

VNÍMANIE KVALITY JEDLÝCH OLEJOV SPOTREBITEĽMI V SR

Nagyová, L., Rovný, P., Stávková, J.

Došlo: 13. srpna 2010

Abstract

NAGYOVÁ, L., ROVNÝ, P., STÁVKOVÁ, J.: *Consumer perception of edible oils quality in SR*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2010, LVIII, No. 6, pp. 329–334

The aim of the paper is to highlight the perception of the quality of edible oils and preferences of the Slovak consumers for the oil purchase as well as the factors that can affect the purchase of oil, respectively the consumer decision-making. In order to obtain primary data was used the method of questionnaire investigation. In the questionnaire research there were 664 respondents from all over Slovakia involved. The results of marketing research showed the different approaches to assessing the quality by Slovak consumers. Nearly 54% of respondents connect the food quality with health certificate, high-quality ingredients and freshness. Brand quality SK is known by 58% of respondents. The raw material from which is oil produced, oil clarity, thermal stability and color are features that respondents prefer when purchasing the edible oils. To know the content of essential fatty acids was interesting only for 7.44% of the respondents. Slovak consumers prefer sunflower, olive and rapeseed oil.

quality, edible oils, consumer behaviour, questionnaire

Tuky sú nielen významnou a prirodzenou zložkou potravín, ale zároveň dôležitou surovinou na ich výrobu. Z nutričného hľadiska sú tuky zdrojom potrebných živín ako sú mastné kyseliny a vitamíny, podieľajú sa na tvorbe hormónov a na správnej funkcii mozgu. Tuky sú jednou z hlavných energetických zložiek potravy. Obsahujú dva krát viac energie ako bielkoviny alebo sacharidy (Babička, 2010).

Tuky patria medzi živiny, bez ktorých sa ľudský organizmus nezaobíde. Vo vyspelých krajinách sa podiel tukov v strave dospelého človeka odhaduje až na 42%. Podľa vyjadrenia odborníkov by tuky mali predstavovať maximálne 30% podiel z celkovej dennej prijatej energie, čo je 60 až 80g. Jednu tretinu z tohto množstva by mali tvoriť živočíšne tuky a zvyšné dve tretiny rastlinné tuky a oleje. Rastlinné oleje nie sú len zdrojom energie, ale aj zdraviu prospešných látok. Ich absencia je spojená s nedostatkom vitamínov A, D, E, K, rozpustných v tukoch [8].

Potravinárske alebo jedlé oleje sú rastlinné kvaľpalné mastné kyseliny, triacylglyceroly (lipázy). Môžu mať jednu, alebo viac nenasýtených väzieb

(čím ich je v reťazci viac, tým je olej tekutejší). V rastlinách olej slúži ako zásobáreň energie pre rastlinu, alebo jej semená. Používa sa na tepelnú úpravu potravín, alebo ako potravinová prísada. Stúžovaním sa z neho vyrába margarín [7].

Tuky rastlinného pôvodu obsahujú väčšie množstvo nenasýtených mastných kyselín, ktoré pôsobia priaznivo na látkovú výmenu, znižujú krvný tlak, zrážanlivosť krvi a znižujú hladinu cholesterolu. Medzi rastlinné tuky zaraďujeme oleje (sójový, repkový, slnečnicový, olivový, palmový a pod.) alebo tzv. stužené tuky vyrábané z olejov (Babička, 2010).

Vývoj podielu jednotlivých druhov tukov a olejov na českom trhu ovplyvňujú životný štýl, cena a v neposlednom rade nákupy v akciových cenách (Karlíková, 2010).

V európskom a svetovom priestore majú olejiny významné postavenie. Medzi rozhodujúce patrí sója, repka olejná, bavlna, podzemnica olejná, slnečnica, kokosová dužina, palmové jadrá, a ďalšie. K najväčším producentom olejín na svete možno zaradiť USA a Brazíliu (sója), Argentínu (slnečnica), Európu, Čínu a Kanadu (repka olejná). Dominantné

postavenie vo výrobe olejov v svetovom meradle má sója. Produkcia tukov a olejov vo svete zaznamenala rastúci trend. V roku 2008/2009 sa ich vyrobilo 131,8 mil. t. Predpokladá sa, že produkcia sa bude naďalej zvyšovať. Najväčšie zastúpenie vo výrobe olejov má palmový (32%) a sójový olej (32%), významné postavenie má aj repkový a slnečnicový olej (Šimo, 2010).

MATERIÁL A METÓDY

Cieľom príspevku je poukázať na vnímanie kvality jedlých olejov a ich preferenciu pri kúpe slovenským spotrebiteľom a faktory, ktoré ho ovplyvňujú pri kúpe olejov, resp. jeho spotrebiteľské rozhodovanie.

Za účelom splnenia stanoveného cieľa boli preštudované práce domácich a zahraničných autorov zaoberajúcich sa analyzovanou problematikou. V príspevku sú publikované výsledky projektu aplikovaného výskumu AV 566/01110 „Objektivizácia parametrov kvality potravín a ich vplyv na spotrebiteľa.“

Za účelom získania primárnych údajov bola použitá metóda dotazníkového šetrenia. Poznanie spotrebiteľského potenciálu je súčasťou analýzy skúmanej problematiky na získanie poznatkov o motívoch správania sa spotrebiteľa na trhu a jeho vzťahu ku kvalite potravín.

Primárne údaje boli získavané osobným dopytovaním s písomným zaznamenávaním do vopred pripravených dotazníkov na území celého Slovenska. Overenie správnosti a zrozumiteľnosti otázok, ako aj ich doplnenie bolo realizované prostredníctvom pilotáže. Do prieskumu bolo zapojených 664 respondentov z územia celého Slovenska. Dotazník pozostával z dvoch častí – informácií o produktoch a informácií o respondentoch. Informácie o produktoch sa týkali kvality potravín a jedlých olejov. Informácie o respondentoch boli zamerané na pohlavie, vek, vzdelanie, pracovné zaradenie, čistý mesačný príjem rodiny, počet členov rodiny, bydlisko a kraj respondentov (Foret, Stávková, 2003).

Údaje získané dotazníkovým prieskumom boli spracované prostredníctvom softvérového produktu MS Excel 2000.

Pri spracovávaní príspevku boli použité metódy analýzy, syntézy, porovnania.

Časový horizont výskumu spadá do rokov 2008–2009.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Spracovanie výsledkov marketingového prieskumu

Informácie o respondentoch

Do dotazníkového prieskumu bolo zapojených 664 respondentov z celého územia Slovenska. Primárne údaje boli získané osobným šetrením, náhodným výberom respondentov. Z celkového počtu opýtaných bolo 63% žien a 37% mužov, nakoľko

sa vychádzalo z predpokladu, že nákup potravín do domácností zabezpečujú predovšetkým ženy.

Najviac zastúpenou bola veková kategória od 36–45 rokov (29,82%). Vo vekových kategóriách do 25 rokov (19,28%), 26–35 rokov (16,11%) a 46–55 rokov (18,98%) bolo približne rovnaké zastúpenie, s viac ako sto respondentmi. V kategórii 66 a viac ročných bolo do prieskumu zapojených najmenej, 42 opýtaných (6,33%).

Vzhľadom na vzdelanie mali najvyššie zastúpenie respondenti so stredoškolským (45,33%) a vysokoškolským vzdelaním (33,28%), najmenej ich bolo so základným vzdelaním (3,16%).

Z celkového počtu respondentov tvorili 4% nezamestnaní. Z hľadiska funkčného zaradenia na pracovisku bolo najviac administratívnych pracovníkov (20%), 17% zamestnancov pracovalo v štátnej správe, 12% v robotníckych profesiách, 9% v podnikateľskej sfére a zhodne po 5% bolo manažérov a učiteľov. Študenti stredných a vysokých škôl sa na prieskume podieľali 15% a dôchodcovia 9%.

Podľa čistého mesačného príjmu rodiny malo 22% opýtaných príjem do 500 €, 20% od 501 do 665 €, kategória s najvyšším príjmom (viac ako 1 327 €) bola zastúpená 12%.

Najvyšší percentuálny podiel (27%) predstavovali respondenti žijúci v 2–členných, resp. 4–členných rodinách, osamelo žijúcich osôb bolo 13% a viac ako 2% opýtaných žili v rodinách s viac ako 5 členmi.

Zo 664 opýtaných žilo 59% v meste a 41% na vidieku. Najvyššie zastúpenie mali respondenti Nitrianskeho (27%), Banskobystrického (16%) a Bratislavského samosprávneho kraja (14%), zhodne, po viac ako 8%, zástupcovia Žilinského, Košického a Trenčianskeho kraja.

Informácie o produktoch

Nakoľko témou príspevku je vnímanie kvality jedlých olejov, autorov zaujímali odpovede respondentov na otázku čo si predstavujú pod pojmom kvalita potravín. Nakoľko sa jedná o otvorenú otázku, jednotlivé odpovede respondentov sú uvedené v tab. I. Najviac, 20,18% opýtaných spája kvalitu potravín so zdravotnou nezávadnosťou, 17,62% s kvalitnými surovinami a 16,11% s čerstvosťou. 0,6% opýtaných považuje za kvalitné potraviny tie, ktoré neobsahujú GMO, 0,75% obsahujúce vitamíny a minerálne látky.

Kvalitu na Slovensku vyrábaných potravín považuje za vysokú, resp. skôr vysokú viac ako polovica opýtaných (57,18%), za priemernú takmer 41%, 4,67% uviedlo, že kvalita slovenských potravín je skôr nízka, resp. nízka (Graf 1).

Na rozdiel od hodnotenia kvality domácich potravín až takmer jedna štvrtina opýtaných (24,85%) považuje potraviny dovezené zo zahraničia za nekvalitné a viac ako polovica (56,78%) za potraviny priemernej kvality. Tento názor spotrebiteľov je do značnej miery ovplyvnený i rôznymi aférami v rokoch 2006 až 2008 spôsobenými dovozom nekvalitných potravín na slovenský trh, predovšetkým prostredníctvom nadnárodných obchodných reťazcov.

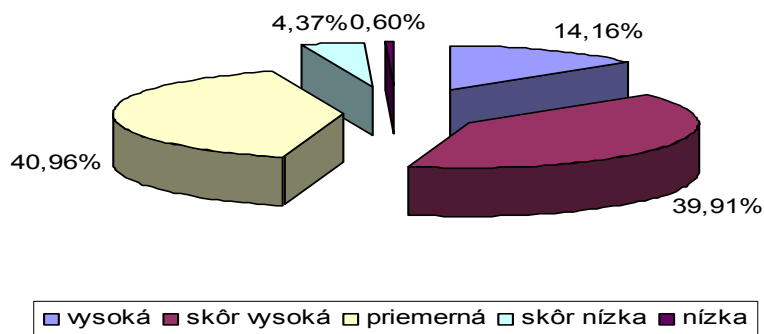
I: Čo rozumiete pod pojmom kvalita potravín?

I: What do you mean under the term food quality?

Pod kvalitou potravín rozumiem	Počet odpovedí
potraviny bez škodlivých účinkov na organizmus	61
potraviny bez emulgátorov a iných umelých prísad a chemie	61
kvalita je komplex vlastností	81
kvalita = zloženie	75
normy skladovania	19
kvalitné suroviny	117
spracovanie kvalitnými technológiami, hygienicky nezávadné potraviny	57
výživné potraviny, nutričné hodnoty	54
trvanlivosť, čistota	14
kontrolované potraviny	25
vôňa	13
bezpečné potraviny spĺňajúce normy	54
vzhľad potravín	44
čerstvosť	107
bio potraviny	52
slovenské potraviny	20
zdravotne nezávadné potraviny	134
neviem	84
chuť	95
parametre zodpovedajúce požiadavkám spotrebiteľa	19
obal zaručujúci kvalitu a trvanlivosť	15
bez genetických modifikácií	4
vitamíny a minerálne látky	5
overené potraviny	1

Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

Kvalita vyrábaných potravín



1: Kvalita potravín vyrábaných na Slovensku

1: The quality of the food products produced in Slovakia

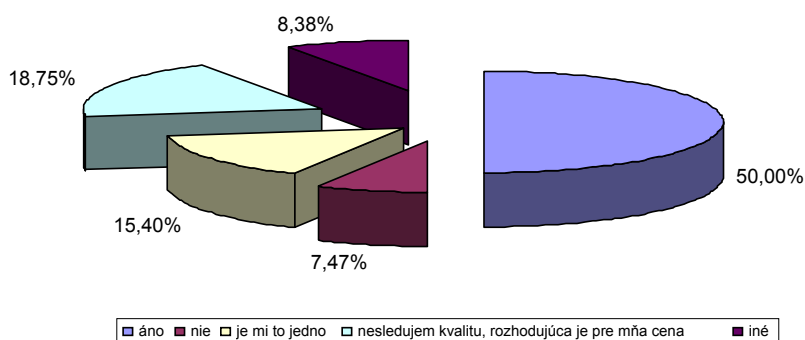
Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

Zaujímavými sa javia odpovede na otázku uvedenú v grafe 2, keď až 15,40% respondentov uviedlo, že kvalita nakupovaných potravín je pre nich irelevantná. Takmer 19% opýtaných pri kúpe potravín preferuje cenu pred kvalitou.

Viac ako dve tretiny opýtaných nemá žiadne informácie o Politike kvality EÚ.

Značku kvality SK pozná takmer 58% opýtaných. Potešiteľné je, že ak tieto informácie porovnávame s výsledkami omnibusov realizovaných v rokoch 2006–2008, na tvorbe ktorých sa okrem SPU v Nitre a MU v Brne zúčastnili aj ďalšie slovenské a české vysokoškolské pracoviská, priaznivejšie výsledky boli dosiahnuté na Slovensku ako v Českej repub-

Kupovanie potravín vysokej kvality

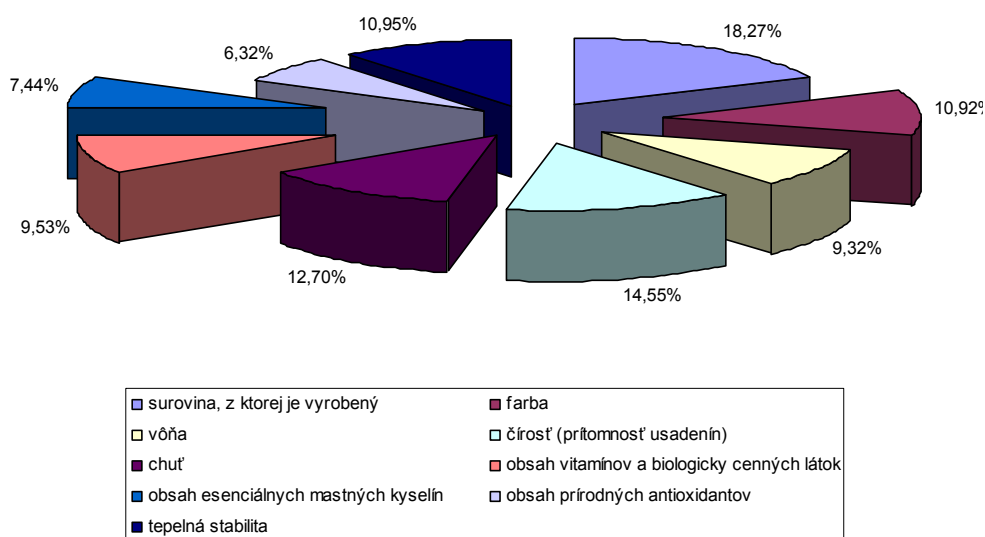


2: *Kupujete potraviny vysokej kvality?*

2: *Do you purchase food products of high quality?*

Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

Vlastnosti nakupovaných olejov



3: *Aké vlastnosti Vás zaujímajú pri jedlých olejoch?*

3: *What kind of attributes are you interested in edible oils in?*

Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

like. Znalosť značky KlasA českou verejnosťou je, aj napriek oveľa väčším finančným prostriedkom vynaloženým na jej propagáciu, nižšia v porovnaní so Značkou kvality SK.

Pri kúpe jedlých olejov až 48,98% respondentov prejavilo záujem o tepelne spracované a viac ako jedna tretina rafinované oleje (Graf 4).

Na základe uvedenia poradia oblúbenosti olejov respondentmi medzi najžiadanejšie možno zoradiť 1. slnečnicový, 2. olivový a 3. repkový olej (Graf 5).

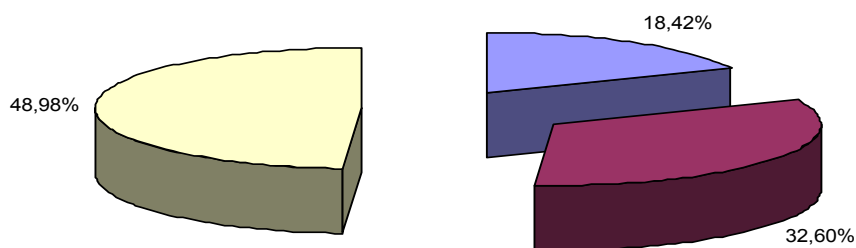
Najvýznamnejším faktorom ovplyvňujúcim spotrebiteľské správanie pri kúpe jedlých olejov je cena (28,72%), po nej nasleduje značka (27,10%) a pre 17,2% respondentov sú najdôležitejšie informácie na obale (Graf 6).

ZÁVER

Výsledky marketingového prieskumu realizovaného na území Slovenskej republiky poukázali na rôzne prístupy k hodnoteniu kvality olejov slovenskými spotrebiteľmi. Takmer 54% respondentov spája kvalitu potravín so zdravotnou nezávadnosťou, kvalitnými surovinami a čerstvosťou.

Na veľmi nízkej úrovni je informovanosť o Politike kvality EÚ. Nasadenie nástrojov komunikačného mixu (reklama v médiách, bilbórdy, podpora predaja, výstavy a veľtrhy a pod.) pri propagácii Značky kvality SK sa odzrkadlilo na znalosti tejto značky takmer 58% respondentov.

Výroba olejov



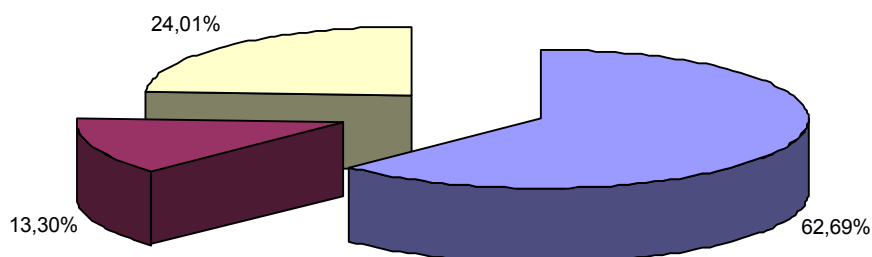
■ nerafinované (nečistené) ■ rafinované (nečistené) □ tepelne spracované

4: Aké oleje kupujete?

4: What oils do you purchase?

Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

Druh nakupovaného oleja



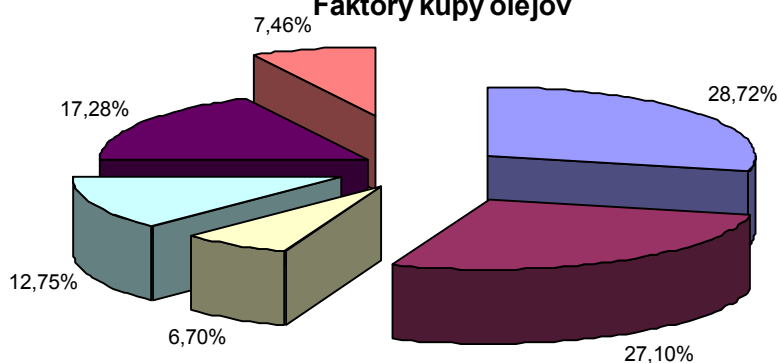
■ slnečnicový ■ repkový ■ olivový

5: Aký olej najčastejšie kupujete?

5: What kind of oils do you often purchase?

Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

Faktory kúpy olejov



■ cena ■ značka ■ reklama ■ obal ■ informácie na obale ■ nové stravovacie trendy

6: Ktoré faktory majú vplyv na Vaše rozhodovanie o kúpe olejov?

6: Which factors have impact on your oils purchasing decision?

Zdroj: vlastný výskum a spracovanie

Všetky rastlinné oleje na rozdiel od živočíšnych tukov neobsahujú cholesterol. K najcennejším látkam patria esenciálne mastné kyseliny, ktoré si telo nedokáže vyrobiť. Hlavným ukazovateľom kvality je pomer nenasýtených a nasýtených mastných kyselín. Nenasýtené mastné kyseliny znižujú riziko srdcovo-cievnych ochorení tým, že znižujú obsah cholesterolu v krvi a zvyšujú priechodnosť ciev. Najmä kyselina alfa-linolenová je dôležitá pre vývoj mozgu u detí.

Surovina, z ktorej sa olej vyrába, čírosť olejov, tepelná stabilita a farba sú vlastnosti, ktoré respondenti preferujú pri kúpe jedlých olejov. Obsah esenciálnych mastných kyselín prejavilo záujem len 7,44% opýtaných.

K najznámejším a najobľúbenejším jedlým olejom patrí olivový olej, za ním kvalitou nasleduje podzemnicový, sezamový, slnečnicový, sójový, rep-

kový a makový olej. Kráľom olejov je olivový olej, ktorý má až 85 percent nenasýtených mastných kyselín. Repkový olej má však v porovnaní s ním ešte menej nasýtených mastných kyselín.

Výsledky výskumu realizovaného na Slovensku poukázali na iné poradie obľúbenosti jedlých olejov. Slovenskí spotrebitelia preferujú slnečnicový, olivový a repkový olej. Ich rozhodovanie o kúpe olejov je ovplyvnené tradíciou, zvyklosťami, ale aj najčastejšie pestovanými olejninami na území SR.

V príspevku sú publikované výsledky projektu aplikovaného výskumu AV 566/01110 „Objektivizácia parametrov kvality potravín a ich vplyv na spotrebiteľa,“ ktoré budú využité pri výučbe predmetov agrárny marketing a európsky spotrebiteľ a spotrebiteľské správanie.

SÚHRN

Cieľom príspevku je poukázať na vnímanie kvality jedlých olejov a ich preferenciu pri kúpe slovenským spotrebiteľom a faktory, ktoré ho ovplyvňujú pri kúpe olejov, resp. jeho spotrebiteľské rozhodovanie. Za účelom získania primárnych údajov bola použitá metóda dotazníkového šetrenia. Do dotazníkového prieskumu bolo zapojených 664 respondentov z celého územia Slovenska. Výsledky marketingového prieskumu poukázali na rôzne prístupy k hodnoteniu kvality slovenskými spotrebiteľmi. Takmer 54% respondentov spája kvalitu potravín so zdravotnou nezávadnosťou, kvalitnými surovinami a čerstvosťou. Značku kvality SK pozná 58% respondentov. Surovina, z ktorej sa olej vyrába, čírosť olejov, tepelná stabilita a farba sú vlastnosti, ktoré respondenti preferujú pri kúpe jedlých olejov. Obsah esenciálnych mastných kyselín prejavilo záujem len 7,44% opýtaných. Slovenskí spotrebitelia preferujú slnečnicový, olivový a repkový olej.

kvalita, jedlé oleje, spotrebiteľské správanie, dotazníkový prieskum

LITERATÚRA

- BABIČKA, L., 2010: Nedílná súčasť potravín. In: *Moderní obchod*, roč. XVIII., č.10, s. 32. ISSN 1210-4094.
- FORET, M., STÁVKOVÁ, J., 2003: *Marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 60 s. ISBN 80-247-0385-8.
- KARLÍKOVÁ, S., 2010: Co preferují spotřebitelé? In: *Moderní obchod*, roč. XVIII., č.10, s. 34. ISSN 1210-4094.
- NAGYOVÁ, L. a kol., 2009: *Objektivizácia parametrov kvality potravín a ich vplyv na spotrebiteľa*. In: Správa

- za 1. rok riešenia projektu VE 01 Projekt aplikovaného výskumu AV 566/01110. Nitra: SPU, 37 s.
- STÁVKOVÁ, J. a i., 2006: *Trendy spotřebitelského chování*. 1. vyd. Brno: MSD, 2006. 115 s. ISBN 80-86633-59-4.
- ŠIMO, D., 2010: *Agrárny marketing*. 1. prepracované vyd. Nitra: SPU, 2010, s. 167–168. ISBN 978-80-552-0472-7.
- <http://sk.wikipedia.org/wiki/Olej> [12.2.2010].
- <http://www.pluska.sk/bajecna-zena/clanky/domacnost/zlato-po-kvapkach.html> [12.2.2010].

Adresa

prof. Ing. Ludmila Nagyová, PhD., Ing. Patrik Rovný, PhD., Katedra marketingu, Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, SR, e-mail: Ludmila.Nagyova@uniag.sk, Patrik.Rovny@uniag.sk, prof. Ing. Jana Stávková, PhD., Ústav marketingu a obchodu, Mendelova univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, e-mail: jana.stavkova@mendelu.cz