

KONVENČNÉ VS. ALTERNATÍVNE PREDAJNE POTRAVÍN: PERCEPCIA SPOTREBITEĽOV NA SLOVENSKU

Petra Hencelová¹ – František Križan¹ –

Kristína Bilková² – Katarína Čuláková²

¹Katedra regionálnej geografie a rozvoja regiónov, Prírodovedecká fakulta,
Univerzita Komenského v Bratislave

²Geografický ústav SAV, v. v. i., Slovenská akadémia vied



Konvenčné predajne



Vznik pod vplyvom transformačných procesov

Typy obchodov ako hypermarket, supermarket a nákupné centrá.

Alternatívne predajne



Preorientovanie spotrebiteľov na hodnotu a kvalitu

Vznik tzv. alternatívnych potravinových sietí

Farmárske trhy, debničkový predaj a komunitné záhrady.

CIEĽ PRÍSPEVKU

Zhodnotiť nákupné správanie spotrebiteľov na Slovensku a ich percepcie na výrobky predávané vo veľkometrážnych predajniach a na farmárskych trhoch

01

V akom type obchodov najčastejšie nakupujú slovenskí spotrebiteľia potraviny, drogériu a iný bežný tovar dennej spotreby?

02

Akú percepciu majú slovenskí spotrebiteľia na veľkometrážne maloobchodné predajne typu supermarket a hypermarket?

03

Akú percepciu majú slovenskí spotrebiteľia na alternatívne potravinové siete?



METÓDY A DÁTA

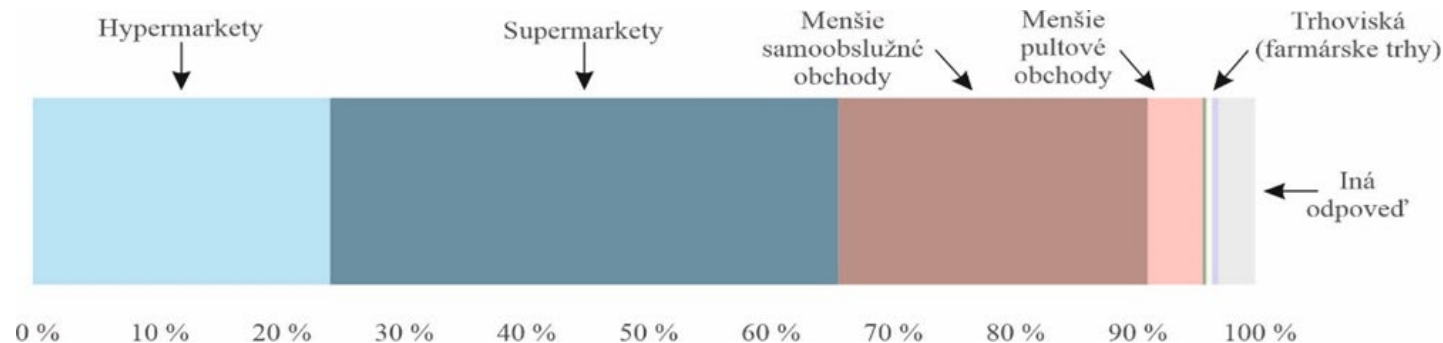
Zber dát

Testovanie hypotéz

Výsledky

Ukazovateľ	%	Ukazovateľ	%
		Pohlavie	
Muž	48,4	Slobodný/á	25,4
Žena	51,4	Ženatý/vydatá	62,1
		Rozvedený/á	6,1
		Vdovec/vdova	6,4
		Čistý mesačný osobný príjem	
ZŠ	12,5	do 300 €	8,0
SŠ bez maturity	27,0	301-500 €	21,2
SŠ s maturitou	37,4	501-700 €	25,4
VŠ	23,1	701-900 €	17,7
		901 € a viac	22,7
		Neuviedol	5,0
		Počet členov v domácnosti	
1	9,2		
2	31,5		
3	23,8		
4	23,0		
5 a viac	12,5		

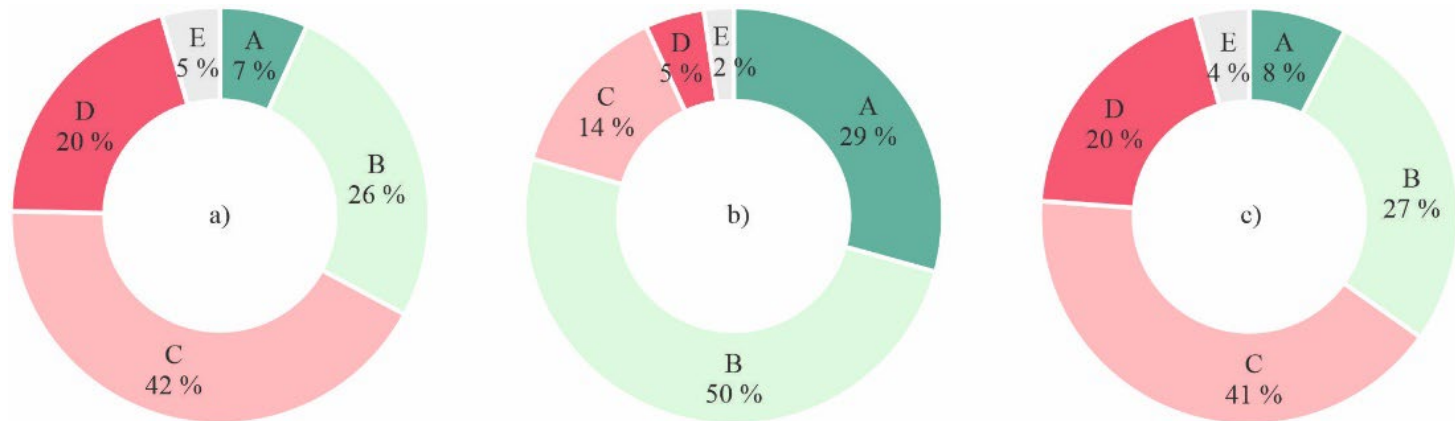
O1. V akom type obchodov najčastejšie nakupujú slovenskí spotrebitelia potraviny, drogériu a iný bežný tovar dennej spotreby?



O1. V akom type obchodov najčastejšie nakupujú slovenskí spotrebitelia potraviny, drogériu a iný bežný tovar dennej spotreby?

- Typ obchodu najčastejšieho nákupu a pohlavie - neexistuje štatisticky významný vzťah ($p=0,158$).
- Typ obchodu najčastejšieho nákupu a čistý mesačný osobný príjem spotrebiteľa - existuje štatisticky významný vzťah ($p<0,000$).
- Preferencia nákupu v supermarketoch
(spotrebitelia s čistým mesačným osobným príjmom nad 500 €).
- Preferencia nákupu v menších samoobslužných predajniach a menších pultových obchodoch
(spotrebitelia s čistým mesačným osobným príjmom do 500 €).

O2. Akú percepciu majú slovenskí spotrebitelia na veľkometrážne maloobchodné predajne typu supermarket a hypermarket?



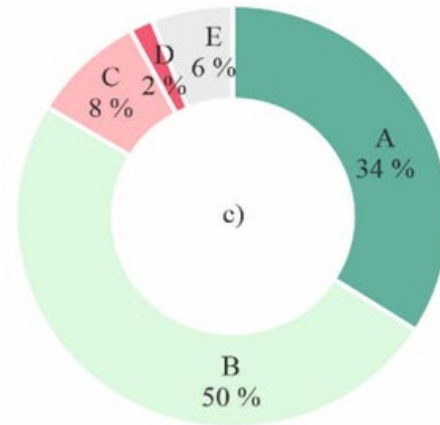
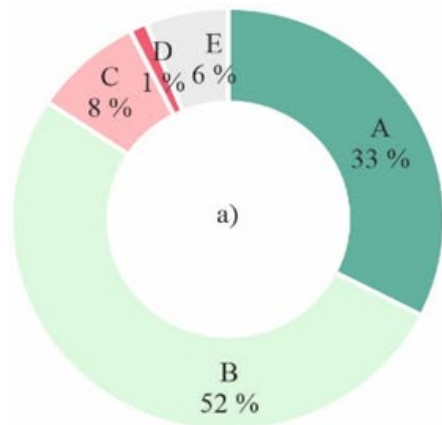
- a) Veľkometrážne predajne potravín ponúkajú zdravšie potraviny ako menšie predajne;
- b) Veľkometrážne predajne potravín ponúkajú lacnejšie potraviny ako menšie predajne;
- c) Veľkometrážne predajne potravín ponúkajú kvalitnejšie potraviny ako menšie predajne.

A: rozhodne súhlasím; B: skôr súhlasím; C: skôr nesúhlasím; D: rozhodne nesúhlasím; E: neviem

O2. Akú percepciu majú slovenskí spotrebiteľia na veľkometrážne maloobchodné predajne typu supermarket a hypermarket?

- Percepcia na veľkometrážne predajne a pohlavie - neexistuje štatisticky významný vzťah.
- Percepcia na veľkometrážne predajne a čistý mesačný osobný príjem - existuje štatisticky významná závislosť (zdravšie ($p=0,002$) a kvalitnejšie potraviny ($p=0,002$)).
- Supermarkety a hypermarkety ponúkajú zdravšie potraviny (*spotrebiteľia s čistým mesačným osobným príjmom nad 900 €*).
- Supermarkety a hypermarkety neponúkajú kvalitnejšie potraviny (*spotrebiteľia s čistým mesačným osobným príjmom do 500 €*).

O3. Akú percepciu majú slovenskí spotrebitelia na alternatívne potravinové siete?



- a) Výrobky predávané na farmárskych trhoch sú zdravšie ako výrobky v bežných obchodoch;
- b) Výrobky predávané na farmárskych trhoch sú lacnejšie ako výrobky v bežných obchodoch;
- c) Výrobky predávané na farmárskych trhoch sú kvalitnejšie ako výrobky v bežných obchodoch.

A: rozhodne súhlasím; B: skôr súhlasím; C: skôr nesúhlasím; D: rozhodne nesúhlasím; E: neviem

O3. Akú percepciu majú slovenskí spotrebitelia na alternatívne potravinové siete?

- Percepcia na farmárske trhy a čistý mesačný osobný príjem - neexistuje štatisticky významný vzťah.
- Percepcia na farmárske trhy (zdravšie a kvalitnejšie potraviny) a pohlavie - neexistuje štatisticky významný vzťah.
- Percepcia na farmárske trhy (lacnejšie ako v bežných obchodoch) a pohlavie - existuje štatisticky významný vzťah ($p=0,005$).
- Výrobky predávané na farmárskych trhoch sú lacnejšie ako výrobky v bežných obchodoch
Ženy rozhodne alebo skôr súhlasia, muži rozhodne alebo skôr nesúhlasia.

ZÁVER

- Slovenský spotrebiteľ preferuje veľkometrážne predajne potravín.
- Supermarkety a hypermarkety ponúkajú lacnejšie potraviny, avšak nie kvalitnejšie potraviny.
- Výrobky predávané na farmárskych trhoch sú vnímané ako zdravšie a kvalitnejšie.

- Slovenský spotrebiteľ = konzumná spoločnosť.



KONVENČNÉ VS. ALTERNATÍVNE PREDAJNE POTRAVÍN: PERCEPCIA SPOTREBITEĽOV NA SLOVENSKU

Petra Hencelová¹ – František Križan¹ –

Kristína Bilková² – Katarína Čuláková²

¹Katedra regionálnej geografie a rozvoja regiónov, Prírodovedecká fakulta,
Univerzita Komenského v Bratislave

²Geografický ústav SAV, v. v. i., Slovenská akadémia vied

