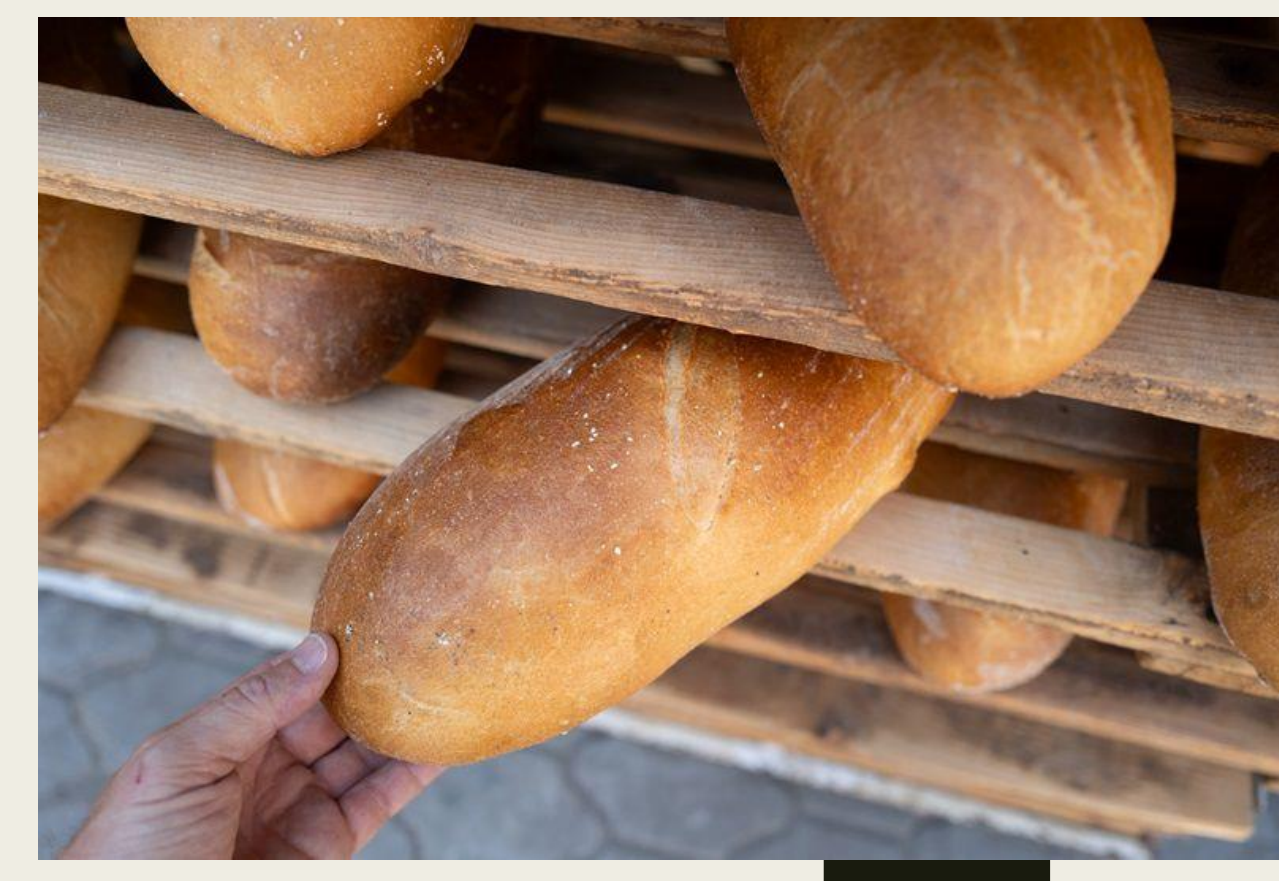


ANALÝZA NÁKUPNÉHO SPRÁVANIA A HYGIENICKÝCH POSTOJOV SPOTREBITEĽOV PRI VÝBERE PEKÁRSKÝCH VÝROBKOV



Úvod

Pekárske výrobky predstavujú základnú súčasť dennej stravy. Spotrebitelia ich vyberajú nielen podľa chuti, ale aj vzhľadu, čerstvosti a hygienických podmienok predaja. S rastúcim dôrazom na kvalitu a bezpečnosť potravín zohrávajú hygienické štandardy čoraz významnejšiu úlohu. Zároveň je možné sledovať trend podpory lokálnych a regionálnych výrobcov.



Materiál a metodika

- Dotazníkový prieskum (Google Forms)
- 17 otázok (kombinácia uzavretých a otvorených)
- Náhodný výber respondentov
- 116 respondentov rôzneho veku (dominantná skupina: ženy vo veku 20–49 rokov)
- Vyhodnotenie v programe MS Excel pomocou percentuálnych podielov

Cieľ výskumu

Analyzovať nákupné správanie a hygienické postoje spotrebiteľov pri kúpe pekárskych výrobkov, so zameraním na:

- frekvenciu nákupov,
- preferencie baleného a nebaleného pečiva,
- hygienické správanie spotrebiteľov a personálu,
- orientáciu spotrebiteľov na pôvod výrobkov.

Výsledky

Frekvencia nákupu: väčšina respondentov nakupuje potraviny raz týždenne, pekárske výrobky denne kupuje iba tretina (31 %) opýtaných.

Kritériá výberu: kvalita je dôležitejšia než cena (72,4 % vs. 27,6 %).

Preferencie nákupu pečiva: pri kúpe 82,8 % respondentov zohľadňuje vzhľad pečiva, teda jeho senzorické vlastnosti, 69,8 % respondentov preferuje nebalené pečivo pred baleným.

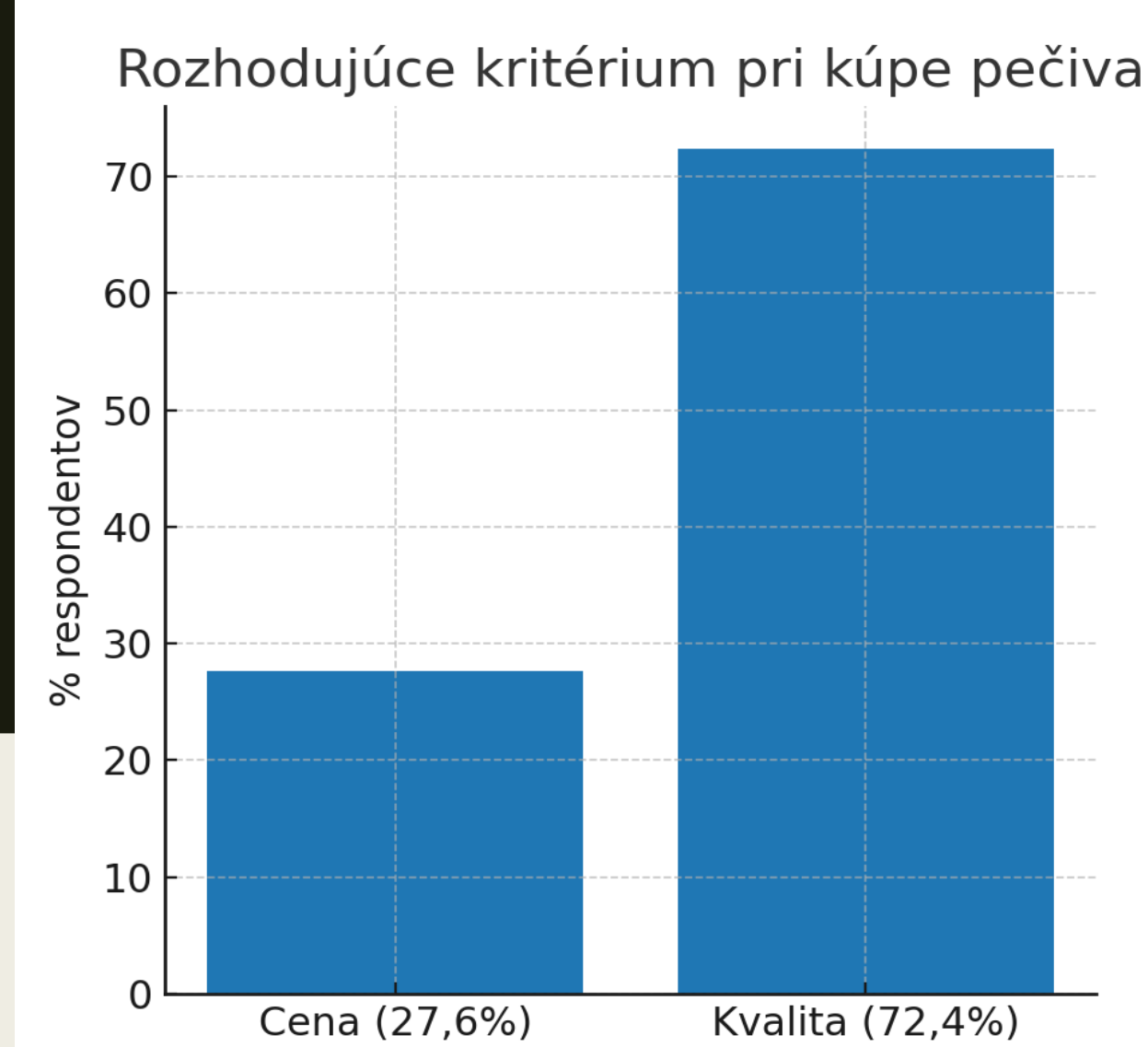
Hygiena: 95,7 % respondentov používa dostupné hygienické pomôcky; 81 % sleduje hygienu personálu.

Pôvod: 77,6 % opýtaných uprednostňuje čerstvé regionálne výrobky pred dopekanými produktmi z reťazcov.

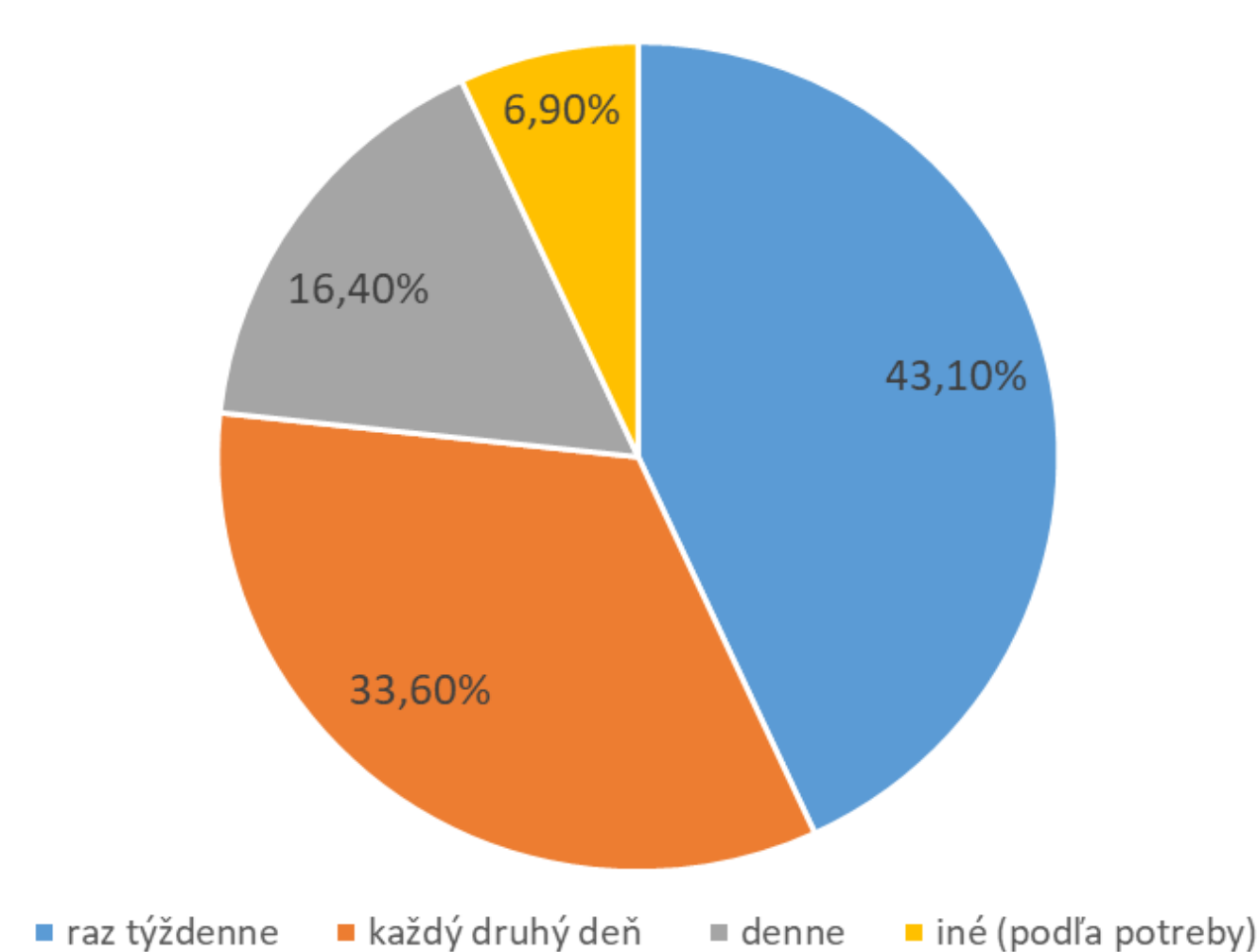
Spotrebitelia deklarujú preferenciu kvality pred cenou, čo poukazuje na rastúci význam senzorických vlastností a dôvery voči lokálnym producentom.

Vysoká miera hygienického povedomia môže súvisieť s pandémiou COVID-19, ktorá zvýšila citlivosť voči bezpečnosti potravín.

Rezervy pretrvávajú v čítaní zloženia balených výrobkov, kde polovica respondentov tieto informácie prehliada.



Frekvencia nákupu potravín



Záver

Realizovaný prieskum poukázal na viacero dôležitých aspektov nákupného správania spotrebiteľov pri kúpe pekárskych výrobkov. Výsledky potvrdili, že respondenti uprednostňujú nebalené pečivo, pričom dôraz kladú predovšetkým na jeho vzhľad, čerstvosť a senzorickú kvalitu. Zároveň sa ukázalo, že väčšina spotrebiteľov má vysokú mieru informovanosti o potrebe používania hygienických pomôcok pri manipulácii s nebaleným pečivom a túto znalosť aj prakticky uplatňuje. Významné zistenia sa týkali aj postoja k regionálnym dodávateľom, ktorých produkty sú vnímané ako kvalitnejšie a čerstvejšie v porovnaní s dopekaným pečivom z obchodných reťazcov. Tieto preferencie sú v súlade s trendom podpory lokálnych producentov a dôvery voči tradičnej výrobe.

Napriek pozitívnym výsledkom však prieskum poukázal aj na určité rezervy – napríklad v oblasti čítania zloženia potravín, kde polovica respondentov nevenuje týmto údajom pozornosť. Zvyšovanie povedomia spotrebiteľov o význame označovania potravín by preto malo byť aj naďalej súčasťou edukačných aktivít.