**Preference spotřebitelů z různých regionálních oblastí uplatňované při koupi jehněčího masa**

**Consumer preferences associated with the protected geographical indication label in the marketing of lamb meat**

Rabadán, A, Zamora, A, Díaz, M, Bernabéu, R. 2021. Consumer preferences associated with the protected geographical indication label in the marketing of lamb meat. Small Ruminant Reseaercher, 202, 106454

**Klíčová slova**: jehněčí maso, chování konzumentů, kvalita jehněčího masa

**Dostupné z**: https://doi.org/10.1016/j.smallrumres.2021.106454

Autoři vědeckého článku se věnují problematice preference spotřebitelů, kterou uplatňují při koupi jehněčího masa. Výsledky experimentu vycházejí z dotazování 400 osob, které si kupovali jehněčí maso. Vyhodnocovali preference prodejní značky, preferenci plemene, ze kterého maso pochází, barvu masa, jeho cenu a originalitu produktu. Z uvedených faktorů byla překvapivě pro spotřebitele nejméně důležitá cena, i když byli dotazování konzumenti z různých příjmových skupin (do 900 Euro, nad 3000 Euro). Dotazovaní nejvíce zohledňovali při koupi jehněčího masa prodejní značku a originalitu výrobku. Z jakého plemene maso pochází, případně jestli má maso odpovídající barevný odstín, řeší konzumenti podle této studie až v druhém kroku. Hlavním cílem autorů tohoto článku bylo zjistit, zda je důležité pro spotřebitele, aby na produktu bylo uvedeno, že se jedná o regionální produkt s chráněnou ochrannou známkou, což většina dotázaných hodnotila velmi pozitivně a vyplynula z toho také důležitost správné propagace regionálních potravin.

Co z toho plyne pro naše chovatele ovcí, kteří jsou zároveň producenty jehněčího masa, masných výrobků. Je potřeba věnovat hodně pozornosti nejen vlastnímu výkrmu jatečných jehňat, ale velmi důležité je také se při prodeji zaměřit na originalitu nabízených kvalitních produktů ideálně zaštítěných vlastní ochrannou známkou, pod kterou se dané výrobky budou prodávat. Pak je také důležitá správná reklama – máme u nás řadu organizací, které zajišťují propagaci regionálním potravinám. Dle mého názoru nejlepší reklamu dělají spokojení zákazníci, kteří se opakovaně vrací nakupovat chutné produkty. Držte kvalitu a atraktivnost výrobků.

**Zpracoval**: doc. Ing. Radek Filipčík, Ph.D., Mendelova univerzita v Brně, radek.filipcik@mendelu.cz