

Príloha 1: Dotazník Zelený marketing potravinárskych produktov

Vážený respondent,

som študentkou 5. ročníka Obchodnej fakulty na Ekonomickej univerzite v Bratislave a v rámci diplomovej práce sa zaoberám problémom zeleného marketingu v potravinárskom priemysle.

Zelený marketing je pojem vysvetľovaný ako *propagácia produktov/služieb, ktoré sú šetrné k životnému prostrediu, majú ekologické vlastnosti*. Chcela by som Vás poprosiť o vyplnenie anonymného dotazníka, ktorý je súčasťou mojej diplomovej práce. Cieľom prieskumu je zistiť a zhodnotiť význam zeleného marketingu potravinárskych produktov pre spotrebiteľa, a tiež pozitíva a negatíva spojené s nákupom ekologických produktov. Všetky získané informácie sa použijú výhradne na účely diplomovej práce.

Vopred ďakujem za Váš čas a ochotu pri vyplňaní tohto dotazníka.

1. Vnímate zelený marketing v súvislosti s potravinami?

Áno

Nie

2. Aký máte postoj k zelenému marketingu?

Rozhodne pozitívny

Skôr pozitívny

Neviem

Skôr negatívny

Rozhodne negatívny

3. Považujete sa za zeleného spotrebiteľa?

Áno

Nie

4. Pri kúpe produktov, z ktorej kategórie beriete najviac ohľad na životné prostredie?

Potraviny

Drogéria

Čistiace prostriedky

Oblečenie

Elektrospotrebiče

Triedenie odpadu

Iné

5. Čo je pre Vás rozhodujúce pri nákupe potravín?

Cena

Dostupnosť

Kvalita

Obal
Pôvod potravín
Značka
Šetrnosť k životnému prostrediu
Iné...

6. Aký máte postoj k biopotravinám?

Rozhodne pozitívny
Skôr pozitívny
Neviem
Skôr negatívny
Rozhodne negatívny

7. S čím sa Vám spája slovo biopotravina?

Vysoká cena
Zdravie
Produkt ekologického hospodárstva
Šetrná k životnému prostrediu
Čerstvá
Iné...

8. Ako často nakupujete biopotraviny?

Nekupujem biopotraviny
1x za 3 mesiace
1x za mesiac
1x za týždeň
Viackrát za týždeň

9. Na základe čoho identifikujete, že ide o biopotraviny?

Podľa nápisu BIO
Podľa oficiálneho loga
Logo certifikačného orgánu
Podľa vyššej ceny
Podľa umiestnenia v obchode
Podľa zloženia
Nerozlišujem to
Iné...

10. Čo vnímate ako bariéry pri nákupe biopotravín?

Chuť potravín
Vysoká cena
Nízka dostupnosť
Nedostatočná ponuka
Málo informácií o biopotravinách

Nedôvera spotrebiteľov
Iné...

11. Ktoré z nasledujúcich druhov potravín kupujete v biokvalite? (1- iba v biokvalite, 2 – skoro vždy v biokvalite, 3- pol na pol, 4 – skoro nikdy v biokvalite, 5- nekupujem v biokvalite)

	1	2	3	4	5
Ovocie					
Zelenina					
Mäsové produkty					
Mliečne produkty					
Pečivo					
Sladkosti					
Káva/čaj					
Obilniny (múka, cestoviny...)					

12. Kde najčastejšie nakupujete biopotraviny?

Špecializované bio obchody
Obchodné reťazce (supermarkety, drogérie...)
Biofarmy
Lokálne farmárske trhy
Malé predajne potravín
E-shopy
Nikde
Iné...

13. Odkiaľ čerpáte informácie o biopotravinách?

TV
Webové stránky
Sociálne siete (Facebook, Instagram...)
Rodina/priatelia
Celebrity
Odborníci
Časopisy
Odborná literatúra
Nikde
Iné...

14. Poznáte slovenskú značku biopotravín- Dobré časy?

Áno

Nie

15. Aké produkty od nich najradšej nakupujete?

biotyčinky

bioslané sušienky

biosušienky

Gomasio

Nenakupujem

16. Stretli ste sa niekedy s klamlivou reklamou ekologických produktov (greenwashingom)?

Áno

Nie

17. Ak áno uveďte príklad:

18. Akého produktu sa to týkalo:

19. Je podľa Vás biopotravina predávaná v plastovom obale ekologická?

Áno

Nie

20. Aké aktivity by ste navrhli pre výrobcov, aby viac ľudí dôverovalo kvalite biopotravín?

Reklama na internete

Reklama v TV

Komunikácia kvality prostredníctvom web stránky

Propagácia biopotravín prostredníctvom influencerov

Tlačová reklama (plagáty, letáky...)

Spojiť sa s inou známou značkou v danej oblasti

Propagácia produktu na známej udalosti (festival, športové podujatie...)

Iné...

21. Pohlavie

Muž

Žena

22. Vek

18- 25

26- 35

36- 50

51- 60

nad 60

23. Ukončené vzdelanie

Základné

Gymnázium

Stredná odborná škola

Vysoká škola

Ešte študujem

24. Uved'te kraj, v ktorom bývate:

Bratislavský

Nitriansky

Trnavský

Trenčiansky

Banskobystrický

Žilinský

Prešovský

Košický

Príloha 2: Otázky pre spoluzakladateľa značky Dobré časy

1. Prečo ste sa vydali na cestu obchodovania s biopotravinami?
2. Aké je poslanie a hodnoty značky Vašich produktov “Dobré časy”?
3. Čím sa odlišujú biopotraviny značky “Dobré časy” od iných značiek? (kvalita, cena, komunikácia, dostupnosť...)
4. Ako spotrebitelia zistia, že Vaše produkty sú v biokvalite?
5. V ponuke produktov máte zatiaľ 4 kategórie: Gomasio, biotyčinky, biosušienky a BIO slané sukienky. Plánujete rozšíriť kategórie a pridať viac produktov?
6. Využíva značka Dobré časy zelený marketing? (Zelený marketing je pojem vysvetľovaný ako propagácia výrobkov/služieb s ekologickými vlastnosťami). Ak nie, plánujete v budúcnosti propagovať svoje bioprodukty formou zeleného marketingu?
7. Aké informácie o produktoch máte na svojej webovej stránke s cieľom ich propagácie?
8. Ako hodnotíte slovenský trh a jeho podmienky pre slovenských výrobcov biopotravín?
9. Aké vidíte rozdiely v podpore slovenských a zahraničných výrobcov biopotravín?
10. Aká je Vaša aktuálna marketingová komunikácia? Ste aktívny na sociálnych sieťach?
11. Aké kanály komunikácie s verejnosťou využívate?
12. Akým spôsobom propagujete svoje produkty?
13. Aká je Vaša cieľová skupina?
14. Ako firma uplatňuje podporu predaja?
15. Využíva spoločnosť public relations? Ak áno, akým spôsobom?
16. Aké sú Vaše marketingové ciele?
17. Akými značkami sa plánujete inšpirovať pri propagácii produktov?
18. Využívate ekologické balenia svojich produktov?
19. Ako zisťujete spokojnosť Vašich zákazníkov?
20. Ako komunikujete so zákazníkmi po predaji?
21. Aké kritériá používate pri výbere svojich dodávateľov?
22. Aktuálne sa produkty dajú nakúpiť online, ale taktiež aj v predajniach DM, Tesco, Terno, Farmfoods, OMV a pod. Plánujete v budúcnosti rozšíriť predajné miesta a ak áno, tak kde?

**Príloha 3: Odpoveď z Jazykovedného ústavu Ľudovíta Štúra Slovenskej Akadémie Vied
ohľadom výrazov: zelený, ekologický a environmentálny marketing**

JAZYKOVEDNÝ ÚSTAV ĽUDOVÍTA ŠTÚRA
SLOVENSKEJ AKADEMIE VIED, v. v. i.
PANSKÁ 26, 811 01 BRATISLAVA 1

Vážená pani
Kornélia Ružičková

Váš list zo dňa

Naše číslo
JP-192/23

Bratislava
21. 3. 2023

Odpovedáme na Váš e-mail zo 6. 3. 2023.

Výrazy *zelený marketing*, *ekologický marketing* a *environmentálny marketing* sú
synonymné.

S pozdravom

Mgr. Silvia Duchková
za jazykovú poradňu JÚLEŠ SAV, v. v. i.