van winkel	2,9	2,8	7,8	7,7	—	21,1	1,9	2,6	0,5	1,1
Kleiner hoeveelheid	2,0	2,6	—	0,5	—	—	0,6	—	—	—

Redes vir die aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke

TABEL A11 (vervolg)
Redes vir aankope van varsprodukte by groentewinkels volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings									
	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
			Huisbewoners		Hostelbewoners					
	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Verpakking	1,6	1,9	—	—	5,6	—	0,6	0,7	1,1	0,6
Maklik bereikbaar	1,6	1,9	5,2	5,5	5,6	21,1	2,5	2,6	3,8	3,9
Grootmaat aankoop	1,4	1,2	0,4	—	—	—	0,6	0,7	—	—
Aflewering	0,7	0,7	—	—	—	—	—	—	—	0,6
Beskikbaarheid	0,5	0,5	0,4	0,9	—	—	0,6	0,7	1,1	0,6
Krediet	0,2	0,2	—	—	—	—	—	—	0,5	0,6
Omruil	0,2	0,2	—	—	—	—	—	—	—	—
Selfdiens	—	—	—	—	—	—	1,3	—	—	—
Indiese produkte	—	0,2	—	—	—	—	—	—	4,3	1,1
Gerieflike ure	—	—	—	—	—	—	—	—	1,1	0,6
Niksseggend	1,8	1,2	3,7	3,2	—	—	1,3	1,3	1,1	—
Geen rede	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

TABEL A12

Redes vir aankope van varsprodukte by die informele sektor volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Redes	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
			Groente	Vrugte	Groente	Vrugte				
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Huishoudings wat varsprodukte by die informele sektor aankoop	12,3	13,0	65,3	62,3	83,8	82,8	44,2	43,8	33,8	34,0
Prys	56,4	55,6	39,4	38,1	8,4	12,2	50,7	51,7	34,4	36,1
Toevallig in die omgewing	27,7	20,2	1,1	3,0	2,4	4,9	8,9	5,2	2,0	1,9
Varsheid	26,6	26,3	21,2	22,4	7,2	7,3	24,0	23,7	29,2	34,2
Kwaliteit	20,2	22,2	2,0	3,2	1,2	—	8,9	13,8	7,2	5,2
Gerieflik nader aan huis	13,8	9,1	49,8	43,7	78,3	73,2	36,2	29,9	36,4	32,3
Verskeidenheid	7,5	8,1	4,0	4,9	2,4	—	2,8	3,8	9,1	11,0
Ken handelaar	6,4	7,1	3,8	3,0	2,4	6,1	1,9	2,4	2,6	2,6
Makliker bereikbaar	5,3	6,1	6,0	8,3	9,6	14,6	4,2	5,7	7,2	8,4
Onverpak	4,3	3,0	0,9	1,2	—	1,2	5,2	7,1	—	—
Kleiner hoeveelheid	3,2	8,1	1,3	1,9	—	2,4	0,5	1,4	1,3	1,9
Aflewering	3,2	3,0	2,9	2,3	—	—	7,5	8,1	10,4	7,8
Ordelike uitstalling	—	2,0	1,6	1,4	2,4	2,4	—	0,5	—	—
Goeie diens	1,1	2,0	0,9	0,9	—	2,4	2,8	1,9	1,3	1,9

Redes vir die aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke

TABEL A12 (vervolg)
Redes vir aankope van varsprodukte by die informele sektor volgens bevolkingsgroep

Redes	Persentasie huishoudings									
	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
			Huisbewoners		Hostelbewoners					
	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Verpakking	1,1	—	—	0,7	—	—	0,5	0,5	0,7	0,7
Noodgeval	1,1	2,0	9,0	4,2	10,9	2,4	16,0	11,9	1,3	1,3
Krediet	—	—	2,9	2,8	—	—	2,4	2,9	1,3	1,3
Gerieflike ure	—	—	2,2	1,4	—	—	—	—	—	—
Beskikbaarheid	—	—	2,2	3,2	—	—	—	—	3,9	1,3
Korting	—	—	—	—	—	—	0,5	0,5	—	1,3
Indiese produkte	—	—	—	—	—	—	—	—	0,7	—
Niksseggend	3,2	3,0	2,2	3,0	1,2	3,7	2,8	2,9	2,0	1,3
Geen rede	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Ander	—	—	—	—	2,4	3,7	—	—	—	—

TABEL A13
Redes vir aankope van varsprodukte by ander plekke volgens bevolkingsgroep

Persentasie huishoudings

Redes	Blankes		Swartes				Kleurlinge		Asiërs	
	Groente	Vrugte	Huisbewoners		Hostelbewoners		Groente	Vrugte	Groente	Vrugte
			Groente	Vrugte	Groente	Vrugte				
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Huishoudings wat varsprodukte by ander plekke aankoop	1,7	1,6	3,2	1,7	6,1	4,0	—	0,4	1,3	0,7
Prys	38,5	33,3	36,4	16,7	66,7	50,0	—	—	66,7	66,7
Kwaliteit	30,8	25,0	18,2	8,3	—	—	—	—	33,3	—
Varsheid	23,1	16,7	27,3	33,3	66,7	50,0	—	50,0	16,7	33,3
Verskeidenheid	23,1	25,0	9,1	8,3	33,3	—	—	—	—	—
Gerieflik nader aan huis	23,1	25,0	36,4	50,0	33,3	50,0	—	—	50,0	—
Toevallig in die omgewing	15,4	16,7	—	—	—	—	—	—	—	—
Noodgeval	15,4	—	—	—	—	—	—	—	16,7	33,3
Goeie diens	7,7	8,3	—	8,3	—	—	—	—	—	—
Kleiner hoeveelheid	7,7	8,3	—	—	—	—	—	—	—	—
Kafeeware	—	—	9,1	16,7	—	100,0	—	—	—	—
Gerieflike ure	—	—	4,6	—	—	—	—	—	—	—
Skoon lokaal	—	—	4,6	—	—	—	—	—	—	—
Maklik bereikbaar	—	—	—	—	33,3	—	—	—	—	—
Ander	—	—	—	—	33,3	—	—	—	—	—
Verpakking	—	—	—	8,3	—	—	—	—	—	—
Krediet	—	—	—	—	—	—	—	50,0	—	—
Geen rede	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

Redes vir die aankope van varsprodukte by die verskillende aankoopplekke

Verbruik van groente en vrugte: instruksies aan ondervraers

1. ALGEMEEN

- 1.1 In die opname verteenwoordig u die Universiteit van Suid-Afrika en u optrede moet sodanig wees dat dit nie die naam van die Universiteit skaad nie.
- 1.2 Al die veldwerk sal nagegaan word. Ondervraers wat hulle aan oneerlikheid skuldig maak sal onmiddellik afgedank word sonder vergoeding vir die werk wat hulle alreeds gedoen het.
- 1.3 Gee die respondent genoeg tyd om die vrae duidelik en volledig te beantwoord.
- 1.4 Geeneen van die vrae of items in die vraelys is onnodig nie.
- 1.5 Moenie probeer om die respondent te beïnvloed of woorde in sy mond te lê nie. As u dit doen sal die Buro dit onmiddellik agterkom, u vraelyste sal as waardeloos beskou word en u sal alle vergoeding verbeur omdat sulke vraelyste nie gebruik kan word nie.
- 1.6 Sodra u 'n vraelys voltooi het gaan dit weer 'n keer na om seker te maak dat vrae nie oorgeslaan is nie.

2. INSTRUKSIES VIR DIE VOLTOOIING VAN SPESIFIEKE VRAE

Die vraelys word gebruik vir persoonlike onderhoude tuis en per telefoon. Die meeste vrae behoort geen probleme op te lewer nie. Let egter op na die wyse waarop die volgende vrae gevra moet word:

VRAAG 1. Handel eers die (a) deel af. Indien geen vars groente gekoop word nie, merk die kolom 'Koop nie vars groente nie.'

VRAAG 8 & 9. Handel eers die (a) deel af. Noem nou weer die plekke waar die respondent koop en vra dan vir die persentasieverdeling (deel (b)) tussen die plekke. Alle mense is nie vertrouwd met persentasies nie en u sal dit aan sekere respondente moet verduidelik.

Nadat u deel (b) afgehandel het moet u elke plek waar gekoop word (deel (c)) afsonderlik behandel. Onthou dit is noodsaaklik om *nie* redes aan die respondent voor te stel nie.

VRAAG 10. Hier lê die klem op *VAR*S groente en *VAR*S vrugte. Handel eers groente af en dan vrugte. Moenie die faktore noem nie. Die respondent moet self die eienskappe in volgorde van belangrikheid noem. Vra uit ('PROBE') indien hy/sy te min noem en moenie voorstelle maak nie.

VRAAG 14. Indien die respondent teensinnig is om vraag 14 te beantwoord verduidelik dat ons nie belang stel in individue se inligting nie; ons wil maar net persone saamgroepeer met naasteby dieselfde huishoudingsgrootte, ouderdom en inkomstegroep.

3. INSTRUKSIES AAN ONDERVRAERS VIR TUISOPNAMES

- 3.1 'n Vraelys moet voltooi word by die adres wat op sy buiteblad verskyn. Adresse mag onder geen omstandighede sonder die hoofopsiener se toestemming vervang word nie. As 'n respondent weier om saam te werk, of die adres bestaan nie, of u drie keer tevergeefs die adres besoek op tye wanneer daar redelikerwys verwag kan word om mense tuis te vind, meld hierdie feite (met datum en tyd van al drie besoeke) in die spasio gemerk 'OPMERKINGS' op die vraelys se buiteblad. Slegs dan mag u die vraelys inhandig. Vergoeding vir weierings en persone nie tuis nie sal nominaal wees en sal net aan die ondervraers betaal word wat 'n lae persentasie van sulke vraelyste indien.
- 3.2 As u meer as een huishouding by 'n besoekpunt vind, kies die huishouding wat ondervra moet word deur van die seleksienet gebruik te maak. ('n Huishouding bestaan uit al die persone wat saam eet.) Begin deur die vanne van al die hoofde van die huishoudings in alfabetiese volgorde in die net in te skryf. Soek die laaste syfer van die vraelysnummer op die net en trek dan 'n vertikale lyn na onder. Trek nou 'n horisontale lyn na regs vanaf die laaste alfabetiese inskrywing. Die nummer van die huishouding wat ondervra moet word is die een wat deur die twee lyne gebruik word. Trek 'n sirkel om dié nummer.
- 3.3 Wanneer u 'n huishouding geselekteer het vra om met die persoon te praat wat besluit oor waar en watter soort groente en vrugte gekoop sal word. Vertel die respondent wie u is en wat u doen. Gee vir hom/haar die bekendstellingsbrief om te lees of lees dit hardop voor indien nodig.

4. INSTRUKSIES VIR ONDERVRAERS VIR DIE TELEFOONOPNAME

- 4.1 U moet elke telefoonnummer tot vyf keer op verskillende tye skakel wanneer verwag kan word dat die mense tuis sal wees voordat u die nummer as 'nooit tuis' op u steekproefnummerstaat afmerk. Onthou ook om die rede vir en die datum en tyd van al u ander onsuksesvolle pogings op die staat aan te teken. Indien 'n nummer buite werking is of nie 'n nummer van 'n private huishouding is nie of 'n weiering is moet u dit so aanteken onder opmerkings. Skryf die vraelysnummer onder 'OPMERKINGS' in sodra 'n onderhoud afgehandel is.
- 4.2 Voordat u 'n telefoonoproep maak, sorg dat u gereed is om die antwoorde dadelik af te neem. Die respondent se tyd mag nie gemors word nie.
- 4.3 Begin u gesprek in die taal waarin u verwag die respondent sal antwoord. Die aanvang van die gesprek sal as volg wees:
'Goeiemiddag/naand. Dit is So en So wat namens die Universiteit van Suid-Afrika skakel. Verkies u die gesprek in Engels of Afrikaans. (Vervolg in die taal van die keuse.) Die Buro vir Marknavorsing van die Universiteit van Suid-Afrika is versoek om 'n opname te doen oor die gebruik van groente en vrugte. Ek wil asseblief met die persoon in u huis praat wat besluit oor die aankoop van groente en vrugte. (Indien dit nie die persoon is wat die telefoon beantwoord het nie sê weer eens wie u is en dat u namens Unisa skakel in verband met 'n opname oor groente en vrugte.) Die studie word in samewerking met die Raad vir Geesteswetenskaplike Navorsing onderneem en die doel is om te bepaal wat die behoeftes van die verbruiker is. Mag ek u asseblief die volgende paar vrae vra.'
- 4.4 Maak seker dat u al die vrae vra en sluit dan die gesprek af met 'n hoflike 'dankie', al was die respondent moontlik minder hoflik.

Consumption of fruit and vegetables: instructions to interviewers

1. GENERAL

- 1.1 Bear in mind that you will be representing the University of South Africa in this survey. Please conduct yourself accordingly.
- 1.2 All the fieldwork will be checked. Interviewers found guilty of cheating will be immediately dismissed without payment for work done.
- 1.3 Give the respondent enough time to answer the questions clearly and fully.
- 1.4 Not one question or item in the questionnaire is unnecessary.
- 1.5 Do not try to influence respondents or put words in their mouths. If you do, it will be noticed immediately, your questionnaires will become worthless and you will forfeit all remuneration because such questionnaires are unusable. If you think a respondent is deliberately giving you wrong answers make a note of it next to the relevant questions.
- 1.6 Go through a completed questionnaire again to make sure you have not skipped any of the questions.

2. INSTRUCTIONS FOR COMPLETING SPECIFIC QUESTIONS

The questionnaire will be used in personal home interviews and telephone interviews. Most of the questions are quite straightforward, but the questions listed below need to be asked in a particular way:

QUESTION 1. First complete the (a) section. If no fresh vegetables are purchased, mark the column 'Do not purchase fresh vegetables'.

QUESTIONS 8 and 9. First complete the (a) section. Then repeat the outlets where the respondent buys and ask for a percentage distribution ((b) section) between them. You will probably have to explain to some of the respondents what is meant by a percentage.

Once you have completed the (b) section, deal with each outlet by the respondent separately (section (c)). Do *not* under any circumstances suggest reasons to the respondent.

QUESTION 10. Here the emphasis is on *FRESH* vegetables and *FRESH* fruit. First deal with the vegetables and then with the fruit. Do not mention factors. It is up to the respondent to mention the characteristics in order of importance. PROBE (ask questions) if the respondent mentions too few but avoid making suggestions.

QUESTION 14. If the respondent is reluctant to answer Question 14, explain that we are not interested in the individual's particulars; we merely want to group together respondents who are similar in terms of household size, age and income group.

3. INSTRUCTIONS TO HOME SURVEY INTERVIEWERS

- 3.1 A questionnaire must be completed at the address printed on its cover. Substitution of addresses is not allowed under any circumstances without the permission of the chief supervisor. If a respondent refuses to cooperate, or the address does not exist, or you fail to find anyone at home after making three calls at times when people may reasonably be expected to be at home, state these facts (with dates and times of all three calls) in the space marked 'REMARKS' on the cover of the questionnaire. Only then may you hand in the questionnaire. Payment for refusals and not-at-homes will be nominal and will only be made to the interviewers who hand in a low percentage of such questionnaires.
- 3.2 If there is more than one household at a point of call, select the household to be interviewed by making use of the selection box. (A household consists of all the persons who eat together.) First enter the surnames of all the household heads alphabetically in the box. Find the last digit of the questionnaire number in the box and draw a vertical line downward. Next draw a horizontal line to the right of the last alphabetical entry. The number of the household to be interviewed is the one intersected by the two lines. Circle the number.
- 3.3 When you have selected a household ask to speak to the person who decides about where and what sort of fruit and vegetables will be bought. Identify yourself and explain what you are doing. Hand the respondent your letter of introduction or read it aloud if necessary.

4. INSTRUCTIONS TO TELEPHONE SURVEY INTERVIEWERS

- 4.1 Make up to five attempts to contact your telephone respondents by dialling the number at different times when they are likely to be at home, before crossing off the number as 'never at home' on your sample numbers list. Also remember to record the reason for and the date and time of all your unsuccessful calls on the sheet. If a number is out of order or is not a private home number or a refusal, make an entry to that effect in the remarks column. Enter the questionnaire number under 'REMARKS' when you complete an interview.
- 4.2 Before dialling a number, make sure you are ready to take down the answers immediately. Do not waste the respondent's time.
- 4.3 Start the conversation in the language you expect the respondent will use. Start by saying: 'Good afternoon/evening. My name is So-and-So and I'm calling on behalf of the University of South Africa. Would you prefer to speak to me in English or Afrikaans? (Continue in the language chosen.)
The Bureau of Market Research of the University of South Africa has been requested to do a survey on the consumption of fruit and vegetables. May I speak to the person in your house, who decides about your fruit and vegetable buying. (If the person who has answered the phone is not the person you have to interview, again introduce yourself and say you are phoning on behalf of Unisa in connection with a fruit and vegetable survey.) The survey is being conducted in conjunction with the Human Sciences Research Council and its purpose is to determine the consumer's needs. May I ask you a few questions, please?'
- 4.4 Make very sure you ask all the questions and then finish the conversation with a polite 'thank you', even when your respondent has possibly been less than polite.

BYLAE C

Vraelys

BURO VIR MARKNAVORSING • BUREAU OF MARKET RESEARCH

392
0001 PRETORIA

TTX 350068
TA UNISA
FAX 429-2925

Die Buro vir Marknavorsing is 'n buro van die
UNIVERSITEIT VAN
SUID-AFRIKA

The Bureau of Market Research is a bureau of the
UNIVERSITY OF
SOUTH AFRICA

QUESTIONNAIRE NO./
VRAELYS NR.

FRUIT AND VEGETABLES/GROENTE EN VRUGTE

RESPONDENT/RESPONDENT _____

ADDRESS/ADRES _____

TEL. NO. (H) _____ (W) _____

SELECTION BOX FOR HOME INTERVIEWS/SELEKSINET VIR TUISONDERHOUDE

	Last digit of questionnaire number/ Laaste syfer van vraelysnummer									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. _____	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2. _____	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
3. _____	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2
4. _____	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5. _____	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

REMARKS/OPMERKINGS _____

INTERVIEWER/ONDERVRAER _____ DATE COMPLETED/
(Print/Drukskrif) _____ DATUM VOLTOOI _____

OFFICE USE/
KANTOORGEBRUIK

1	2	3	4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5			
<input type="text"/>			
6			
<input type="text"/>			

7. On what day or days do you usually buy fresh fruit ?/Op watter dag of dae koop u normaalweg vars vrugte?
(MAKE A CROSS)/(TREK 'N KRUISIE)

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Monday/ Maandag	Tuesday/ Dinsdag	Wednesday/ Woensdag	Thursday/ Donderdag	Friday/ Vrydag	Saturday/ Saterdag	Sunday/ Sondag	No specific day/ Geen spesifieke dag	NA/ NVT

8. (a) At which of the following outlets do you buy fresh vegetables?/
By watter van die volgende plekke koop u vars groente?

(b) What percentage of your total fresh vegetables purchases is made at the different outlets?/
Watter persentasie van u totale aankope van vars groente maak u by die verskillende plekke?

(c) State your main reasons for buying fresh vegetables at the different outlets/
Meld u belangrikste redes waarom u vars groente by die verskillende plekke aankoop.

9
N/A
NVT

	(a)	(b)	(c)
Outlet/ Plek	Outlet/Plek (Make a/Trek 'n 'X')	% of total purchases/ van totale aankope	Reasons for buying there/ Redes vir plek van aankope
Fresh produce market (municipal market)/ Varsproduktemark (munisipale mark)		%	_____
Direct from farmers/producers/ Direk vanaf boere/produsente		%	_____
Hypermarkets and chainstores/ Hipermarkte en kettingwinkels		%	_____
Greengrocers/ Groentewinkels		%	_____
Informal sector (like hawkers/street salesmen)/ Informele sektor (soos smouse/straat verkopers) ..		%	_____
Other (specify)/ Ander (spesifiseer)		%	_____
Total/Totaal		100%	

OFFICE USE/KANTOORGEBRUIK

27 28

29

30 31 32 33 34 35

36 37 38 39 40 41

42 43 44 45 46 47

48 49 50 51 52 53

54 55 56 57 58 59

60 61 62 63 64 65

9. (a) At which of the following outlets do you buy fresh fruit?
By watter van die volgende plekke koop u vars vrugte?
- (b) What percentage of your total fresh fruit purchases is made at the different outlets?
Watter persentasie van u totale aankope van vars vrugte maak u by die verskillende plekke?
- (c) State your main reasons for buying fresh fruit at the different outlets/
Meld u belangrikste redes waarom u vars vrugte by die verskillende plekke aankoop.

9

N/A
NVT

OFFICE USE/KANTOORGEBRUIK

	1	2	3	4
5				
	2			
6				

	(a)	(b)	(c)
Outlet/ Plek	Outlet/Plek (Make a/Trek 'n 'X'	% of total purchases/ van totale aankope	Reasons for buying there/ Redes vir plek van aankope
Fresh produce market (municipal market)/ Varsproduktemark (munisipale mark)		%	_____
Direct from farmers/producers/ Direk vanaf boere/produsente		%	_____
Hypermarkets and chainstores/ Hipermarkte en kettingwinkels		%	_____
Greengrocers/ Groentewinkels		%	_____
Informal sector (like hawkers/street salesmen)/ Informele sektor (soos smouse/straat verkopers) ..		%	_____
Other (specify)/ Ander (spesifiseer)		%	_____
Total/Totaal		100%	

7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36
37	38	39	40	41	42

10. (a) Please mention four factors of importance (what do you consider) when buying fresh vegetables [PROBE-DON'T SUGGEST FACTORS]/
Noem asseblief vier faktore van belang (waarna kyk u) by aankoop van vars groente [VRA UIT-MOENIE FAKTORE VOORSTEL NIE]

Which of these is the most important [MARK '1'], second most important ['2'] etc.?
Watter een is die belangrikste [MERK '1'], tweede belangrikste ['2'] ens.?

9
NA/
NVT

43

- (b) Please mention four factors of importance (what do you consider) when buying fresh fruit [PROBE-DON'T SUGGEST FACTORS]/
Noem asseblief vier faktore van belang (waarna kyk u) by aankoop van vars vrugte [VRA UIT-MOENIE FAKTORE VOORSTEL NIE]

Which of these is the most important [MARK '1'], second most important ['2'] etc.?
Watter een is die belangrikste [MERK '1'], tweede belangrikste ['2'] ens.?

9
NA/
NVT

44

(a) Fresh vegetables/Vars groente		(b) Fresh fruit/Vars vrugte	
Factors/ Faktore	Rank/ Nommer	Factors/ Faktore	Rank/ Nommer

OFFICE USE/KANTOORGEBRUIK

45	46	47
51		
57		
63		

48	49	50
53	54	
59	60	
65	66	

11. Do you think the prices of fresh produce at the following outlets are very low, fairly low, fairly high or very high?
Moen u die pryse van varsprodukte by die volgende aankoopplekke is baie laag, redelik laag, redelik hoog of baie hoog?

Outlet/ Aankoopplek	Price levels/Pryslakke			
	1	2	3	4
	Very low/ Baie laag	Fairly low/ Redelik laag	Fairly high/ Redelik hoog	Very high/ Baie hoog
Fresh product markets/Varsproduktemarkte				
Greengrocers/Groentewinkels				
Hypermarkets and chainstores/Hipermarkte en kettingwinkels				
Hawkers and street salesmen/Smouse en straatverkopers				

69

70

71

72

12. (a) How much do you normally spend per month on the following products?
 Hoeveel bestee u normaalweg per maand aan die volgende produkte?

(b) Please state your reasons for buying the products/
 Meld asseblief u redes waarom u die produkte aankoop.

Product/ Produkt	Normal expenditure per month/ Normale besteding per maand	Reasons for buying the product/ Redes waarom u die produkte aankoop
Fresh vegetables/ Vars groente	R	_____ _____ _____
Canned vegetables/ Ingemaakte groente	R	_____ _____ _____
Frozen vegetables/ Bevrore groente	R	_____ _____ _____
Dehydrated vegetables/ Ontwaterde groente	R	_____ _____ _____
Fresh fruit/ Vars vrugte	R	_____ _____ _____
Canned fruit/ Ingemaakte vrugte	R	_____ _____ _____
Dried/crystallised fruit/ Droë-/versuikerde vrugte	R	_____ _____ _____

OFFICE USE/KANTOORGEBRUIK

1	2	3	4	5	6	7	8	9	(R)	(R)	(R)	14	
				3									
					15	16	17	18	19	20	21	22	23
					24	25	26	27	28	29	30	31	32
					33	34	35	36	37	38	39	40	41
					42	43	44	45	46	47	48	49	50
					51	52	53	54	55	56	57	58	59
					60	61	62	63	64	65	66	67	68

13. Are there health reasons why you think you should be told how fresh fruit and vegetables have been cultivated and treated?
 Is daar gesondheidsredes waarom u dink u moet ingelig word oor hoe vars groente en vrugte verbou en behandel is?

1	2
YES/JA	NO/NEE

If 'YES' state aspects/Indien 'JA', meld aspekte _____

69

70

14. Please furnish the following information/Verstrek asseblief die volgende inligting:

(a) Number of people who usually have their meals together in your home/
Aantal mense wat normaalweg saam in u woning eet

(b) Number of servants whom you provide with meals at least five days a week/
Aantal bediendes aan wie u ten minste vyf dae van die week etes voorsien

(c) Level of education/
Opleidingspeil:

	1	2	3	4	5	6	7
Head/Hoof	None/ Geen	Gr. A - Std. 5/ Gr. A - St. 5	Std. 6 - 8/ St. 6 - 8	Std. 9 - 10/ St. 9 - 10	Diploma without Std. 10/ Diploma sonder St. 10	Std. 10 + diploma/ St. 10 + diploma	Degree/ Graad

74

	1	2	3	4	5	6	7
Wife/Vrou	None/ Geen	Gr. A - Std. 5/ Gr. A - St. 5	Std. 6 - 8/ St. 6 - 8	Std. 9 - 10/ St. 9 - 10	Diploma without Std. 10/ Diploma sonder St. 10	Std. 10 + diploma/ St. 10 + diploma	Degree/ Graad

75

(d) Home language/Huistaal:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Afrikaans	English/ Engels	Afr. & Eng.	Zulu/ Zoeloe	Xhosa	Ndebele	Swazi	Tswana	Sotho	Pedi	Shangaan/ Tsonga	Venda

13

Other (specify)/
Ander (spesifiseer)

76 77

(e) Your age group/U ouderdomsgroep:

1	2	3	4
Younger than 25 years/ Jonger as 25 jaar	25-34 years/ jare	35-49 years/ jare	50+ years/jare

78

(f) Combined gross monthly income of head and wife (take all sources of income into account)/
Gesamentlike bruto maandelikse inkomste van hoof en vrou (neem alle bronne van inkomste in ag)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R0 - R100	R101 - R250	R251 - R500	R501 - R750	R751 - R1 000	R1 001 - R1 500	R1 501 - R2 000	R2 001 - R3 000	R3 001 - R5 000	R5 001+

79 80

OFFICE USE/KANTOORGEBRUIK

71 72

73

SAMPLE NUMBER LIST / STEEKPROEFNOMMERSTAAT

AREA/GEBIED Bloemfontein POPULATION GROUP/BEVOLKINGSGROEP Blankes

INTERVIEWER/ONDERVRAER Mev. Marietjie Snyman

Tel. No. Name/Naam	Language/ Taal	Unsuccessful attempts/Onsuksesvolle pogings					Interview completed/ Onderhoud afgehandel	Remarks/ Opmerkings
		1	2	3	4	5		
T 223127		D T 7.2.90 11:30	D T 8.2.90 11:30	D T	D T	D T	D T 8.2.90 19:15	Vraelys 808
N FUTCHER, H	A	R Beset	Bediende sê sy werk tot 4 uur					
T 215333		7.2.90 11:10	8.2.90 11:30	8.2.90 19:10	9.2.90 11:30	13.2.90 19:10		Probleem met die nommer.
N GROBLER, S	A	R Lang besettoon	Lang besettoon	Beset	Lang besettoon	Lang besettoon		
T 472706		7.2.90 11:10	8.2.90 11:30				13.2.90 19:40	Vraelys 815
N HILDER, D C	A	R Geen antw.	Geen antw.					
T 308472		7.2.90 11:15	8.2.90 19:15				13.2.90 20:00	Vraelys 816
N JEFFERY, E	E	R Bediende sê sy werk	Geen antw.					
T 331750		7.2.90 11:20					8.2.90 19:30	Vraelys 809
N HEUNIS, L	A	R Geen antw.						
T 211344		7.2.90 11:30					8.2.90 14:40	Vraelys 806
N LEAN, S A E	A	Op pad dok- ter toe, nie tyd						
T 476148		7.2.90 11:45	8.2.90 10:00	8.2.90 19:10	9.2.90 11:00	13.2.90 20:05		Probleem met die nommer.
N LOUW, H	A	R Lang besettoon	Lang besettoon	Beset	Lang besettoon	Lang besettoon		

D = DATE/DATUM T = TIME/TYD

R = REASON/REDE (B = Busy/Beset G = No reply/Geen antwoord I = Inconvenient/Ongerieflik)

BYLAE D

Agreement form

AGREEMENT BETWEEN

Ref. 17/374

NAME OF INTERVIEWER

(Mr/Mrs/Miss) _____

Identity No. _____

and the
BUREAU OF MARKET RESEARCH
University of South Africa

The Bureau undertakes to pay R _____ for each questionnaire duly completed before _____.

The Bureau will decide whether or not questionnaires have been duly completed. Questionnaires not completed to the Bureau's satisfaction will be returned to interviewers for correction.

Deliberate failure to carry out instructions in the questionnaire or misconduct of any kind may lead to summary dismissal and/or forfeiture of **all** monies owed to you by the Bureau.

The Bureau does not accept responsibility for any losses suffered during the execution of fieldwork.

DATE _____

SIGNATURE _____



PERSONAL DETAILS

POSTAL ADDRESS _____

_____ Postal code _____

HOME TELEPHONE: Area code _____ Number _____

BANK
ACCOUNT NO. _____ NAME OF BANK _____

BRANCH _____ BRANCH NO. _____

EMPLOYER _____

CONTACT ADDRESS _____

TELEPHONE: Area code _____ Number _____

GROSS SALARY R _____ per _____

MARITAL STATUS _____ INCOME TAX NO. _____

Doc no 286784

Copy no 286785

R 100,00