

Vyhodnocení průzkumů k problematice hygienického chování zákazníků v obchodě 2017 - 18

Průzkumy byly součástí projektů

„HYGIENA PRODEJE POTRAVIN A ČESKÝ SPOTŘEBITEL – JAK DÁL?“ (2017)

a HYGIENA PRODEJE POTRAVIN A ČESKÝ SPOTŘEBITEL: POKRAČUJEME A BUDE TO LEPŠÍ A LEPŠÍ! (2018).

Existuje více možností, jak hygienu prodeje nebalených potravin v zájmu samotných zákazníků zlepšovat. Lze toho dosáhnout jak chováním spotřebitele, tak i podmínkami prodeje, které vytváří prodejce.

Projekty, podpořené Ministerstvem zemědělství, realizované Sdružením českých spotřebitelů (SČS), byly založeny na vytvoření a využití několika prostředků. Informujeme o nich na stránkách www.spotřebitelzakvalitou.cz – [Zde](#).

Jedním z těchto nástrojů bylo provedení průzkumů k problematice hygienického chování zákazníků v obchodě. Spotřebitelé vnímají jako problematickou hygienickou úroveň prodeje nebaleného zboží, což se týká například pečiva či ovoce a zeleniny. To ovšem rozhodně neznamená, že by dali obecně přednost balenému zboží či pouze prodeji přes pult. Očekávání spotřebitelů nicméně nebylo dostatečně zmapováno.

Cílem průzkumů provedených v letech 2017 a 2018 bylo ověřit postoj veřejnosti k hygieně prodeje nebaleného zboží. Dotazníkový průzkum byl vedený mezi mládeží i laickou veřejností. Forma zadání se poněkud lišila s ohledem na cílové skupiny, ale obecně byl cíl stejný, aby bylo možné srovnání.

Závěry z vyhodnocení a srovnání vybraných výsledků průzkumu

- Celkově se podařilo se zajistit relativně vysokou účast respondentů (662) z laické veřejnosti i mládeže; v roce 2018 s ohledem na výrazně nižší rozpočet poněkud byl počet respondentů nižší než v předcházejícím roce;
- Oproti loňsku průzkum vykázal nižší podíl osob, které údaje na etiketě sledují při nákupu (68 / 39 %) ale vzrostl podíl osob, které sledují údaje doma (29/35);
- Naprosto dramaticky vykázal průzkum 2018 podíl respondentů, kteří sledují údaje o zemi původu (protože je spojují s kvalitou) (78/48 %).
- Letos se potvrdil zásadní rozdíl mezi generacemi ve způsobu výběru nebaleného pečiva.

20/11 % dospělé, spíše starší populace dosud používá k výběru pečiva „holé ruce“. Mládež dává jednoznačně „pětku“.

V rámci dospělé populace došlo ovšem k výraznému poklesu z 20 na 11%, což se dá vysvětlit odlišnou strukturou respondentů (loni 90 % nad 50 let, přitom nad 70 let 36%, letos jen 40 % nad 50 let a jen 10 % nad 70 let.

- V letošním průzkumu byl zařazen dotaz ohledně preference obalu pro uložení nebaleného pečiva. Možná překvapivě obě generace příliš nefandí vlastnímu přinesenému obalu.

Tabulkové vyhodnocení srovnání průzkumů (vybrané ukazatele)

2017	2018
-------------	-------------

1 Laická veřejnost	2 Mládež	1 Laická veřejnost	2 Mládež
---------------------------	-----------------	---------------------------	-----------------

Respondenti

<ul style="list-style-type: none"> - 300 respondentů <ul style="list-style-type: none"> o 76 % žen, 24 % mužů o Věk <ul style="list-style-type: none"> ▪ 50 – 70 let 53 %, ▪ nad 70 let 36 %, atd. 	<ul style="list-style-type: none"> - Typ školy (počty) 154 <ul style="list-style-type: none"> o ZŠ (2. stupeň) 105 o SŠ 29 o Učební obor 20 - Pohlaví <ul style="list-style-type: none"> o Dívky 64 (42 %) o Chlapci 90 (58 %) 	<ul style="list-style-type: none"> - 99 respondentů <ul style="list-style-type: none"> o 66 % žen, 34 % mužů o Věk <ul style="list-style-type: none"> ▪ 50 – 70 let 30 %, ▪ 30 – 50 let 30 % ▪ 18 – 30 let 18 % ▪ 15 – 18 let 11 % ▪ nad 70 let 10 % 	<ul style="list-style-type: none"> - Typ školy (počty) 109 <ul style="list-style-type: none"> o ZŠ (2. stupeň) 109 o - o - - Pohlaví <ul style="list-style-type: none"> o Dívky 56 % o Chlapci 44 %
---	---	--	--

Jak často chodíte nakupovat? (%)

-	-	- denně 18 - vícekrát týdně 40 - 1x týdně 33 - 1x za 14 dnů 8 - jinak, popsat 0	-
---	---	---	---

Údaje na etiketách (%)

- sleduje při nákupu 68 % - pročítá doma 29 %		- sleduje při nákupu 39 - pročítá doma 35 - nesleduje vůbec 26 - jinak, popsat 0	
--	--	---	--

Údaje o zemi původu (%)

- sleduje 78 %		- sleduje (spojuji s kvalitou) 48	
- nesleduje 22 %		- nesleduje (nespojuji s kvalitou) 52	

Do čeho nebalené pečivo ukládáme

		stupně 1-5 obráceně než ve škole	stupně 1-5 jako ve škole
-	-	- do papírového sáčku 3,7	- do papírového sáčku 1,55
		- do mikrotenového sáčku 2,7	- do mikrotenového sáčku 1,74
		- přímo do košíku 1,6	- přímo do košíku 4,35
		- do vlastního sáčku, obalu 2,1	- do vlastního sáčku, obalu 3,15

Vybírání pečiva

(možno více odpovědí) (%)

		možno více odpovědí (%)	stupně 1-5 jako ve škole,
- pomocí mikrotenového sáčku 63 %	- pomocí mikrotenového sáčku 38 %	- lehkým ohmatáním rukou 11	- lehkým ohmatáním rukou 4,66;
- pomocí plastové rukavice 34 %	- pomocí plastové rukavice 42 %	- očima 32	- očima 2,4
- kleštěmi na pečivo 21 %	- kleštěmi na pečivo 17 %	- pomocí mikrotenového sáčku či rukavice 55	- pomocí mikrotenového sáčku či rukavice 1,57
- holýma rukama 20 %			

	- holýma rukama 3 %	- jinak, jak? : kleště: 2 resp.	- kleštěmi 1,89
--	---------------------	---------------------------------	-----------------

Zacházení s pečivem spadlým na zem

(možno více odpovědí) (%)

		stupně 1-5 obráceně než ve škole	stupně 1-5 jako ve škole
- do sběrného koše 59 %	- do sběrného koše 82 %	- do sběrného koše 3,7	- do sběrného koše 1,34
- předání obsluze 20 %	- předání obsluze 9 %	- předání obsluze 3,1	- předání obsluze 2,49
		- vrátit do regálu 1,6	- vrátit do regálu 4,33

Zkušenost, že obsluha upozornila spotřebitele na nepatřičné chování (%)

-	-	- Ano 63	- Ano 45
		- Ne 37	- Ne 55

Pokud Ano – mám zkušenost, že obsluha upozornila spotřebitele na nepatřičné chování (%)

-	-	- spotřebitel reagoval podrážděně, agresivně 49	- spotřebitel reagoval podrážděně, agresivně 31
		- Spotřebitel reagoval s pochopením, uznal chybu ...43	- Spotřebitel reagoval s pochopením, uznal chybu ...69

Chování při nachlazení

(možno více odpovědí) (%)

stupně 1-5 obráceně než ve škole

stupně 1-5 jako ve škole

<ul style="list-style-type: none"> - nejdu nakupovat (zajistím nákup jinou osobou) 37 % - Zvyšuji opatrnost při nákupu (pomůcky jako kleště atp. zamezí kapénkové kontaminaci ...) 92 % 	<ul style="list-style-type: none"> - nejdu nakupovat (zajistím nákup jinou osobou) 13 % - zvyšuji opatrnost při nákupu (pomůcky jako kleště atp. zamezí kapénkové kontaminaci ...) 83 % 	<ul style="list-style-type: none"> - zakrytí úst a nosu, aby nekýchal na zboží 2,7 - nesahá do regálu holýma rukama, použije mikrotenové rukavice apod. 3,3 - nesahá do regálu holýma rukama, použije kleště apod. 2,6 - Se zakrytými ústy může vybírat holýma rukama 1,4 	<ul style="list-style-type: none"> - zakrytí úst a nosu, aby nekýchal na zboží 1,85 - nesahá do regálu holýma rukama, 1,77 - nesahá do regálu holýma rukama, použije kleště apod. 2,38 - Se zakrytými ústy může vybírat holýma rukama 4,43
---	---	---	--

Chování při nachlazení

(možno více odpovědí) (%)

stupně 1-5 obráceně než ve škole

stupně 1-5 jako ve škole

<ul style="list-style-type: none"> - nejdu nakupovat (zajistím nákup jinou osobou) 37 % - Zvyšuji opatrnost při nákupu (pomůcky jako kleště atp. zamezí kapénkové kontaminaci ...) 92 % 	<ul style="list-style-type: none"> - nejdu nakupovat (zajistím nákup jinou osobou) 13 % - zvyšuji opatrnost při nákupu (pomůcky jako kleště atp. zamezí kapénkové kontaminaci ...) 83 % 	<ul style="list-style-type: none"> - zakrytí úst a nosu, aby nekýchal na zboží 2,7 - nesahá do regálu holýma rukama, použije mikrotenové rukavice apod. 3,3 	<ul style="list-style-type: none"> - zakrytí úst a nosu, aby nekýchal na zboží 1,85 - nesahá do regálu holýma rukama, 1,77 - nesahá do regálu holýma rukama, použije kleště apod. 2,38
---	---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> - nesahá do regálu holýma rukama, použije kleště apod. 2,6 - Se zakrytými ústy může vybírat holýma rukama 1,4 	<ul style="list-style-type: none"> - Se zakrytými ústy může vybírat holýma rukama 4,43
--	--	--	---

Nezařazeno:

- Pomohly by v obchodě informace, instrukce, pokyny – jak se správně chovat (jen dospělá populace)
- Kde jsem se dozvěděl, jak se správně chovat (jen děti)

Sdružení českých spotřebitelů, z. ú. (SČS) si klade za cíl hájit oprávněné zájmy a práva spotřebitelů na vnitřním trhu EU a ČR, přičemž zdůrazňuje preventivní stránku ochrany zájmů spotřebitelů: „Jen poučený spotřebitel se dokáže účinně hájit“. SČS působí v řadě oblastí - pokrývají odbornosti ve vztahu ke kvalitě a bezpečnosti výrobků včetně potravin, technické normalizaci a standardizaci, kvalitě a bezpečnosti služeb včetně služeb finančního trhu aj.

IČO 00409871, DIČ CZ00409871; sídlo Pod Altánem 99/103, 100 00 Praha 10 – Strašnice; kontakty: +420 261263574, spotrebitel@regio.cz; www.konzument.cz

Kabinet pro standardizaci, o. p. s. (KaStan) je nezávislou obecně prospěšnou společností založenou Sdružením českých spotřebitelů. Cílem je zvyšování bezpečnosti a kvality výrobků a služeb vytvářením a podporou funkce nástrojů zajišťujících účinné zapojení spotřebitelů do standardizačních procesů (technická normalizace, certifikace a posuzování shody, akreditace, dozor nad trhem), včetně uplatňování technických předpisů a norem ve prospěch spotřebitelů a korektního trhu.

IČO 28984072, DIČ CZ28984072; sídlo Pod Altánem 99/103; 100 00 Praha 10 – Strašnice; +420 261263574, normy@regio.cz; www.top-normy.cz