



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

teritoria EU 27 a mimo toto teritorium. Vedľa zmien v teritoriálnej štruktúre agrárneho obchodu je rovněž vŕnována pozornosť analýze vývoje hodnoty realizovanej agrárnej zahraničnej obchodnej smeny, ďalej sú analyzované vývoj kilogramových cien, objem realizovaných agrárnych exportů a importů a stručne je rovněž zmínená problematika komoditnej štruktúry realizovanej zahraničnej obchodnej smeny. Príspevek je zpracovaný v rámci výzkumného záměru VZ 6046070906, který byl udělen MŠMT ČR a na kterém autoři dlouhodobě spolupracují.

Klíčov́a slova: Visegradská skupina zemí, agrárni obchod, Evropská unie, hodnota, objem, vývoj, štruktúra

land and Ukraine. In: Agricultural market and trade: evidence and perspectives of V4 region and its neighbour – Ukraine, Warsaw 2008, p. 119–151.

WB, WDI online database. 2008. available at: ddp-ext.worldbank.org, accessed February 2009

International Trade Statistics. 2007. WTO. 2008. ISBN 978-92-870-3407-6

UN, Comtrade database. 2008. Available at: comtrade.un.org/db, accessed February 2009

Atlas économique mondial. 2007. Le nouvel Observateur, Paris 2007, Fortune, vol. 156, no. 2, July 23, 2007

International Financial Statistics, IMF, vol. 61, no. 4, April 2008

References

SVATOŠ, M. 2008. Selected trends forming European agriculture, In: Agric. Econ. – Czech, vol. 54, 2008, no. 3, p. 93–101

JENÍČEK, V. 2007. World commodity trade in the globalisation processes. In: Agric. Econ. – Czech, vol. 53, 2007, no. 3, p. 101–110

KUNEŠOVÁ, H. – CIHELKOVÁ, E. et al. 2006. Světová ekonomika ("World economy"), C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-455-4

VARADZIN, F. et al. 2004. Ekonomický rozvoj a růst ("Economic development and growth"), Praha : Professional Publ., 2004. ISBN 8086419614

SVATOŠ, M. – SMUTKA, L. 2008. The analysis of external trade development among the Czech Republic, Slovakia, Hungary, Po-

Contact address:

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc., Department of Economics, Faculty of Economics and Management, Czech University of Life Sciences Prague, Czech Republic, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6 – Suchbát, Česká republika, tel.: +420 224 38 4344, e-mail: svatos@pef.czu.cz

Ing. Luboš Smutka, Ph.D., Department of Economics, Faculty of Economics and Management, Czech University of Life Sciences Prague, Czech Republic, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6 – Suchbát, Česká republika, tel.: +420 224 38 2076, e-mail: smutka@pef.czu.cz

Acta oeconomica et informatica 2
Nitra, Slovaca Universitas Agriculturae Nitriae, 2009, s. 40–44

VNÍMANIE ROZDIELOV MEDZI DOMÁCIM A DOVOZOVÝM OVOCÍM MIERNEHO PÁSMIA SPOTREBITEĽMI NA SLOVENSKU: PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA Z NITRIANSKEHO REGIÓNU

SLOVAK CONSUMER'S PERCEPTION OF DIFFERENCES BETWEEN HOME MADE AND IMPORTED SOFT CLIMATE FRUIT: CASE STUDY FROM THE NITRA REGION

Mária ŠAJBIDOROVÁ, Zuzana ŠAJBIDOROVÁ, Jozef LUŠŇÁK

Slovenská poľnohospodárska univerzita

Fruit consumption and production in Slovakia has been very low for many years, and it is still decreasing. Paradoxically, population consumes less fruit than in 1990, although the supply of home made and imported fresh fruit has been improved. The aim of the paper is to identify and analyse the attitude and behaviour of the Slovak fruit consumers from the Nitra region on the base of questionnaire research focused on the consumers' perception of the differences between home-made and imported soft climate fruit. An association analysis was used to find out the dependence between individual answers and identification characteristics (sex, age, education, residence) of the respondents.

Key words: consumption, soft climate fruit, Nitra region, home production, import

Nízka produkcia ovocia na Slovensku má za následok neustále zvyšovanie objemu dovezeného ovocia do našej krajiny. Naopak, vývoz ovocia medziročne klesol. Hlavnou úlohou súčasného ovocinárstva na Slovensku je zabezpečiť vlastnou produkciou dostatok kvalitného ovocia, pre ktoré sú u nás vhodné pôdno-klimatické podmienky na pestovanie a napriek tomu sa do krajiny dováža ovocie, ktoré si vieme doma dopestovať. Najväčšie producentské krajiny ovocia vyvážajú spravidla 10–20% svojej výroby, ostatné

spotrebúvajú či spracúvajú v krajine. Či to bude podobne aj na Slovensku závisí od toho, ako rýchlo sa bude vedieť náš pestovateľ prispôbiť novým požiadavkám v rámci európskeho trhu, ale hlavne požiadavkám domáceho spotrebiteľa, ktorého dopyt ako aj kúpna sila sú rozhodujúce. Perspektívnosť trhu s ovocím na Slovensku spočíva v tom, že doterajšia domáca spotreba na obyvateľa je výrazne nižšia ako v krajinách EÚ a aj v porovnaní s Českou republikou.

Materiál a metódy

Cieľom príspevku je, na základe dotazníkového prieskumu, identifikovať a analyzovať správanie spotrebiteľov ovocia z nitrianskeho kraja, so zameraním sa na vnímanie rozdielov medzi ovocím mierneho pásma vyprodukovaným na Slovensku a týmto ovocím dovezeným zo zahraničia.

Dotazníkového prieskumu sa zúčastnilo celkom 255 respondentov. Štyria respondenti na prvú otázku dotazníkového prieskumu odpovedali záporne, čo automaticky znamenalo, že sa ďalej prieskumu nezúčastnili. Z toho dôvodu je použiteľná vzorka 251 respondentov a tvorí ju 108 mužov (43,03%) a 143 žien (56,97%). Na základe veku boli respondenti zatriedení do troch kategórií: 79 respondentov (31,47%) bolo vo veku do 25 rokov, vo veku 26–45 rokov bolo 89 respondentov (35,46%), 83 respondentov (33,07%) patrí do kategórií 46 a viac ročných. Z hľadiska vzdelania majú 3 respondenti (1,2%) základné vzdelanie, 20 respondentov (7,97%) učňovské, 145 respondentov (57,77%) stredoškolské a 83 respondentov (33,07%) vysokoškolské vzdelanie. Z analyzovanej skupiny respondentov je 49,0% zamestnaných, 3,59% podnikateľov, 6,37% nezamestnaných, 37,85% študentov a 3,19% dôchodcov. 47,81% analyzovaných respondentov žije v meste a 52,19% respondentov býva na vidieku.

Po spracovaní získaných informácií z dotazníkového prieskumu sa na základe asociačnej analýzy, ktorá umožňuje skúmanie vzťahov a závislostí medzi kvalitatívnymi znakmi zistovalo, či medzi odpoveďou na konkrétnu otázku a niektorým zo skúmaných identifikačných znakov (IZ) respondenta (pohlavie, vek, vzdelanie, osídlenie) existuje štatisticky preukazná závislosť. Systematicky sa skúmala závislosť medzi odpoveďami na vybrané dotazníkové otázky a jednotlivými identifikačnými znakmi.

Existenciu závislosti medzi znakmi sme overovali pomocou Chi kvadrát testu štvorcovej kontingencie, ktorý je založený na porovnaní empirických a teoretických početností pre každú kategóriu sledovaných znakov. Testovacie kritérium pre overovanie nulovej hypotézy H_0 , predpokladajúcej nezávislosť medzi danými kvalitatívnymi znakmi, vypočítame podľa nasledujúceho vzťahu:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(E_{ij} - T_{ij})^2}{T_{ij}}$$

kde:

- r – počet kategórií prvého znaku
- s – počet kategórií druhého znaku

- E_{ij} – reprezentuje zistenú početnosť v i -tom riadku a j -tom stĺpci
- T_{ij} – teoretická početnosť v i -tom riadku a j -tom stĺpci, ktorú vypočítame podľa už vopred stanoveného vzorca

Nulová hypotéza H_0 tvrdí, že medzi danými kvalitatívnymi znakmi nie je závislosť. Alternatívna hypotéza H_1 je opak H_0 , že existuje závislosť medzi uvažovanými kvalitatívnymi znakmi. Kritická hodnota χ^2_{tab} je α -kvantil χ^2 -testu so stupňami voľnosti $(r-1) \times (s-1)$. H_0 nezamietame, ak je vypočítaná hodnota testovacieho kritéria $\chi^2 < \chi^2_{\text{tab}}$, kde χ^2_{tab} je tabuľková hodnota nájdenná pri $(r-1) \times (s-1)$ stupňoch voľnosti.

Stanovená bola hypotéza, že: „Nákupné správanie spotrebiteľov ovocia z nitrianskeho regiónu závisí od identifikačných znakov týchto respondentov“, ktorá sa mala na základe výsledkov prieskumu a čiastkových hypotéz potvrdiť alebo zamietnuť.

Výsledky a diskusia

Spotreba ovocia mierneho pásma na Slovensku výrazne prevyšuje domácu produkciu a tento rozdiel neustále narastá, pretože pokles výroby ovocia je rýchlejší ako pokles spotreby. Domáca produkcia ovocia mierneho pásma a priama spotreba tohto ovocia sa časom znižuje, avšak znižuje sa aj podiel domácej produkcie ovocia mierneho pásma na priamej spotrebe ovocia mierneho pásma.

K zvráteniu tohto nepriaznivého stavu a k správne smerovaniu marketingových aktivít, prinášajúcich pre podnikateľské subjekty pozitívny výsledný efekt, je v neposlednom rade nutné poznať potenciálneho zákazníka. Preto sme sa v našom príspevku zamerali na analýzu postojov spotrebiteľského správania spotrebiteľa ovocia z nitrianskeho regiónu, konkrétne na vnímanie rozdielov medzi ovocím mierneho pásma vyprodukovaným na Slovensku a týmto ovocím dovezeným zo zahraničia.

Na úvodnú otázku v dotazníkovom prieskume „Konzumujete ovocie mierneho pásma?“ odpovedalo kladne 251 respondentov z 255 opýtaných, ktorých odpovede na nasledujúce otázky sú predmetom nášho ďalšieho skúmania.

Názor respondenta na označenie ovocia, uverejňované informácie o predávanom ovocnom druhu v predajniach na Slovensku

Na základe uvedej otázky dotazníkového prieskumu nás zaujíma názor respondenta na dostatočnosť označovania ovocia a uverejňovania informácií o ovoci v predajniach ako je trieda kvality, krajiny pôvodu, odrody a ovocného druhu. Ako sa respondent zaujíma o tento druh informácií a aká je aktuálna situácia v slovenských predajniach podľa oslovených respondentov, dokumentuje tabuľka 1.

Tabuľka 1 Názor respondenta na označovanie ovocia podľa pôvodu, odrody, druhu a triedy kvality

Označenie (1)	Pôvod (2)		Odroda (3)		Druh (4)		Tr. kvality (5)	
	Počet (11)	%	Počet (11)	%	Počet (11)	%	Počet (11)	%
Dostatočné (6)								
Dostatočné (7)	112	44,62	89	35,46	131	52,19	119	47,41
Nedostatočné (8)	82	32,67	83	33,07	50	19,92	85	33,86
Neviem, nezaujímam sa (9)	57	22,71	79	31,47	70	27,89	47	18,73
Spolu (10)	251	100	251	100	251	100	251	100

Zdroj: Dotazníkový prieskum spotrebiteľov ovocia v nitrianskom regióne – vlastný výskum, 2008

Source: Questionnaire research in Nitra region – own research, 2008

Table 1

Respondent's opinion on labelling fruit origin, sort, variety, and quality

(1) labelling, (2) origin, (3) sort, (4) variety, (5) quality, (6) sufficiency of labeling, (7) sufficient, (8) not sufficient, (9) I do not know, I'm not interested in it (10) total, (11) amount

Z uverejnených výsledkov skúmania vidíme, že z hľadiska dostatočnosti označenia bolo najviac respondentov spokojných s uvádzaním údajov o „druhu“ predávaného ovocia, ktorý za dostatočný považuje 52,19% opýtaných respondentov. Naopak, najmenej respondentov z hľadiska dostatočnosti označenia uviedlo odrodu. Za dostatočné považuje označenie odrody v slovenských obchodoch iba 35,46% respondentov. Na základe výsledkov skúmania je respondent najspokojnejší s označovaním druhu potom triedy kvality, nasleduje informácia o krajine pôvodu a ako najhoršie označovaná sa v konečnom dôsledku umiestnila odroda. Názor respondenta na jeho spokojnosť s označovaním triedy kvality závisí od vidieckeho alebo mestského osídlenia tohto respondenta. Tvrdíme to na základe výsledkov asociačnej analýzy a potvrdení čiastkovej hypotézy, po prijatí alternatívnej hypotézy o závislosti odpovede na príslušnú otázku a identifikačného znaku respondenta – osídlenie, ktorá sa nám ako jediná potvrdila. Ďalšie čiastkové hypotézy o závislosti sa nám nepotvrdili.

Tabuľka 2 Testovanie závislosti

Kontingenčná tabuľka (1)	χ^2 vypočítané (2)	χ^2 tabuľkové (3)	H ⁰ (4)
Osídlenie (5)	6,708	5,991465	zamietá sa (6)

Zdroj: Vlastné výpočty
Source: Own calculations

Table 2

Dependence testing
(1) contingency table, (2) χ^2 calculated, (3) table χ^2 , (4) H⁰ hypothesis, (5) residency, (6) rejected

χ^2 vypočítané má vyššiu hodnotu ako χ^2 tabuľkové, preto zamietame nulovú hypotézu a prijímame alternatívnu hypotézu. Znamená to, že existuje štatisticky významná závislosť medzi odpoveďou na otázku a identifikačným znakom osídlenie.

Porovnanie domáceho a importovaného ovocia z hľadiska sortimentu, množstva a kvality

V ponukách maloobchodných, ale aj veľkoobchodných sietí sa nachádza ovocie mierneho pásma domáceho ako aj zahraničného pôvodu. V priebehu roka sa zastúpenie jednotlivých ovocných druhov podľa pôvodu, ako aj ich vzájomný pomer, mení. Naším cieľom je skúmať subjektívne názory oslovených respondentov, ktorí sa vyjadrili k otázkam dostatočného zastúpenia domáceho, teda slovenského ovocia v porovnaní s dovozovým ovocím z hľadiska sortimentu, množstva a kvality. Jednotlivé názory respondentov sú spracované v tabuľke 3.

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že so zastúpením slovenského ovocia z hľadiska sortimentu boli respondenti nespokojní najviac. Tento názor zastáva 56,97% respondentov, ktorí vy-

jadřili nespokojnosť aj s pomerom množstva ovocia domáceho a ovocia zahraničného pôvodu, tvoriaceho celkovú ponuku ovocia. Až 49,40% respondentov je presvedčených, že podiel slovenského ovocia na celkovej ponuke ovocia je nedostatočný. Najlepšie výsledky dosiahlo domáce ovocie pri tretej skúmanej kategórii – kvalite. 35,46% respondentov je presvedčených, že slovenské ovocie je v predajniach zastúpené v dostatočnej kvalite, v porovnaní s kvalitou ovocia z dovozu. Tento názor nezdieľa 33,47% respondentov, čo je len o 1,99% respondentov menej. Avšak toto množstvo nespokojných respondentov je najmenšie vzhľadom na všetky tri skúmané kategórie (sortiment, množstvo a kvalitu). Ovocie domáceho pôvodu predajne na Slovensku ponúkajú v dostatočnej kvalite, ale v menšom množstve a ešte užšom sortimente.

Čiastkové hypotézy o závislosti odpovede na otázku a skúmaných identifikačných znakov respondentov (pohlavie, vek, osídlenie a vzdelanie) sa ani v jednom prípade nepotvrdili.

Kvalita ovocia vyprodukovaného na Slovensku v porovnaní s ovocím zo zahraničia

Pri predprieskume sme zistili, že pre slovenského spotrebiteľa je ako ukazovateľ kvality najpodstatnejšia chuť, zrelosť, zdravotná nezávadnosť a vzhľad. Stretli sa aj s názormi, že slovenské ovocie (zelenina) je chuťou a vôňou oveľa výraznejšie a tiež celkovo zdravšie. Z toho vyplýva, že práve pre týchto respondentov by malo byť domáce ovocie kvalitnejšie a preferovanejšie. Nasledujúcim prieskumom sme si overoval túto hypotézu. V tabuľke 4 sú uvedené dosiahnuté výsledky tejto časti prieskumu.

Tabuľka 4 Názor respondenta na kvalitu slovenského ovocia a zahraničného ovocia

Názor na kvalitu SR ovocia (1)	Počet (2)	%
Horšie – menej kvalitné pre: (3)	12	4,78
– horší vzhľad (4)	10	3,98
– iné (5)	2	0,80
Porovnateľné (6)	147	58,57
Lepšie – kvalitnejšie, pretože je: (7)	92	36,65
– chutnejšie (8)	73	29,08
– zdravšie (9)	45	17,93
– iné (5)	13	5,18

Zdroj: Dotazníkový prieskum spotrebiteľov ovocia v nitrianskom regióne – vlastný výskum, 2008

Source: Questionnaire research in Nitra region – own research, 2008

Table 4

Respondent's opinion on quality of the Slovak and imported fruit

(1) opinion on Slovak fruit quality, (2) amount, (3) worse, worse quality because of, (4) worse appearance, (5) other, (6) comparable, (7) better quality because of, (8) more tasteful, (9) healthier

Tabuľka 3 Názor respondenta na zastúpenie domáceho ovocia v predajniach z hľadiska sortimentu, množstva a kvality

Skúmané kategórie (1)	Sortiment (2)		Množstvo (3)		Kvalita (4)	
	Počet (10)	%	Počet (10)	%	Počet (10)	%
Dostatočnosť zastúpenia (5)						
Áno je dostatočné (6)	65	25,90	80	31,87	89	35,46
Nie je nedostatočné (7)	143	56,97	124	49,40	84	33,47
Neviem posúdiť (8)	43	17,13	47	18,73	78	31,08
Spolu (9)	251	100	251	100	251	100

Zdroj: Dotazníkový prieskum spotrebiteľov ovocia v nitrianskom regióne – vlastný výskum, 2008

Source: Questionnaire research in Nitra region – own research, 2008

Table 3

Respondent's opinion on home fruit share in assortment, quantity and quality in Slovak shops

(1) analyzed categories, (2) assortment, (3) quantity, (4) quality, (5) sufficiency, (6) yes, it's sufficient, (7) no, it's not sufficient, (8) I do not know, (9) total, (10) amount

Ovocie vypestované na Slovensku považuje 36,65% respondentov za kvalitatívne lepšie ako ovocie mierneho pásma dovezené na pulty obchodov zo zahraničia. Odôvodnením 29,08% respondentov je, že domáce ovocie je chutnejšie. 17,93% oslovených respondentov, ktorí považujú domáce ovocie za kvalitnejšie, verí, že domáce ovocie je aj zdravšie.

Až 58,57% respondentov považuje ovocie mierneho pásma vypestované na Slovensku za kvalitatívne porovnateľné s ovocím zo zahraničia, ktoré je ponúkané v obchodnej sieti na Slovensku.

Za kvalitatívne horšie považuje domáce ovocie 4,78% respondentov, ktorí ako dôvod uvádzajú hlavne horší vzhľad a poškodenia. Kvalitné slovenské ovocie, ktoré má pekný vzhľad a chuť, sa v prevažnej miere exportuje za vyššiu cenu. V obchodných reťazcoch na Slovensku sa takmer nevyskytuje, pretože cenovo nedokáže konkurovať ovociu zo zahraničia.

Podobne ako pri predchádzajúcej otázke, ani pri tejto sa nám žiadna čiastková hypotéza o závislosti odpovede a identifikačného znaku nepotvrdila.

Preferovaný pôvod ovocia pri nákupe a konzumácii ovocia

Pri tejto otázke sa snažíme zistiť, koľko respondentov uprednostňuje pri nákupe a konzumácii práve domáce ovocie. Touto otázkou si chceme overiť aj predchádzajúce tvrdenia respondentov. V tabuľke 5 sú uvedené odpovede na otázku, či respondenti uprednostňujú pri nákupe domáce ovocie mierneho pásma pred ovocím dovezeným zo zahraničia.

Tabuľka 5 Preferovanie domáceho ovocia mierneho pásma vypestovaného v SR

Spotrebiteľské správanie (1)	Počet (2)	%
Áno, uprednostňujem (3)	197	78,48
Nie, neuprednostňujem (4)	54	21,51
Spolu (5)	251	100

Zdroj: Dotazníkový prieskum spotrebiteľov ovocia v nitrianskom regióne – vlastný výskum, 2008

Source: Questionnaire research in Nitra region – own research, 2008

Table 5

Prefering home-made fruit

(1) consumer behaviour, (2) amount, (3) yes, I prefer, (4) no, I do not prefer, (5) total

Až 78,48% respondentov tvrdí, že pri nákupe uprednostňujú domáce – slovenské ovocie mierneho pásma pred dovezeným zo zahraničia. Avšak z predchádzajúcich výsledkov skúmania vyplýva, že krajina pôvodu pri nákupe ovocia zaujíma najviac 64,94% respondentov.

Takéto zistenie je dôsledkom prehnaneho a nepravdivého patriotizmu. Slovenský spotrebiteľ rád a s obľubou o sebe tvrdí, aký je Slovák a proslovenský. Jeho správanie je v skutočnosti iné a len výnimočne sa správa tak, ako tvrdí v tejto časti dotazníkového prieskumu. Uprednostňovanie produktu z domácej produkcie nie je až pre takto veľkú skupinu spotrebiteľov pravidlom. Skôr naopak, takéto správanie sa slovenského spotrebiteľa je oveľa zriedkavejšie.

Dôveryhodnejšie znie tvrdenie 21,51% respondentov, ktorí uviedli, že nedávajú prednosť slovenskému ovociu pred dovezeným. Ich najčastejším argumentom je, že pôvod nerozlišujú a ani nerozhoduje. Druhá najpočetnejšia skupina respondentov je tá, ktorá tvrdí, že ich zaujíma hlavne cena a vzhľad. Ďalšou skupinou sú respondenti, ktorí hľadajú kvalitu a pôvod ovocia nie je pre nich rozhodujúci. Nasledujú názory ako: „Ak sa mi minie vlastné ovocie, kúpim čo je v ponuke“, „Ovocia zo zahraničia je v ponuke viac a je častejšie zastúpené“.

Preferovanie nákupu domáceho ovocia v porovnaní s ovocím zo zahraničia závisí od veku (predošlej skúsenosti) respondenta – spotrebiteľa. Teda potvrdila sa nám čiastková hypotéza o závislosti odpovede na príslušnú otázku a identifikačným znakom vek respondenta. Ďalšie čiastkové hypotézy o závislosti sa nám nepotvrdili.

Tabuľka 6 Testovanie závislosti

Kontingenčná tabuľka (1)	χ^2 vypočítané (2)	χ^2 tabuľkové (3)	H ⁰ (4)
Vek respondenta (5)	6,244511	5,991465	zamietajú sa (6)

Zdroj: Vlastné výpočty

Source: Own calculations

Table 6

Dependence testing

(1) contingency table, (2) χ^2 calculated, (3) table χ^2 , (4) H⁰ hypothesis, (5) age of respondent, (6) rejected

χ^2 vypočítané má vyššiu hodnotu ako χ^2 tabuľkové, preto zamietame nulovú hypotézu a prijímame alternatívnu hypotézu. Znamená to, že existuje štatisticky významná závislosť medzi odpoveďou na otázku a identifikačným znakom veku respondenta.

Ochota zaplatiť viac za ovocie slovenského pôvodu

V tejto časti výskumu dopĺňame a potvrdzujeme už predošlé zistenia, zamerané na uprednostňovanie ovocia z domácej produkcie. Zamerali sme sa na doplnenie bezprostredne predchádzajúcej časti. Viac ako 95% oslovených respondentov je presvedčených, že domáce – slovenské ovocie je minimálne tak kvalitné ako ovocie z dovozu a 78,49% respondentov pri nákupe a konzumácii uprednostňuje ovocie vypestované na Slovensku. Priam ideálne predpoklady pre úspech slovenského pestovateľa ovocia. Preto nás zaujímalo, či je respondent aj ochotný zaplatiť za tento produkt viac a ak áno, o koľko. Výsledky zistenia sú veľmi zaujímavé, čo dokumentuje aj tabuľka 7.

Až 62,15% respondentov uviedlo, že sú ochotní zaplatiť o 1 až 5 Sk viac za kilogram ovocia vypestovaného na Slovensku ako za rovnaké ovocie mierneho pásma zahraničného pôvodu. Na-

Tabuľka 7 Ochota respondenta zaplatiť viac za ovocie vypestované v SR

Ochota platiť viac (1)	Počet (2)	%
Áno (3)	156	62,15
– max. o 1 Sk.kg ⁻¹ (4)	48	19,12
– max. o 2 Sk.kg ⁻¹ (5)	26	10,36
– max. o 3 Sk.kg ⁻¹ (6)	34	13,55
– max. o 4 Sk.kg ⁻¹ (7)	31	12,35
– max. o 5 Sk.kg ⁻¹ (8)	17	6,77
Nie (9)	95	37,85
– min. za rovnakú cenu (10)	92	36,65
– min. o 1 Sk.kg ⁻¹ nižšiu (11)	2	0,80
– min. o 2 Sk.kg ⁻¹ nižšiu (12)	1	0,40
Spolu (13)	502	200

Zdroj: Dotazníkový prieskum spotrebiteľov ovocia v nitrianskom regióne – vlastný výskum, 2008

Source: Questionnaire research in the Nitra region – own research, 2008

Table 7

Consumer acceptance to pay more for the fruit grown in Slovakia

(1) acceptance to pay more, (2) amount, (3) yes, (4) max. 1 Slovak crown per kilogram more, (5) max. 2 Slovak crowns per kilogram more, (6) max. 3 Slovak crowns per kilogram more, (7) max. 4 Slovak crowns per kilogram more, (8) max. 5 Slovak crowns per kilogram more, (9) no, (10) for the same price, (11) min. 1 Slovak crown per kilogram less, (12) min. 2 Slovak crowns per kilogram less, (13) total

opak, 37,85% respondentov nie je ochotných platiť viac za rovnaký produkt z domácej produkcie v porovnaní so zahraničným. Presnejšie, 36,65% respondentov nie je ochotných platiť o nič viac za domáce ako za zahraničné ovocie, ktoré je rovnakého alebo podobného druhu, odrody, vzhľadu, a ďalších senzoric- kých vlastností, ale so zásadným rozdielom v krajine pôvodu.

Dvaja respondenti si kúpia ovocie slovenského pôvodu len ak bude o 1 Sk.kg⁻¹ lacnejšie ako rovnaké alebo porovnateľné ovocie dovezené zo zahraničia. Jeden respondent uviedol, že slovenské ovocie by muselo byť až o 2 Sk.kg⁻¹ lacnejšie.

Čiastkové hypotézy o závislosti odpovede a skúmaných identifikačných znakov respondentov (pohlavie, vek, osídlenie a vzdelanie) sa nám pri tejto otázke ani v jednom prípade nepotvrdili.

Záver

V časti príspevku pod názvom „Cieľ a metodika“ bola stanovená hypotéza: „Nákupné správanie spotrebiteľov ovocia z nitrianskeho regiónu závisia od identifikačných znakov týchto respondentov“, ktorá sa mala na základe výsledkov prieskumu a čiastkových hypotéz potvrdiť alebo zamietnuť.

Na základe výsledkov uskutočnených asociačných analýz a následného overovania čiastkových hypotéz pri jednotlivých dotazníkových otázkach konštatujeme, že hlavná hypotéza sa nám potvrdila čiastočne, na základe prijatia čiastkových hypotéz a to v uvedených konkrétnych dvoch prípadoch:

1. spokojnosť respondenta s označovaním triedy kvality závisí od osídlenia,
2. preferovanie slovenského ovocia, v porovnaní s ovocím zo zahraničia, závisí od veku respondenta.

Súhrn

Spotreba, ako aj výroba ovocia je na Slovensku už roky nízka a naďalej z roka na rok klesá. Paradoxne dnes obyvateľstvo spotrebúva menej ovocia ako v roku 1990, hoci ponuka, čerstvého ovocia z domácej produkcie i z dovozu zo zahraničia, sa neporovnateľne zvýšila. Príspevok na základe vyhodnotenia dotazníkového prieskumu identifikuje a analyzuje postoje a správanie slovenského spotrebiteľa ovocia konkrétne z nitrianskeho regiónu, so zameraním sa na vnímanie rozdielov medzi ovocím mierneho pásma vyprodukovaným na Slovensku a týmto ovo-

cím dovezeným zo zahraničia. Následne sa využitím asociačnej analýzy zisťovala závislosť jednotlivých odpovedí na otázky z dotazníka a identifikačnými znakmi respondenta (pohlavie, vek, vzdelanie, osídlenie).

Kľúčové slová: spotreba, ovocie mierneho pásma, domáca produkcia, dovoz, nitriansky región

Literatúra

- AGRESTI, A., 1990. Categorical Data Analysis, John Wiley a Sons, 1990.
- MATOŠKOVÁ, D. et al. 2008. Dealing with business problems and market opportunities for slovak food products. Bratislava : RIAFE, 105 p. ISBN 978-80-8058-484-9.
- LUŠŇÁK, J. 2005. Marketing výroby a odbytu ovocia vo vybranom regióne SR. Dizertačná práca. Nitra : SPU, 2008. 165 s.
- NAGYOVÁ, L. 2002. Communication process level in chosen food enterprise. In proceedings of reviewed articles of international scientific conference „Competitiveness, business structures and planing in Agro sector“. Nitra : SPU, 144 p. ISBN 80-7137-997-2.
- STEHLÍKOVÁ, B. 2005. Štatistická analýza kvalitatívnych dát: Testy nezávislosti znakov. 1. vydanie. Nitra : SPU, 2005. s. 56–58. ISBN 80-8069-537-7
- ŠAJBIDOROVÁ, Z. – LUŠŇÁK, J. 2007. Analýza spotreby ovocia mierneho pásma v SR. In Mladá veda 2007 – Račková dolina: zborník vedeckých prác z medzinárodnej vedeckej konferencie mladých vedeckých pracovníkov a doktorandov. [CD ROM]. Nitra : SPU, 2007. ISBN 978-80-8069-970-3
- ŠIMO, D. 2006. Agrárny marketing. Nitra : SPU, 2006. 301 s. ISBN 80-7137-709-0
- Working notes on the common agricultural policy : Fruit and vegetables. Brussel : European Commission, 1996. 64 p. ISBN 92-827-7567-4
- www.vuepp.sk

Kontaktná adresa:

doc. Ing. Mária Šajbidorová, PhD., Katedra manažmentu, Fakulta ekonomiky a manažmentu, SPU v Nitre, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, tel.: 037/641 41 39, e-mail: maria.sajbidorova@fem.uniag.sk

Ing. Zuzana Šajbidorová, PhD., Katedra marketingu, Fakulta ekonomiky a manažmentu, SPU v Nitre, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, tel.: 037/641 41 71, e-mail: zuzana.sajbidorova@fem.uniag.sk