



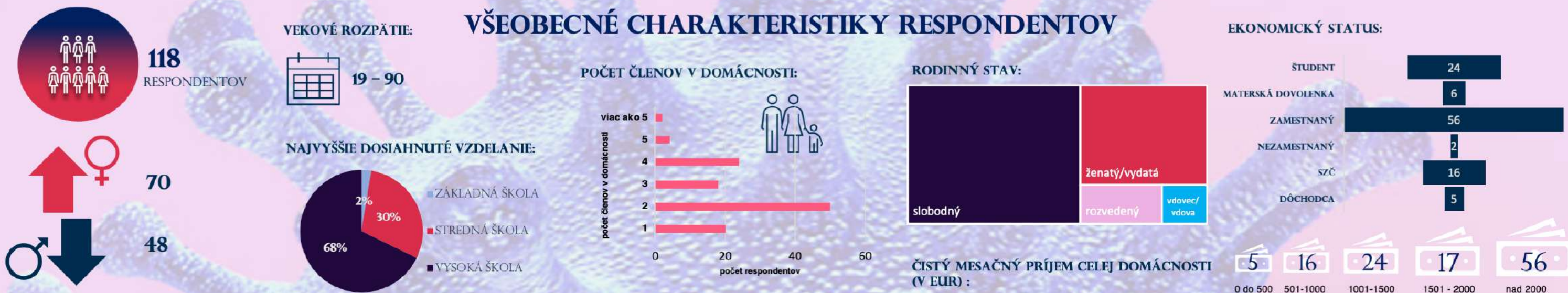
TRH PIAC MARKT

PIAC MARKT je pravidelný potravinový trh konajúci sa každú sobotu v Bratislave v Starej Tržnici. Ponúka pestré množstvo rôznych potravín (mäsové výrobky, zelenina, ovocie a pod.) od regionálnych farmárov a producentov. Na trhu ale možno nájsť aj varené víno, pečenú klobásu či kvety. Trhová ponuku dopĺňajú burzy rôzneho zamerania. Medzi najčastejšie produkty burzy patria knihy, plagáty, grafiky či LP platne.



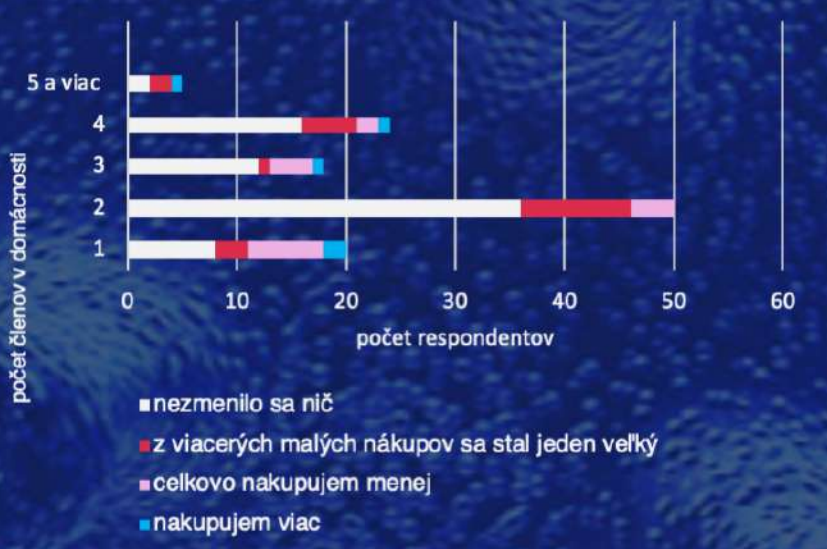
Cieľom výskumu je zhodnotenie dôsledkov stále prebiehajúcej pandémie COVID-19 v nákupnom správaní spotrebiteľov na príklade farmárskeho trhu PIAC-MARKT. Projekt sa realizoval zberom dát pomocou dotazníkového prieskumu náhodných anonymných respondentov priamo na trhu v októbri 2021. Prvá časť dotazníka obsahovala niekoľko základných otázok (pohlavie, vek, najvyššie dosiahnutie vzdelanie, sociálny status a pod.). V druhej časti sa respondenti vyjadrovali k ich nákupnému správaniu priamo na trhu PIAC-MARKT, v tretej hodnotili jeho ponúkané služby a všeobecne ich postoj k farmárskym trhom a v štvrtej priestorové aspekty a dostupnosť. Posledná časť bola venovaná práve otázkam zameriavajúcich sa na ich zmeny v nákupnom správaní počas pandémie, ktorú sú predmetom tohoto výskumu.

VŠEOBECNÉ CHARAKTERISTIKY RESPONDENTOV



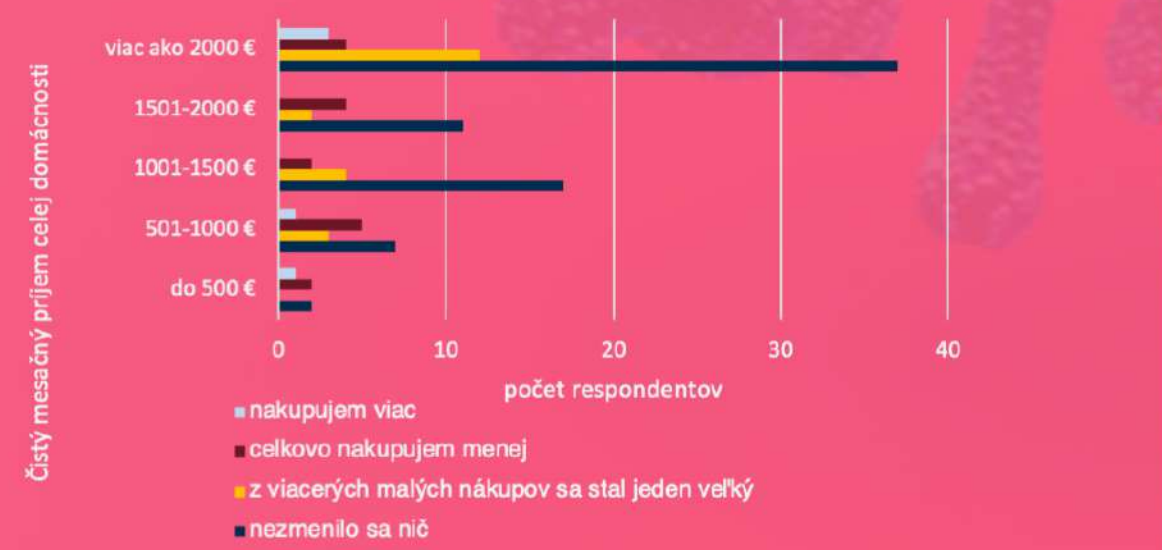
Z hľadiska počtu členov v domácnosti, najviac respondentov býva vo dvojici alebo v štvorčlennej domácnosti. Nasleduje domácnosť jednotlivca a trojčlenná domácnosť. Naopak najmenej respondentov býva v domácnosti skladajúcej sa z piatich alebo viacerých členov. Na základe zistených výsledkov, najviac ovplyvnené COVID-19 pandemiou bolo nákupné správanie domácností jednotlivca, kde viac ako 50% respondentov uviedlo, že sa ich zvyklosti zmenili. Vyše 35% respondentov uviedlo, že nakupuje menej a 15% uviedlo že z viacerých nákupov sa stal jeden veľký. Pandémia najmenej ovplyvnila dvojčlenné, trojčlenné a štvorčlenné domácnosti, kde v obchod prípadoch viac ako 65% respondentov uviedlo že sa v ich nákupných zvyklostiach nič nezmenilo. V prípade dvojčlenných domácností 20% uviedlo, že väčšinou chodia na jeden veľký nákup a zvyšok nakupuje menej. Podobne sú na tom aj ostatné domácnosti. Keďže počet respondentov, ktorý bývajú v päťčlennej alebo v päť a viac člennej domácnosti je veľmi nízky, rozhodli sme sa tieto dve kategórie zlúčiť do jednej – 5 a viac člennej domácnosti.

OVPLYVŇUJE POČET ČLENOV V DOMÁCNOSTI NÁKUPNÉ SPRÁVANIE SPOTREBITEĽOV POČAS PÁNDEMIE COVID-19?



OVPLYVŇUJE ČISTÝ MESAČNÝ PRÍJEM DOMÁCNOSTI NÁKUPNÉ SPRÁVANIE SPOTREBITEĽOV POČAS PÁNDEMIE COVID-19?

Pri skúmaní čistého mesačného príjmu domácností je dôležité dbať aj na fakt, že nie každý člen v domácnosti je ekonomicky aktívny a do rozpočtu domácnosti nič neprináša (deti, nezamestnaný). Rovnako aj v prípade domácnosti dvoch ľudí môže ísť o ekonomicky aktívny pár alebo napr. slobodnú matku s dieťaťom, kde je ekonomicky aktívny len jeden člen domácnosti. Špecifickým prípadom sú ale aj tzv. študentské byty, kedy na jednom byte býva niekoľko študentov, ale neberú sa ako jedna domácnosť, keďže každý člen má svoje vlastné financie. Na základe zistených výsledkov, sme zistili, že vo všeobecnosti 62% respondentov uviedlo, že sa v ich nákupnom správaní nič nezmenilo. V prípade príjmových kategórií, najmenej ovplyvnila pandémia covid-19 domácnosti, ktoré majú mesačný príjem celej domácnosti 1001 až 1500 eur. Že sa v ich nákupnom správaní nič nezmenilo, označilo v tejto príjmovej kategórii až 72% respondentov. Podobne to je aj v príjmovej kategórii, ktorá má väčší príjem ako 2000 eur, kde to označilo 50% respondentov. Zaujímavým ukazovateľom v tejto kategórii je, že 5% respondentov nakupuje viac počas pandémie ako pred ňou. Naopak, covid-pandémia najviac ovplyvnila príjmovú kategóriu do 500 eur, kde celkovo 60% respondentov označilo, že sa ich nákupné zvyklosti zmenili. Podobne to bolo a v prípade kategórie 501 až 1000 eur, kde to označilo 56% respondentov.



ZÁVER

Cieľom projektu bolo zistiť, či čistý mesačný príjem celej domácnosti a počet členov v domácnosti ovplyvňuje nákupné správanie počas pandémie COVID-19. V oboch prípadoch bolo potvrdené, že tieto faktory naozaj ovplyvňujú nákupné správanie v značnej miere.

PANDÉMIA COVID-19 A JEJ DÔSLEDKY NA NÁKUPNÉ SPRÁVANIE SPOTREBITEĽOV

NA PRÍKLADE FARMÁRSKEHO TRHU PIAC-MARKT

AUTOR: BC. ELIŠKA GREGOROVÁ, 1 MZ-RG

Zdroje: Vlastné zozbierané dáta na trhu PIAC MARKT v Bratislave (16.10.2021) WWW.STARATRZNICA.SK, dostupné online na: <https://staratrznica.sk/sk/vn-piac-markt>