

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze bakalářské práce

**Spotřebitel a nabídka pekárenských a cukrárenských výrobků
Královéhradeckého kraje**

2015

Petra IVANOVÁ

Souhrn

Tato bakalářská práce se zabývá nabídkou a poptávkou pekárenských a cukrárenských výrobků v Královéhradeckém kraji. Cílem práce je prostřednictvím dotazníkového šetření mezi spotřebiteli a strukturovaných rozhovorů vybraných producentů identifikovat, zda mezi zákazníky existuje skutečný zájem o regionální potraviny, případně jaké skupiny potravin spotřebitelé preferují a jaké skupiny jim v současné nabídce regionálních výrobců chybí. Zjištění aktuální poptávky je dáno do komparace s poznatky získanými ze strukturovaných rozhovorů s producenty, jako stranou nabídky.

Klíčová slova: spotřebitel, cukrárenské výrobky, pekařské výrobky, pekárna, nabídka, zájem, region, regionální potravina

Cíl práce

Cílem práce je identifikovat aktuální situaci nabídky regionálních produktů (pekárenské a cukrárenské výrobky) a poptávky spotřebitelů po těchto produktech na trhu Královéhradeckého kraje na základě zjištěných dat. Poté formulovat doporučení pro zvýšení konkurenceschopnosti malých pekařů.

Tato bakalářská práce má nejen zjistit hlavní cíl týkající se regionálních potravin, ale může sloužit i jako podkladový materiál pro Agrární komoru Královéhradeckého kraje a její další postupy a činnosti v oblasti regionálních potravin.

Metodika práce

Metodika práce spočívá zejména ve vytvoření teoretických východisek na základě dostupné literatury, právních předpisů, odborných metodik, internetových zdrojů, informací Agrární komory, Ministerstva zemědělství ČR a dalších relevantních institucí. V seznamu použitých zdrojů, jsou uvedeny všechny zdroje, které byly potřebné pro sepsání této práce.

Metodika vlastní práce proběhla ve dvou částech. První část zahrnuje dotazníkový průzkum, který proběhl mezi spotřebiteli Královéhradeckého kraje.

Druhá část metodiky vlastní práce se týká provedení strukturovaných rozhovorů u producentů pekárenských výrobků Královéhradeckého kraje.

Diskuze

V diskuzi se shrnuly otázky z dotazníků pro spotřebitele. Z dotazníků se vyhodnotilo, o co zákazník jeví zájem a co je pro něho důležitější při nákupu.

Například:

Jedním z nejčastějším faktorem při výběru potravin, byla chuť. Pokud člověku něco chutná, rád si to opakovaně kupuje a lze ho „zařadit“ do stálých zákazníků daného produktu. Podle strukturovaných rozhovorů, se regionální producenti snaží nabízet kvalitní a chutné výrobky, tak, aby měli co nejvíce věrných zákazníků.

Dle rozhovorů s producenty, jsou místní/regionální potraviny o něco málo dražší než výrobky dovážené ze zahraničí.

V jedné otázce se zjišťovalo, o jaký určitý regionální sortiment výrobků by měli spotřebitelé zájem. Mezi hlavní produkty bylo ovoce a zelenina, maso a pekárenské a cukrárenské výrobky. S těmito produkty se lze nejvíce setkat na farmářských trzích, které jsou výborným místem pro nákup místních/regionálních potravin. Určitě je dobré, že stále existují spotřebitelé, kteří chtějí podporovat domácí producenty, jen je potřeba, abych takovýchto zákazníků bylo více.

Z dotazníkového průzkumu je patrné, že mnoho spotřebitelů by jevílo zájem o více informačních zdrojů s regionálními/místními výrobky českých producentů.

Jak tištěné zdroje, tak i internetové stránky by mohly být zprostředkovány Regionální Agrární komorou Královéhradeckého kraje. Nejen tištěné a internetové zdroje, by mohly pomoci zvýšit zájem o regionální výrobky, ale i samotní producenti by měli věnovat více času na svoji propagaci a reklamu.

Závěr

Z výsledků provedených šetření je patrné, že spotřebitelé mají zájem o regionální potraviny. Výrobci se snaží proniknout do velkých obchodních řetězců, ale tyto řetězce mají nastaveny takové dodací podmínky (cena, lhůta dodání, trvanlivost, atd.), že je až nemožné pro místní výrobce tyto podmínky splnit.

Regionální producenti by měli vymyslet způsob, jak se co nejvíce přiblížit ke spotřebitelům. Jednou z možností je využívat tzv. pojízdnou prodejnu, díky které se regionální výrobky dostanou až na místa, kde o nich spotřebitelé ani nevědí. Producenti by se také mohli účastnit výstav, veletrhů či farmářských trhů. Mnoho spotřebitelů o místních producentech ani nevědí. Určitě doporučuji farmářské trhy, které bývají už častěji realizovány než dříve a hlavně jsou čím dál více populární.

Místní producenty by měla podpořit i Agrární komora. Mohla by pomoci v šíření informací o výrobě, kvalitě či době trvanlivosti regionálních potravin. Tato pomoc by mohla probíhat formou článků a reklam v místních tiskovinách.

Použitá literatura - Knižní zdroje

ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK, Regionální značení napříč Evropou: sdílení zkušeností v oblasti podpory regionálních produktů, Praha: Asociace regionálních značek, 2011, 152 s. ISBN 978-802-5495-063.

BABIČKA, Luboš, Průvodce světem potravin, 3. vydání, Praha: Ministerstvo zemědělství, 2012, 47 s., ISBN: 978-80-7434-086-4.

BLÁHA, Ludvík, Ivana KOPOVÁ a František ŠREK. Suroviny. Praha: Informatorium s.r.o., 2007, 257 s. 4. vydání. ISBN 978-80-7333-000-2.

HAMR, Karel Ing. *Bezpečnost potravin A-z: Chléb*. In: . Brno: Státní potravinářská a zemědělská inspekce, 2011.

HES, Aleš. *Chování spotřebitele při nákupu potravin*. 1. vyd. Praha: Alfa Nakladatelství, 2008, 156 s. Ekonomie studium. ISBN 978-80-87197-20-2.

HRNČÍŘOVÁ, Dana, Jolana Rambousková a kolektiv autorů. *Výživa a zdraví*. Praha: Ministerstvo zemědělství, odbor bezpečnosti potravin, 2012, 37 s. ISBN 978-807-4340-710.

KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Ekonomie pro strategické řízení: teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2004, xiii, 184 s. Beck pro praxi. ISBN 80-717-9885-1.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

MACÁKOVÁ, Libuše. *Mikroekonomie: základní kurz*. 10. vyd. Slaný: Melandrium, 2007, 275 s. ISBN 978-80-86175-56-0.

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ (MZe). Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015. Praha: Ministerstvo zemědělství ve spolupráci s Českou technologickou platformou pro ekologické zemědělství, 2011, 32 s. ISBN 978-807-4340-079.

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ (MZe). Katalog potravin oceněných značkou Regionální potravina 2014. Regionální potravina, 2014, 14 s

PŘÍHODA, Josef, Marcela SLUKOVÁ a Jaromír DŘÍZAL. *Chléb a pečivo*. 1. vyd. Praha: Sdružení českých spotřebitelů pro Českou technologickou platformu pro potraviny, 2013, 19 s. Jak poznáme kvalitu? ISBN 978-80-87719-11-4.

PŘÍHODA, Josef, Marie HRUŠKOVÁ a Pavel SKŘIVAN. *Cereální chemie a technologie*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická v Praze, 2003, 202 s. ISBN 80-708-0530-7.

RYŠÁVKOVÁ, Veronika. *Nový občanský zákoník úplně pro všechny*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 304 s. Právo pro každého (Grada). ISBN 978-80-247-5157-3.

SKOŘEPA, Ladislav. Regionální trh potravin. 1. vyd. České Budějovice: Jih pro Jednotu, spotřební družstvo České Budějovice, 2009, 235 s. ISBN 978-808-6266-183.

VLČEK, Josef. *Výkladový lexikon pojmů tržní ekonomiky*. Praha: Victoria Publishing, 1992, 215 s. ISBN 80-856-0526-0.

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 356 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

VYSEKALOVÁ, Jitka, Marcela SLUKOVÁ a Jaromír DŘÍZAL. *Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 283 s. Manažer. ISBN 80-247-0393-9.