

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze bakalářské práce

**Spotřebitel a nabídka masa a masných výrobků
Královéhradeckého kraje**

Josef Špráchal

Souhrn

Tato bakalářská práce se zabývá aktuální situací nabídky regionálních produktů týkajících se masa, masných výrobků a poptávky po zmíněných produktech na trhu Královéhradeckého kraje. V práci je teoreticky podchycena problematika masa, masných výrobků, balení, označování potravin a specifické požadavky v označování masných výrobků. Také je popsáno chování spotřebitele v České republice se zaměřením na vlivy ovlivňující rozhodování při nákupu. Cílem práce je zjistit současnou situaci nabídky regionálních produktů a poptávky spotřebitelů po těchto produktech za pomoci metody dotazníkového šetření u spotřebitelů a vybraných producentů. Z provedených šetření vyplývá, že poptávka po regionálních potravinách v Královéhradeckém kraji je vyšší než nabídka producentů. V závěru práce je obsaženo doporučení pro Agrární komoru v souvislosti s podporou regionálních potravin.

Klíčová slova: spotřebitel, producent, maso, masné výrobky, potraviny, značka, označování, kvalita, cena, trvanlivost, vlastnosti

Cíl práce

Cílem bakalářské práce je především identifikace současné nabídky regionálních produktů masa a masných výrobků v porovnání s poptávkou spotřebitelů po těchto produktech na trhu Královéhradeckého kraje. Po vyhodnocení praktické části následně formulovat doporučení pro Agrární komoru Královéhradeckého kraje. Dílčím cílem práce je sestavení teoretických východisek pro zmíněnou problematiku na základě studia literatury, dalších odborných pramenů a dostupných materiálů. Součástí práce je provedení dotazníkového šetření u spotřebitelů a vybraných producentů masa a masných výrobků v Královéhradeckém kraji.

Metodika práce

První část práce spočívá ve vytvoření teoretických východisek vztahujících se k masu a masným výrobkům. Informace byly čerpány z dostupné odborné literatury, právních předpisů, Ministerstva zemědělství České republiky (dále jen „Mze ČR“), odborných článků a internetu. Část teoretických východisek pojednává o charakteristice masa, chemickém složení, technologických vlastnostech masa, popisu masné výroby a produktů až po rozdělení masných výrobků. Druhá část je všeobecněji zaměřena na vlivy, které rozhodují při nakupování potravin, jako je cena, země původu, značka, vlastní zkušenost a změny chování spotřebitele v ČR.

Druhá část práce spočívá v provedení dotazníkového šetření u producentů masa a masných výrobků a u spotřebitelů v Královéhradeckém kraji. Z osmi oslovených producentů mělo zájem spolupracovat šest. Při osobní schůzce byly vedeny strukturované rozhovory, které byly zaznamenávány do záznamového listu. Rozhovory byly vedeny v období od začátku do konce listopadu. Shrnující výsledky ze záznamových listů jsou poznamenány v práci. Dotazníkové šetření u spotřebitelů bylo provedeno u 112 osob, z toho 38 mužů a 74 žen. Dotazníky byly poskytovány od poloviny do konce listopadu 2014. Dotazníky pro spotřebitele byly vyplněny pomocí internetové aplikace Vyplňto.cz. Jednotlivé otázky byly v tabulkovém procesoru zpracovány do dílčích grafů. Zjištěné informace jsou zmíněny v teoretické části práce. Bakalářská práce byla zpracována jako dílčí součást realizace šetření pro Agrární komoru Královéhradeckého kraje, které budou také předány výsledky šetření spolu s doporučením.

Diskuze

Praktická část této práce byla rozdělena na dvě části. V části první bylo provedeno dotazníkové šetření u spotřebitelů se zaměřením na jejich zájem o regionální potraviny. Část druhá byla zaměřena na rozhovory s producenty v oblasti potravinářské výroby a kvality potravin. Strukturovaným rozhovorem s producenty bylo zaznamenáno velmi pozitivní zjištění, že jsou využívány výhradně domácí suroviny bez aditiv k výrobě jejich produktů. Dále bylo zjištěno, že menší producenti nemají velký zájem o různé soutěže a ocenění výrobků v porovnání s konkurencí. Zdůvodněno to bylo tím, že soutěže se

většinou konají v celostátním měřítku a tím nepřináší menšímu producentovi téměř žádný prospěch z případného ocenění. Je to dáno tím, že propagace oceněného výrobku probíhá opět na celorepublikové úrovni a to většinou ve větších městech. Pokud producent sídlí mimo tyto lokality, tak i při spokojenosti zákazníků s výrobkem na propagační akci a případném zájmu o výrobek je velmi problematické, aby se ke spotřebiteli produkt dostal. Spotřebitel samozřejmě nebude ochoten jezdit kvůli výrobku větší vzdálenosti. Proto by menší lokální producenti uvítali, kdyby soutěže probíhaly na okresní úrovni a propagace oceněného výrobku byla hlavně v dané lokalitě. Spotřebitel, který má zájem o výrobek si vzhledem k přijatelné dojezdové vzdálenosti, najde cestu do těchto obchodů. Při této motivaci lze předpokládat, že význam a snaha získat ocenění svého výrobku u menších producentů vzroste. Pro udržení dobrého jména kvalitního výrobku je pak nezbytná pravidelná kontrola dodržování kvality výrobků. Uvedené zjištění je stručně charakterizováno jako první doporučení pro Agrární komoru Královéhradeckého kraje. Jedná se především o organizaci a propagaci lokálních soutěží o značku kvality zboží a následné zajištění kontroly udržení kvality.

V dotazníkovém šetření se na otázku „*Z jakého důvodu nenakupujete místní/regionální produkty?*“ vyjádřilo celých 50% respondentů, že jich není dostatečná nabídka v obchodech, kde nakupují. Přičemž 60% dotázaných respondentů projevilo zájem o nákup regionálních produktů. Toto je poměrně zásadní zjištění, které by mělo směřovat především k podpoře zvýšené nabídky regionálních produktů. Zajímavé je i zjištění, že 41% spotřebitelů nakupuje regionální potraviny v obchodních řetězcích. S ohledem na množství a rozsáhlost obchodních řetězců lze říci, že nabídka regionálních potravin není v těchto řetězcích dostatečná. V této oblasti byla zaznamenána i výrazně rozdílná nabídka těchto produktů mezi jednotlivými obchodními řetězci. Proto lze formulovat další doporučení pro Agrární komoru Královéhradeckého kraje jako podporu zřizování tzv. kamenných obchodů přímo jednotlivými výrobci a realizaci projektů farmářských tržnic v daném regionu.

Dotazníkovou otázkou pro spotřebitele „*Využili byste informační zdroj, který by vám ukázal možnosti nákupu regionálních/místních potravin přímo u producentů v regionu včetně kontaktů?*“ bylo zjištěno, že 81% dotázaných uvedlo kladnou odpověď s tím, že nejčastější odpověď (57%) byla v podobě webové stránky. V současnosti webová stránka

Ministerstva zemědělství s regionálními produkty již existuje, ale z průzkumu vyplývá, že není příliš známá a velké množství lidí vůbec neví o její existenci. Jelikož je u spotřebitelů velký zájem o takové stránky, mělo by být cestou vhodné reklamy rozšířeno povědomí o její existenci. Tuto stránku by bylo vhodné také upravit, aby bylo dle požadavku spotřebitelů možné zjistit aktuální nabídku regionálních potravin v konkrétním městě. Jedná se o levnou a jednoduchou cestu umožňující spotřebitelům zjistit kde a jaké regionální potraviny sehnat. Vhodné by bylo také oslovit jednotlivé regionální výrobce, aby touto cestou propagovali své zboží.

Seznam použité literatury

1. HES A. a kolektiv. *Chování spotřebitele při nákupu potravin*. 1. vyd. Praha: Alfa Nakladatelství, 2008. 156 s. ISBN 978-80-87197-20-2
2. INGR I. *Produkce a zpracování masa*. 2 vyd. Brno: Mendelova univerzita, 2011. 202 s. ISBN 978-80-7375-510-2
3. KAMENÍK J. *Hygiena a technologie masa: trvanlivé masné výrobky*. 1. vyd. Brno: Veterinární a farmaceutická univerzita Brno, 2012. 117 s. ISBN 978-80-7305-602-5
4. MZE₁. *Označování potravin* [online]. Ministerstvo zemědělství ČR. © 2009 - 2015. [cit. 2014-10-18]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/oznacovani-potravin-a-obaly/>
5. MZE a ÚZEI₂. *Označování masných výrobků* [online]. Ministerstvo zemědělství a ústav zemědělské ekonomiky a informací. © 2012 [cit. 2014-11-26]. Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/92414.aspx>