

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE



## FAKULTA PROVOZNĚ EKONOMICKÁ

obor: Podnikání a administrativa

## TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE

Význam farmářských trhů z pohledu spotřebitele

Vedoucí diplomové práce: Ing. Michaela Antoušková, Ph.D.

Vypracoval: Bc. Daniel Bican

Praha 2015

## **Souhrn**

Diplomová práce „Význam farmářských trhů z pohledu spotřebitele“ se zabývá analýzou vybraných farmářských trhů a na základě komparace cen je porovnává s vybranými supermarkety.

V teoretické části práce jsou nejprve představeny základní pojmy z oblasti spotřebitelské a cenové problematiky. Následuje charakteristika současných forem prodeje potravin. Další část přináší bližší pohled na farmářské trhy, jak v České republice, tak také v zahraničí.

Úvod praktické části je vyčleněn k představení výsledků z dotazníkového šetření, které proběhlo mezi návštěvníky farmářského trhu „Kulaták“ v Praze 6. Praktická část se dále zaměřuje na komparaci cen produktů z vybraných farmářských trhů oproti supermarketům. V první části jsou uvedeny napozorované ceny a následně se práce věnuje jejich porovnávání a okomentování.

*Klíčová slova: Farmářský trh, supermarket, cena, spotřebitel, potravina, kvalita*

## Cíl práce a metodika

Cílem diplomové práce je zjistit význam farmářských trhů z hlediska spotřebitele za pomoci komparace cenové úrovně a také kvalitativní úrovně potravin na vybraných farmářských trzích oproti vybraným supermarketům.

Metodika zpracování teoretické části vychází ze studia odborné literatury, článků a dalších zdrojů, ať již tištěných nebo elektronických.

Praktická část vychází v první části z dotazníkového šetření, které je zaměřeno na zjištění, jakou roli hrají farmářské trhy v životě respondentů, a zda preferují nakupování na farmářských trzích nebo v supermarketech. Průzkum probíhal v Praze na Vítězném náměstí, kde se pravidelně konají farmářské trhy s názvem „Kulaťák“. Celkový počet respondentů činí 206. Další částí je cenové zkoumání, které proběhlo na třech farmářských trzích v Praze a ve dvou supermarketech. Konkrétně se jednalo o farmářské trhy „Kulaťák“, „Jiřák“ a „Náplavka“. Průzkum byl přizpůsoben tomu, že na každém farmářském trhu lze nalézt vícero prodejců se stejným druhem potravin. Ceny pro každou potravinu byly sbírány od více prodejců (minimálně vždy tři prodejci) a poté byly tyto ceny zprůměrovány a výsledkem vzniká průměrná cena dané potravinu pro daný farmářský trh.

Sběr cen v supermarketech probíhal ve stejném časovém období jako sběr cen na farmářských trzích, aby se předešlo časovému zkreslení ceny. Zároveň průzkum nezahrnoval potraviny nabízené ve slevových akcích. Průzkum probíhal ve dvou supermarketech v Hlavním městě Praha. Jeden supermarket je provozován řetězcem Albert (Albert Můstek) a druhý řetězcem Billa (Billa Letná). Sběr cen je rozdělen do čtyř základních skupin – zelenina a ovoce; maso a ryby; pečivo a mléko, mléčné výrobky a vejce. Veškeré napozorované ceny se vztahují vždy ke stejnému druhu či podobné velikosti zvolené potravinu, tak aby tento průzkum byl co možná nejvíce přesný.

Ke zjištění jaké potraviny jsou cenově výhodnější v supermarketu nebo na farmářském trhu byla zvolena metoda komparace a směrodatná odchylka. Jako základ pro zkoumání cenové výhodnosti slouží cenový průzkum cen potravin z farmářských trhů a ze supermarketů. Z těchto výsledků lze poté určit, kde se nakupuje určitý druh potravinu levněji.

## Výsledky

Diplomová práce si jako cíl kladla zjistit, jak spotřebitelé vnímají v dnešní době farmářské trhy. Pro toto zjišťování byl vyhotoven dotazník, jehož cílová skupina byli návštěvníci trhů.

Na základě obdržených odpovědí od respondentů v dotazníkovém šetření týkajícího se farmářských trhů lze říci, že farmářské trhy jsou navštěvované převážně lidmi ve středním věku s průměrným až nadprůměrným příjmem. Jedná se také o lidi s vyšším vzděláním, převážně o středoškoláky s maturitou a o vysokoškolsky vzdělané.

Z dotazníku lze také určit, že většina respondentů patří mezi pravidelné účastníky farmářských trhů, jelikož více jak 80 % tázaných navštěvuje trhy minimálně jedenkrát za měsíc. Tato vysoká návštěvnost je zapříčiněna tím, že většina respondentů považuje farmářské trhy za finančně dostupné a nikterak drahé. Tuto skutečnost také podtrhuje to, že více než polovina dotázaných odpověděla, že kvalita potravin na farmářských trhách považuje za lepší než je tomu v běžných supermarketech.

Návštěvníci využívají farmářské trhy k nákupu převážně základních potravin, u kterých je důležitá čerstvost a původ potraviny. Konkrétně se nejvíce nakupuje zelenina a ovoce, pekařské výrobky, mléko a mléčné produkty. Více jak třetina respondentů má v oblíbě také uzeniny a masné výrobky z farmářských trhů. Dle průměrné útraty za jednu návštěvu trhů, která se nejčastěji pohybuje v rozmezí mezi 200-500 Kč lze také usoudit, že se jedná spíše o menší nákupy na kratší časové období.

Celkově lze říci, že hlavním motivem k nákupu na farmářských trhách je kvalita potravin a přijatelná cena.

Další částí výzkumu bylo porovnání cenové hladiny potravin na farmářských trhách a supermarketech. Z uvedeného výzkumu nelze obecně říci, zda jsou ceny na farmářských trhách zcela jasně nižší či vyšší oproti supermarketům. Vždy je důležité, o jakou kategorii potravin se jedná. Celkově však platí, že ceny jsou ve většině případů velmi podobné a liší se až na pár výjimek minimálně, což potvrdili i návštěvníci trhů při dotazníkové otázce, zda si myslí, že jsou farmářské trhy drahé. Většina odpověděla, že s tímto tvrzením nesouhlasí.

Největší rozdíly lze zaznamenat v kategorii mléka a mléčných výrobků, kde farmářské trhy nabízejí oproti supermarketům až o polovinu nižší ceny a nákup těchto potravin je pro spotřebitele na farmářských trzích skutečně výhodný.

Farmářské trhy lze také doporučit k nákupu ryb, kde zákazník může nakoupit až o třetinu levněji než v supermarketu.

Na druhou stranu supermarkety jsou z pohledu cen pro spotřebitele výhodnější v oblasti pečiva a také u některých produktů v kategorii zeleniny a ovoce. U zeleniny a ovoce můžeme nalézt výrobky, které lze v supermarketu pořídit až o polovinu levněji než na farmářském trhu. Konkrétně se jedná o česnek a o cibuli.

## Seznam použité literatury

- BROVNOVÁ, A.: Farmers' market research 1940–2000: An inventory and review, *American Journal of Alternative Agriculture*, 2002. č.4,
- CLEMENTE, Mark. Slovník marketingu. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-251-0228-9.
- FENDYCHOVÁ, L.: Geografie alternativních potravinových sítí: Farmářské trhy v Praze, 2012. Geografické rozhledy
- FRAJTOVÁ, Marie. Farmářský byznys za 1,5 miliardy. Týden. Praha, 2012. roč. 19, č. 22
- Maureen, ARNOTT, David. *Marketing Communications Classics*. 1 st ed. London: Thomson Learning, 2000. 544 s. ISBN 1-86152-507-9
- HANNA, N. a DODGE H. R. *Pricing: Zásady a postupy tvorby cen*. Praha: Management Press, 1997, 203 s. ISBN 80-85943-34-4.
- HARTL, P. *Psychologický slovník*. Praha: TERCIE, 1996, ISBN 978-80-7367-686-5
- HES, A. *Velkoobchod a maloobchod*, Praha: ČZU, 2004. ISBN 9788021311633
- CHATURVEDI, P. D., CHATURVEDI, Mukesh. *Business Communication: Concepts, Cases and Applications*. 1 st ed., Singapore: Pearson, 2004. ISBN 978-81-317-0172-0
- CHÝLKOVÁ, M., *Označování potravin*. Praha: Potravinářská komora ČR, 2013, ISBN 978-80-905096-4-1
- KOTLER, P., WONG, W., SAUNDERS, J., ARMSTRONG G., *Moderní marketing*. Grada Publishing, 2007, ISBN: 978-80-247-1545-2
- JANOŠEK, J.: *Sociální komunikace*, Svoboda, Praha, 1996.
- MOUDRÝ, J. a kol. *Kontrola a certifikace bioprodukce.*, České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2007, ISBN 978-80-7394-027-0
- Občanský zákoník České republiky č. 89/2012 Sb s účinností od 1. ledna 2014
- SMITH, Paul. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2000, ISBN 80-7226-252-1.
- SPILKOVÁ, J.: *Geografie obchodu a spotřeby: věda o nakupování*, Karolinum, Praha: 2012. ISBN 978-80-246-1951-4
- TCHOUKALEYSKA, R.: *Regulating the farmers' market: Paysan expertise, quality, production and local food*, Geoforum, 2013.
- TOMEK, *Marketing od myšlenky k realizaci*, Praha 2007, ISBN 978-80-86946-45-0
- VAŇÁK, M., NAHODIL, F., *Základy marketingu*. 1. vyd. VŠFS, 2007. Eupress. ISBN 978-80-86754-85-7