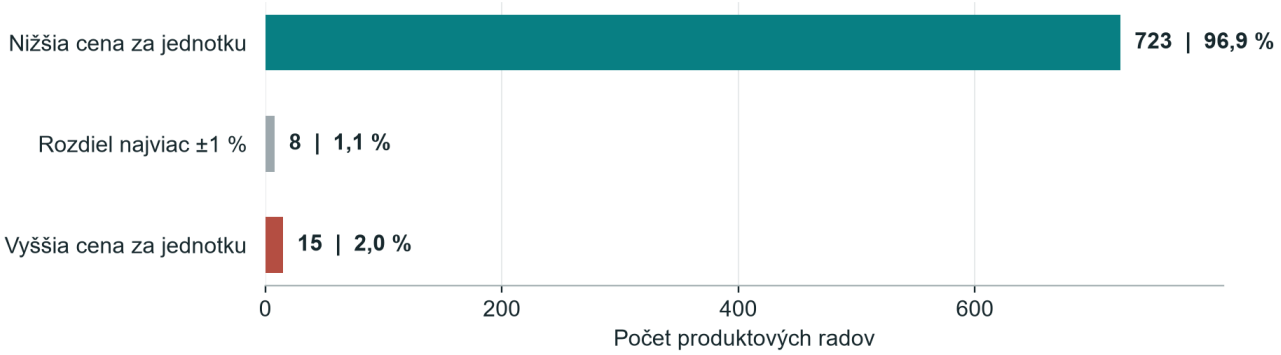
Väčšie balenia a cena za jednotku

Porovnanie vôní a výrobkov osobnej starostlivosti v ponukách sledovaných na Micine. Ceny sme zachytili 16. novembra 2026. Každé porovnanie spája dve veľkosti rovnakého produktového radu u rovnakého predajcu.

Väčšie balenie malo typicky o 33,3 % nižšiu cenu za jednotku obsahu. Za celé balenie však bolo potrebné zaplatiť typicky o 70,3 % viac. Výhodnejšia cena za mililiter preto sama osebe neznamená menší výdavok pri nákupe.

Rozsah analýzy	Výsledok
746 produktových radov	1 053 porovnaní u rovnakého predajcu
1 492 konkrétnych balení	182 značiek a 20 predajných webov



Graf 1. Zaradenie podľa mediánu percentuálneho rozdielu v rámci produktového radu. Za zreteľný rozdiel považujeme viac než 1 %. Každý rad má rovnakú váhu; nejde o podiel nákupov ani všetkých výrobkov na trhu.

V 723 zo 746 radov (96,9 %) vyšiel medián v prospech väčšieho balenia. V 15 radoch bol väčší formát na jednotku drahší; pri ôsmich zostal rozdiel v pásme ±1 %. Aj po vylúčení FAnn a Vivantis ostalo typické zvýhodnenie na úrovni 30,6 %.

Ceny sú v eurách s deklarovanou DPH, bez dopravy a dodatočných kupónových, vernostných či košíkových zvýhodnení. Ide o prierez ponukových cien v sledovanom súbore, nie o reprezentatívny prieskum celého slovenského trhu. Zostavila Micina s podporou AI; bez externého odborného recenzovania.

Čo sme porovnávali

Východiskom bol živý katalóg Miciny a jeho väzby medzi veľkosťami balenia. Zvolili sme päť oblastí: vône, starostlivosť o pleť, telo, intímnu starostlivosť a menštruačnú hygienu. Posledná oblasť neprešla podmienkami porovnateľnosti a do výsledkov nevstupuje. Jej absencia nehovorí nič o cenovej výhodnosti týchto výrobkov.

Krok výberu	Počet
Produkty s väzbou na veľkosť balenia v zvolenom rozsahu	2 819
Po základnej kontrole identity, množstva a kvality	2 173 produktov v 907 radoch
Rady s dvoma krajnými veľkosťami u spoločného predajcu	761
Po vyradení piatich neistých identít	756
Konečný súbor po cenovej a dostupnostnej kontrole webov	746 radov; 1 053 porovnaní

Produktový rad je hlavná jednotka analýzy

Rad znamená rovnakú obchodnú líniu a variant výrobku v rozdielnych množstvách, napríklad rovnaký sprchový gél v 250 ml a 450 ml balení. Pri vôňach musí súhlasiť aj koncentrácia, pri kozmetike rozlišujeme podtyp a známu generáciu. Samotná podobnosť názvov ani zaradenie v katalógu nestačia.

V každom rade sme vybrali najmenšie a najväčšie balenie, ktoré prešlo kontrolami. Porovnanie vzniklo iba tam, kde mal predajca obe tieto veľkosti. Prostredné veľkosti sme do hlavného výpočtu nezaradili. „Najväčšie“ preto znamená najväčšie vyhovujúce balenie v našom súbore, nie nevyhnutne najväčšie vyrábané balenie.

Súbor má konkrétne zloženie

Vône tvoria 446 zo 746 radov, teda 59,8 %. FAnn a Vivantis spolu poskytujú 817 z 1 053 porovnaní, čiže 77,6 %. Táto koncentrácia je dôvodom samostatných výsledkov podľa oblastí a kontrolných prepočtov bez týchto predajcov. Z porovnania nemožno robiť rebríček výhodnosti obchodov.

Výsledný súbor obsahuje 741 radov meraných v ml a päť v gramoch. Medzi hmotnosťou a objemom neprepočítavame. Kapsuly, tablety, lieky, darčekové súpravy, testery, náhradné náplne a nejasné viacbalenia nie sú predmetom hlavného porovnania.

Ako čítať číslo 33 percent

Najprv vypočítame cenu jednotky obsahu: cenu celého balenia vydelíme jeho deklarovaným objemom alebo hmotnosťou. Pre čitateľnosť príkladov ju uvádzame na 100 ml alebo 100 g. Percentuálny výsledok by bol rovnaký aj pri výpočte na jeden mililiter.

Ukazovateľ	Výpočet
Cena za 100 jednotiek	100 × cena balenia / množstvo v balení
Zvýhodnenie väčšieho balenia D	100 × [1 − (cena veľkého / množstvo veľkého) / (cena malého / množstvo malého)]
Zmena výdavku za celé balenie	100 × (cena veľkého / cena malého − 1)

Kladné D znamená nižšiu jednotkovú cenu väčšieho balenia. Hodnota D = 30 % znamená, že rovnaké množstvo obsahu vychádza vo väčšom balení o 30 % lacnejšie. Pri D = −7 % je jednotková cena väčšieho balenia o 7 % vyššia. Menovateľom je vždy cena jednotky menšieho balenia.

Jeden produktový rad sa nezapočítava opakovane

Ak má rovnaké dve veľkosti viac predajcov, pre každého spočítame rozdiel osobitne. Potom vezmeme prostrednú hodnotu týchto rozdielov, teda medián. Až z mediánov 746 radov vypočítame celkový medián. Pri párnom počte hodnôt je medián priemerom dvoch prostredných hodnôt.

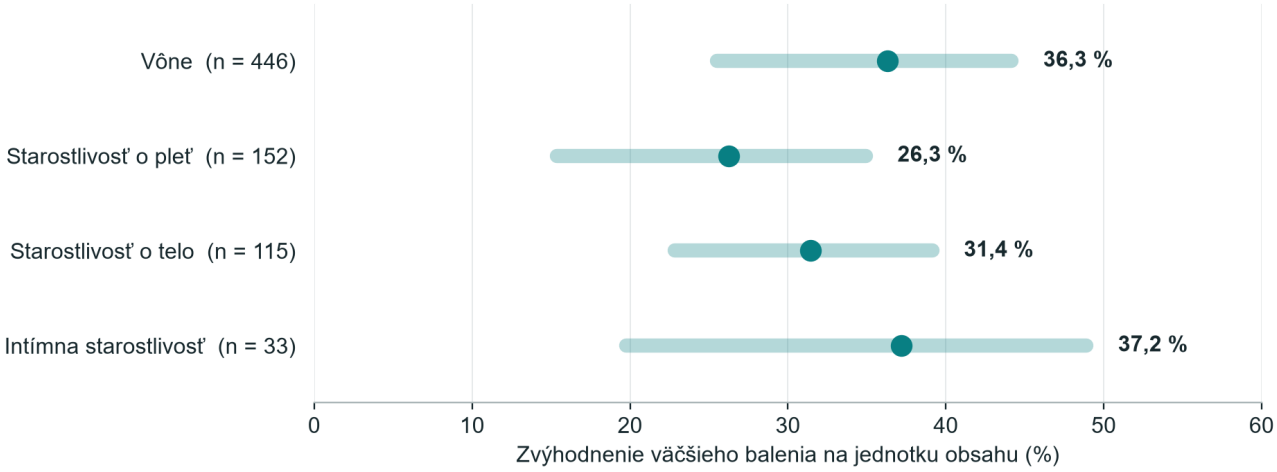
Vďaka tomu rad dostupný v šiestich obchodoch nemá šesťnásobnú váhu oproti radu z jediného obchodu. Zároveň nemiešame najlacnejšie malé balenie z jedného obchodu s veľkým balením z iného. Porovnanie u rovnakého predajcu drží tento rozdiel pod kontrolou.

Medián nie je prísľub úspory pri každom nákupe

Výsledok 33,3 % opisuje stred rozdelenia v našom súbore. Nie je to priemerná úspora domácnosti ani percento, o ktoré sa zníži cena jej nákupného košíka. Výrobky nevážime podľa predaja, spotreby ani trhového podielu, pretože tieto údaje nemáme.

Ceny spracúvame v celých centoch a percentá počítame z presných zlomkov; zaokrúhľujeme až výsledky. Pásmo ±1 % je praktická tolerancia drobných rozdielov, nie štatistický test významnosti. Prepočty s nulovou a 5 % hranicou sú v prílohe.

Výsledky sa medzi oblasťami líšia



Graf 2. Bod označuje medián; úsečka prostredných 50 % produktových radov, od 25. po 75. percentil. Úsečka vyjadruje rozmanitosť výsledkov v súbore, nie interval spoľahlivosti odhadu pre celý trh.

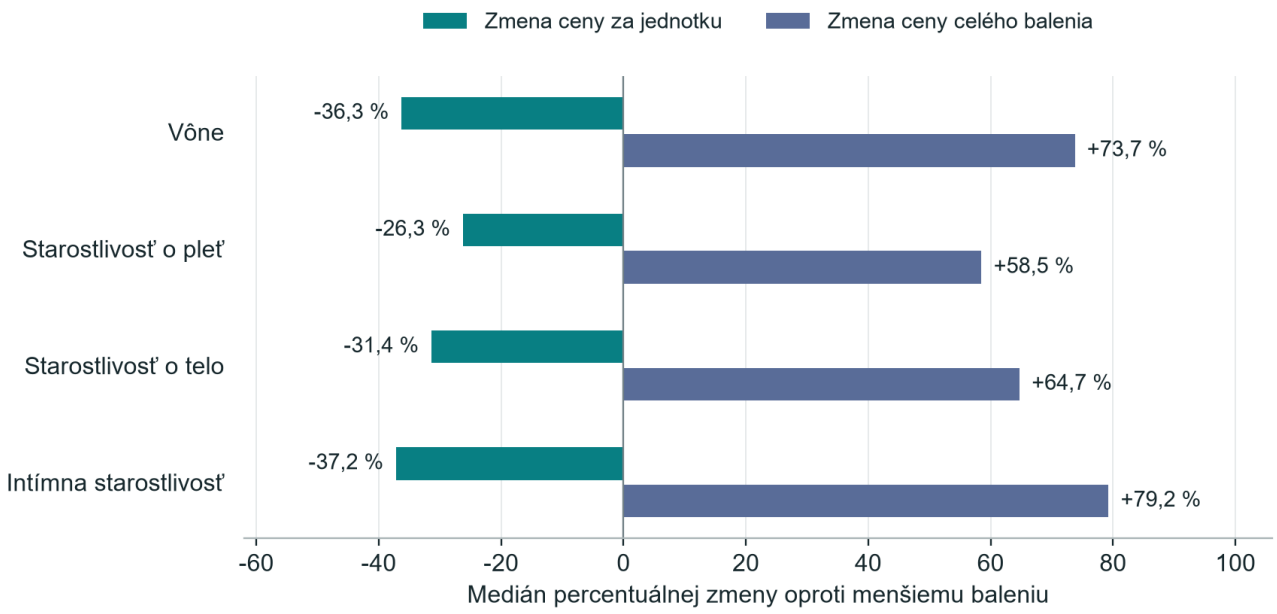
Oblasť	Rady	Medián D	D nad 1 %
Vône	446	36,3 %	438 / 446
Starostlivosť o pleť	152	26,3 %	143 / 152
Starostlivosť o telo	115	31,4 %	109 / 115
Intímna starostlivosť	33	37,2 %	33 / 33

Pri vôňach vychádza medián zvýhodnenia na 36,3 %, pri starostlivosti o telo na 31,4 % a pri pleti na 26,3 %. V malej skupine intímnej starostlivosti dosahuje 37,2 %. Táto posledná hodnota stojí na 33 radoch; nedokazuje, že všetky intímne výrobky na trhu majú výhodnejšie veľké balenie.

Rozdiel medzi oblasťami nemožno pripísať iba cenovej politike. Líšia sa aj porovnávané veľkosti. Pri vôňach je typický pomer objemov 3 : 1, pri pleti 2 : 1. Časť rozdielu tak môže súvisieť s tým, o koľko väčšie balenie porovnávame. Ide o opis pozorovaní, nie o dôkaz príčin.

Po úplnom vynechaní vôní zostáva 300 radov a medián zvýhodnenia 29,0 %. Výsledok teda nie je prítomný iba pri parfumoch, hoci ich vysoký podiel ovplyvňuje celkový súhrn.

Nižšia jednotková cena a vyšší výdavok



Graf 3. Dva odlišné ukazovatele: zmena ceny jednotky obsahu a zmena ceny celého balenia. Každý stĺpec je samostatný medián v danej oblasti; nejde o dve hodnoty jedného „typického výrobku“.

V 740 zo 746 radov (99,2 %) bola mediánová cena celého väčšieho balenia vyššia. Typický rozdiel predstavoval 70,3 % alebo 27,25 €. Percentuálny a eurový rozdiel sú samostatné mediány a nemožno ich kombinovať do ceny fiktívneho priemerného balenia.

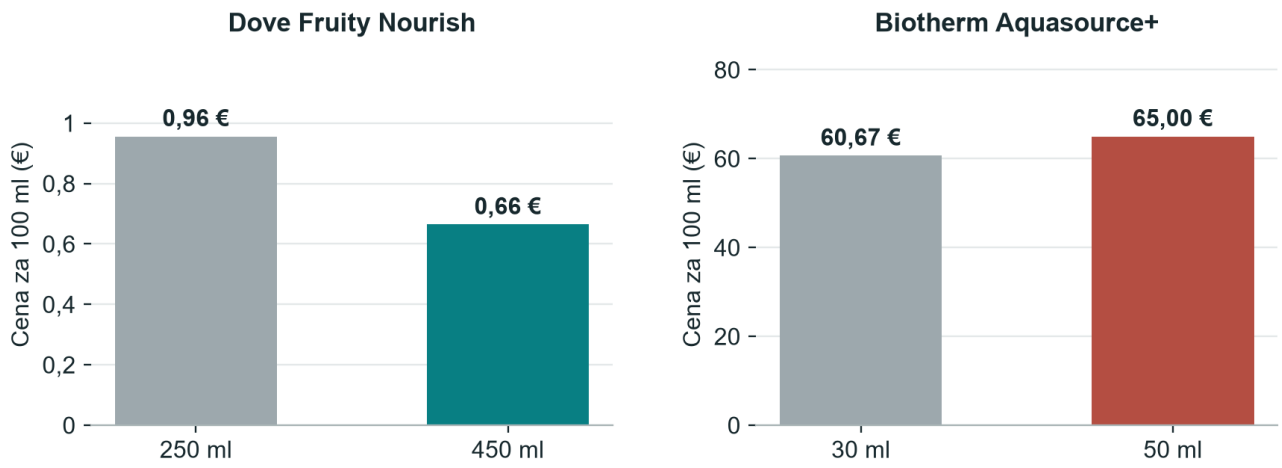
Najvyšší typický eurový príplatok sa objavil pri vôňach: 42,98 €. Pri starostlivosti o pleť to bolo 14,20 €, pri tele 5,50 € a pri intímnej starostlivosti 5,27 €. Aj rovnaká percentuálna výhoda preto môže vyžadovať veľmi odlišnú sumu pri nákupe.

Kedy je toto rozlíšenie užitočné

Zákazníčka s obmedzeným rozpočtom môže rozumne zvoliť menšie balenie, hoci má vyššiu cenu za mililiter. Zaplatí menej dnes a nekúpi obsah, ktorý nepotrebuje. Väčšie balenie má ekonomický zmysel najmä vtedy, keď výrobok pozná, spotrebuje ho a príplatok jej nenaruší rozpočet.

Štúdia nemeria reálnu spotrebu, plytvanie ani dobu použiteľnosti konkrétnych výrobkov. Lacnejší mililiter tiež nie je dôkazom vyššej kvality, účinnosti alebo zdravotného prínosu.

Dva konkrétne nákupy s opačným výsledkom



Graf 4. Jednotková cena vo dvoch samostatných príkladoch. Každý panel má vlastnú mierku; neslúžia na porovnanie hodnoty sprchového gélu a pleťového gélu. Ceny oboch veľkostí boli potvrdené na verejných stránkach 16. 11. 2026.

Dove Fruity Nourish u Drogeriadomov

Balenie 250 ml stálo 2,39 € a balenie 450 ml 2,99 €. Cena za 100 ml klesla z 0,956 € na 0,664 €, teda o **30,5 %**. Za ďalších 200 ml bolo potrebné doplatiť 0,60 €. Objem sa zvýšil o 80 %, výdavok o 25,1 %.

Biotherm Aquasource+ Vitamin Glow Gel u Vivantis

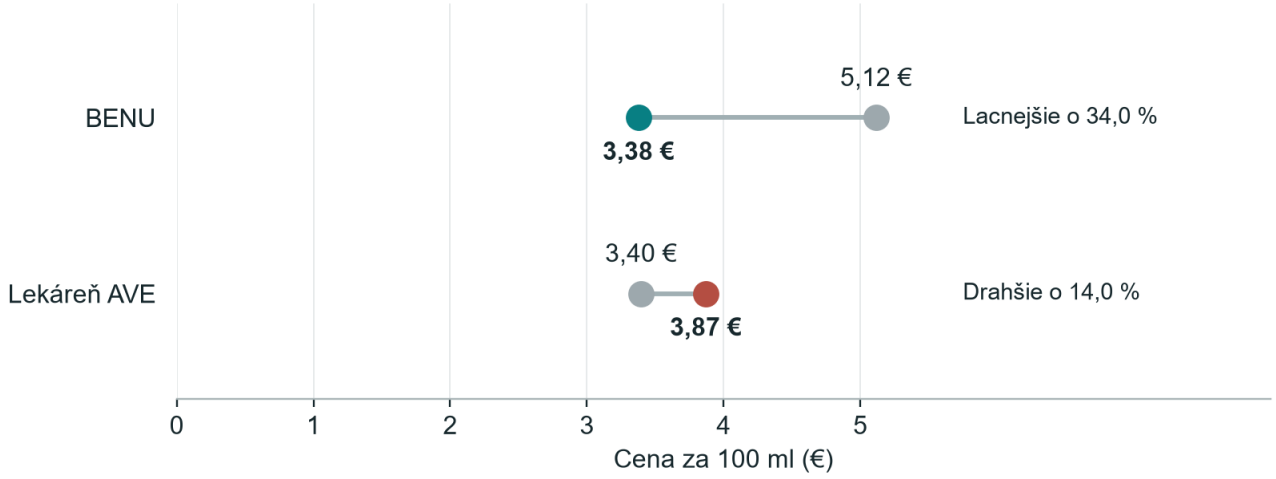
Balenie 30 ml stálo 18,20 € a balenie 50 ml 32,50 €. Cena za 100 ml vzrástla zo 60,67 € na 65,00 €. Väčšie balenie tak bolo na jednotku **o 7,1 % drahšie**. Viac obsahu v tomto prípade neprinieslo jednotkové zvýhodnenie.

Oba výsledky sú výpočtom z konkrétnych ponúk v deň zberu. Nepredstavujú trvalé hodnotenie značky alebo obchodu. Dodatočný kupón môže výslednú cenu zmeniť; do týchto výpočtov nevstupuje.

Príklady vyberáme na vysvetlenie dvoch odlišných situácií, nie ako náhodnú vzorku alebo odporúčanie kúpiť výrobok. Presné GTIN, odkazy a nezaokrúhlené výsledky obsahuje dátová príloha.

Aj pri rovnakom výrobku záleží na predajcovi

Bioderma Hydrabio H2O v baleniach 250 ml a 500 ml ukazuje, prečo sa nedá rozhodovať iba podľa značky alebo veľkosti. V dvoch kontrolovaných obchodoch sa smer výhody obrátil.



Graf 5. Svetlý bod označuje 250 ml; farebný bod 500 ml. Zelenomodrá znamená nižšiu cenu za jednotku väčšieho balenia, červená vyššiu. Všetky štyri ceny boli potvrdené na verejných stránkach.

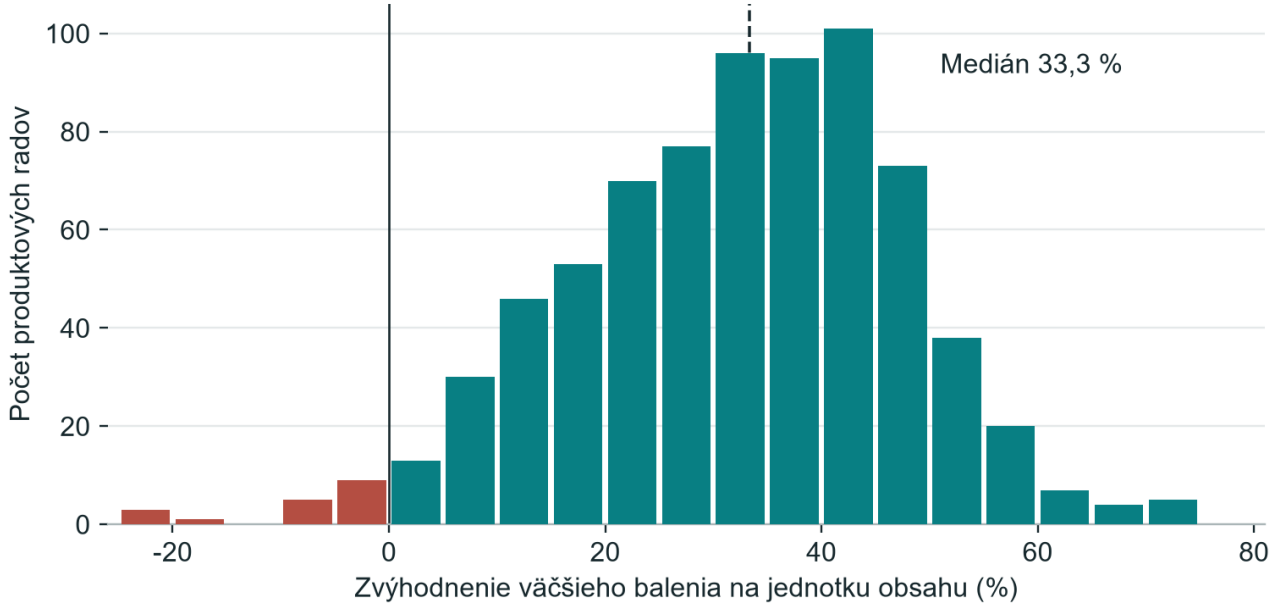
Predajca	250 ml	500 ml	Výsledok veľkého balenia
BENU	12,79 €	16,89 €	o 34,0 % lacnejší obsah
Lekáreň AVE	8,49 €	19,35 €	o 14,0 % drahší obsah

V oboch prípadoch je väčšie balenie drahšie ako celok. Rozdiel je v tom, ako sa cena zvýši vzhľadom na dvojnásobný objem. Tento príklad nehovorí, ktorý obchod je celkovo lacnejší; porovnáva iba konkrétne dve veľkosti konkrétneho výrobku.

Najmenej dvoch predajcov malo 266 radov. Pri ôsmich z nich bolo väčšie balenie u jedného predajcu na jednotku lacnejšie o viac než 1 % a u iného drahšie o viac než 1 %. Medián rozpätia medzi najvyšším a najnižším výsledkom v týchto 266 radoch bol 6,3 percentuálneho bodu.

Medián za rad môže zakryť opačné výsledky jednotlivých obchodov. Údaj „96,9 % radov s výhodou“ preto neznamená, že výhoda platí v každom obchode, ktorý daný rad ponúka.

Jedno súhrnné číslo nevystihuje celý súbor



Graf 6. Každý produktový rad sa započítava raz. Stĺpce majú šírku päť percentuálnych bodov. Záporné hodnoty znamenajú drahší obsah vo väčšom balení; farba tu rozlišuje znamienko, nie klasifikáciu s toleranciou ±1 %.

Prostredná polovica radov mala zvýhodnenie medzi 22,0 % a 43,0 %. Medián 33,3 % teda nevzniká ako priemer zopár mimoriadne veľkých zliav. Zároveň existuje široký rozptyl a výsledok jedného výrobku môže byť od súhrnu vzdialený.

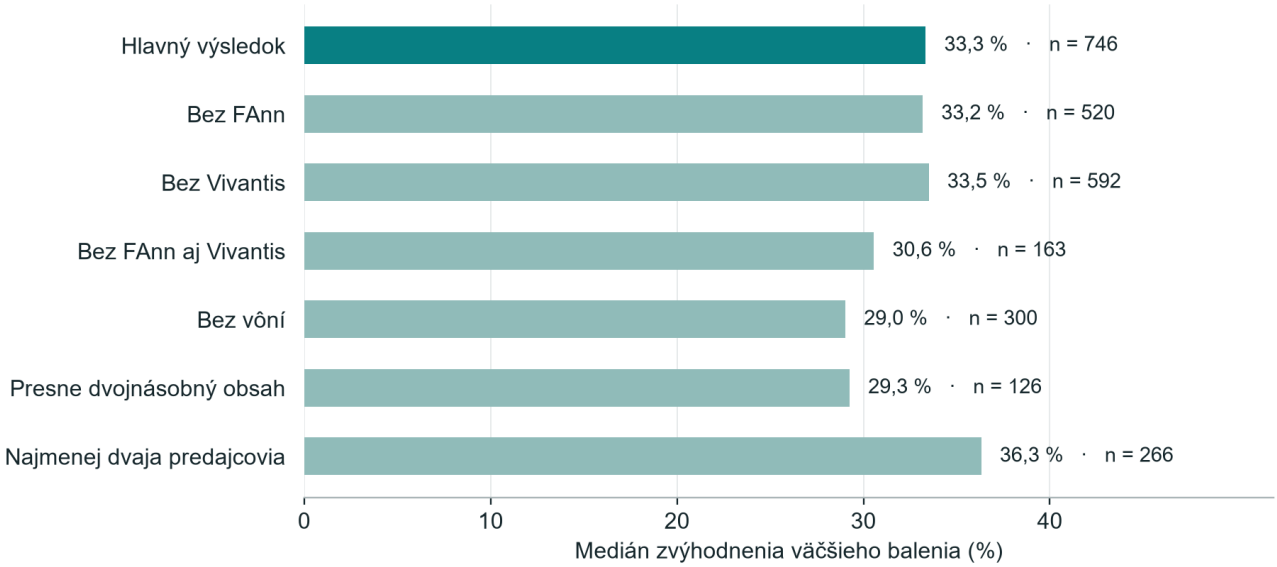
Rozsah mediánov za produktové rady siaha od 23,2 % prirážky za jednotku väčšieho balenia po 74,6 % zvýhodnenie. Extrémy nie sú vhodným všeobecným prísľubom. Pri najväčších výhodách sa často porovnáva cestovné balenie s mnohonásobne väčším objemom.

Pri Vivian Gray Lotus & Rose ide napríklad o 10 ml oproti 100 ml, pri niektorých géloch o 50 ml oproti 1 000 ml. Tieto porovnania sú vecne prípustné, ale zákazníčka nemusí potrebovať desať- či dvadsaťnásobný obsah. Preto osobitne počítame aj dvojice s presne dvojnásobným množstvom: ich medián je 29,3 %.

Čo nevieme vysvetliť z ceny samotnej

Rozdiel môžu ovplyvniť obal, dávkovač, akcia, cenové zaokrúhľovanie alebo obchodná stratégia. Štúdia tieto príčiny neidentifikuje. Z pozorovanej ceny nemožno odvodiť výrobnú cenu, maržu ani úmysel predajcu.

Záver obstál aj v kontrolných prepočtoch



Graf 7. Pri každom prepočte znovu vytvoríme medián za rad zo zostávajúcich predajcov. Počet a skladba radov sa menia. Rozdiely medzi stĺpcami preto nie sú kauzálnym účinkom vyradeného predajcu alebo kategórie.

Bez oboch dominantných predajcov zostáva 163 radov a 236 porovnaní. Medián je 30,6 % a pri 160 zo 163 radov ostáva výhoda nad 1 %. Výsledok je teda prítomný aj v tejto menšej časti dát. Jej zloženie je však iné, takže ju nemožno považovať za reprezentatívnu náhradu celého súboru.

Pri rovnakej váhe každej značky, cez medián radov v značke, vychádza 32,7 %. Pri rovnakej váhe predajných webov, cez medián ich porovnaní, je to 34,8 %. Jednoduchý medián všetkých 1 053 porovnaní bez vyrovnania váhy radov dosahuje 33,8 %. Ide o rôzne spôsoby sumarizácie toho istého súboru, nie o nezávislé štúdie.

Pred vyradením rozporov z kontroly verejných cien a dostupnosti bol medián tiež 33,3 %. Cenové a dostupnostné kontroly teda odstránili sporné pozorovania bez zmeny hlavného zaokrúhleného výsledku.

Bez záznamov s osobitne vyznačenou akciovou cenou vo feede: 643 radov, medián 33,1 %. Toto je iba kontrola cenového poľa. Chýbajúca značka akcie nedokazuje, že cena nie je zvýhodnená alebo že neexistuje ďalšia košíková ponuka.

Ako výsledky použiť pri nákupe

Najskôr overiť, či ide o rovnaký variant

Porovnávajte rovnakú vôňu a koncentráciu alebo rovnaký typ krému, gélu či mlieka. Rovnako pomenované výrobky sa môžu líšiť zložením, určením alebo verziou. Odlišný EAN pri rozdielnom objeme je normálny; neznamená automaticky odlišný produktový rad. V tejto štúdii slúžil EAN na kontrolu každého konkrétneho balenia.

Prepočítať obe ceny na rovnakú jednotku

Cena za 100 ml má byť porovnaná s cenou za 100 ml. Zmiešanie ceny za liter a za 100 ml môže vytvoriť desaťnásobnú chybu. Ak veľké balenie obsahuje dvojnásobok, jednotkovo sa oplatí iba vtedy, keď stojí menej než dvojnásobok ceny malého balenia.

Zohľadniť skutočnú spotrebu a okamžitý výdavok

Pri príklade Dove je väčšie balenie na deklarovaný obsah lacnejšie o 30,5 %. Ak však časť obsahu zostane nepoužitá, výhoda sa znižuje. Pri spotrebovaní približne 313 zo 450 ml dosiahne náklad na skutočne použitý mililiter rovnakú úroveň ako pri úplnom využití 250 ml balenia.

Tento prepočet porovnáva náklad na spotrebovaný obsah. Nie je to presný nákupný plán: malé balenia sa tiež kupujú po celých kusoch. Pri potrebe najviac 250 ml je v danom príklade okamžitý výdavok za jedno malé balenie stále nižší. Rozhodnutie má zohľadniť aj návod na skladovanie a použiteľnosť uvedenú na konkrétnom obale.

Nakoniec skontrolovať cenu celého nákupu

Doprava, kupón, vernostná cena alebo akcia na viac kusov môžu poradie ponúk zmeniť. Naša štúdia tieto podmienky nespája do simulovaného košíka. Pre vlastný nákup treba použiť cenu, ktorú možno skutočne uplatniť, a pripočítať súvisiace náklady.

Metodický kontext: princíp jednotkových cien a možnosť opačného výsledku pri väčšom balení vysvetľuje aj britský Competition and Markets Authority. Jeho výskum potravín nepoužívame ako dôkaz podielov alebo výšky úspor v slovenskej kozmetike; tie pochádzajú výlučne z našich dát. Zdroje 2 a 3.

Ako prebehla kontrola dát

Identitu sme ukotvili v konzistentnom databázovom snímku získanom iba na čítanie 16. 11. 2026 o 18:39:44 slovenského času. Cenovým zdrojom boli aktuálne dátové exporty predajcov. Zber týchto exportov sa skončil o 18:41:30. Posledné úspešné stiahnutie alebo potvrdenie nezmeneného súboru pri použitých zdrojoch spadalo do toho istého dňa medzi 02:00:54 a 18:16:24.

Pri každom použitom zdroji sme uložili odtlačok SHA-256 celého súboru aj konkrétneho riadka a kontrolovali stabilitu súboru počas čítania. Vyžadovali sme kladnú cenu, jednoznačný objem alebo hmotnosť, zhodu platného GTIN s konkrétnym balením a explicitný údaj o skladovej dostupnosti. Neznáma dostupnosť nebola interpretovaná ako „skladom“.

Kontrola verejných stránok mala dve oddelené časti

Z 761 kandidátnych radov sme deterministickým výberom bez použitia ceny skontrolovali 90. Pôvodný výber 77 radov sme rozšírili rovnakým postupom, aby aj po vyradeniach pokryl najmenej 10 % konečného súboru. Osobitne sme pridali všetky rady s nepriaznivým mediánom, extrémy a pokrytie predajcov. Spolu to bolo 126 radov a 370 konkrétnych ponukových stránok. Rozšírený súbor preto nemožno použiť na odhad bežnej chybovosti dát.

Výsledok kontroly stránok	Počet
Cena zhodná v štruktúrovaných údajoch alebo hlavnom cenovom bloku	347
Zistená odlišná cena	18
Stránka neprístupná pre automatizovanú kontrolu	4
Neistý variant v rade vyradenom pre identitu	1

Deväť stránok navyše uvádzalo nedostupnosť; tri z nich patrili aj medzi cenové rozpory. Spolu sme označili 24 ponúk s cenovým alebo dostupnostným rozporom. Dotknuté porovnania sme vyradili, ceny nenahrádzali a krajnú dvojicu balení nevyberali nanovo. Aj centové cenové rozdiely boli pri tomto pravidle dôvodom vyradenia.

Cenová zhoda sama osebe neoveruje všetky vlastnosti výrobku. Štyri neprístupné stránky Kiehl’s neboli označené za chybné; ich vyhovujúce feedové údaje zostali v analýze. Všetky konečné rady s mediánovou prirážkou majú dodatočne skontrolované verejné ceny oboch balení. Kontrola stránok prebiehala približne 18:45 až 19:10 slovenského času.

Čo štúdia dokazuje a kde má hranice

Dokazuje opisovaný cenový vzťah v konkrétnom sledovanom súbore a období. Neposkytuje reprezentatívny odhad všetkých výrobkov ani všetkých obchodov na Slovensku. Nie je založená na náhodnom výbere trhu. Preto nepripájame p-hodnoty ani intervaly spoľahlivosti, ktoré by vytvárali dojem takejto reprezentatívnosti.

Výber uprednostňuje rady s viacerými veľkosťami, jasným označením a dostupnými kvalitnými dátami. Produkty bez takýchto údajov vypadnú, hoci môžu byť bežne predávané. Menštruačná hygiena nebola zastúpená a intímna starostlivosť má malý počet radov. Výsledky týchto skupín nemožno dopĺňať odhadom.

Ceny sú ponukové. Export a verejná stránka môžu mať odlišný čas aktualizácie. Pri všetkých 1 492 baleniach neprebehla ručná skúšobná objednávka ani úplná kontrola verejnej stránky. Výsledok nie je potvrdením ceny a dostupnosti pri budúcom nákupe.

Zhodu produktového radu sme posudzovali podľa identity v katalógu, názvov predajcov a doplňujúcich údajov. Nejde o laboratórne potvrdenie totožného zloženia každej výrobnej šarže. Päť radov s konkrétnou nejasnosťou sme konzervatívne vyradili: Clinique Happy, Trussardi Delicate Rose, WoodenSpoon Baby & Family SPF 30, Orion Fisting Gel a Vichy Minéral 89.

Porovnanie je prierezové. Nehovorí, či sa ceny v čase zvýšili, či predajca pred akciou zdražil, ani či sa balenie zmenšilo pri rovnakej cene. Na dôkaz takýchto javov by bola potrebná samostatná časová analýza presne identifikovaných variantov.

Autorstvo a záujem prevádzkovateľa

Štúdiu zostavila Micina, porovnávač cien s affiliate nákupnými odkazmi. Tento obchodný model je relevantný pri hodnotení nezávislosti. Výsledky neboli vážené podľa provízie, návštevnosti ani predaja a analýza bola pripravená na interné zadanie prevádzkovateľa Miciny. Spracovanie využilo AI na programovanie, kontrolu názvov a redakčnú pomoc; výpočty sú deterministické a auditovateľné. Externé odborné recenzovanie neprebehlo.

Analytický plán bol zafixovaný po prieskume uskutočniteľnosti a pred novým zberom cien. Nie je to formálna preregistrácia. Následné spresnenia definície ponukovej ceny a vyradenia po kontrole sú zaznamenané v dátovom balíku. Dokument ani jeho závery neboli týmto spracovaním publikované alebo rozoslané médiám.

Rady s drahším obsahom vo väčšom balení

Nasleduje všetkých 15 radov, pri ktorých medián prirážky väčšieho balenia presiahol 1 %. Prirážka je vyjadrená oproti jednotkovej cene menšieho balenia. Tabuľka nie je rebríčkom kvality výrobkov ani obvinením z nesprávneho označovania cien.

Produktový rad	Balenia	Prirážka	Predajcovia
Coach Dreams Moonlight EDP	40 / 60 ml	23,2 %	1
Calvin Klein CK One sprchový gél	200 / 250 ml	22,4 %	1
MAC Hyper Real Serumizer	15 / 30 ml	22,3 %	1
SKIN1004 Hyalu-Cica Water-Fit Sun Serum	50 / 100 ml	18,6 %	1
RejuvaSil silikónový gél	10 / 30 ml	8,2 %	1
Kate Spade Pop EDP	40 / 60 ml	7,8 %	1
Biotherm Aquasource+ Vitamin Glow Gel	30 / 50 ml	7,1 %	1
Ortho Help Emulgel hrejivý gél	100 / 175 ml	6,0 %	1
SKIN1004 Centella Soothing Cream	30 / 75 ml	5,8 %	1
La Mer Moisturizing Cream	15 / 30 ml	4,7 %	1
Hermès Twilly Eau Ginger EDP	30 / 50 ml	4,7 %	1
Moroccanoil Soleil de Tanger krém na ruky	40 / 100 ml	4,1 %	1
Givenchy Irresistible Rose Velvet EDP	35 / 50 ml	3,1 %	2
Lancôme Rénergie H.P.N. UVMUNE SPF 50	30 / 50 ml	2,6 %	2
L’Occitane Verbena Cooling Hand Cream Gel	30 / 75 ml	2,1 %	1

Pri viacerých predajcoch ide o medián ich percentuálnych rozdielov. Výsledok nemusí mať rovnaké znamienko v každom obchode. Ceny a odkazy jednotlivých ponúk sú uvedené v dátovej prílohe. EDP znamená parfumovanú vodu.

Doplňujúce štatistiky a pokrytie predajcov

Hranica rozdielu	Výhoda väčšieho	Blízko rovnosti	Prirážka
0 %	727	1	18
±1 % · hlavná	723	8	15
±5 %	715	22	9

Pri prísnejšej hranici 5 % ostáva 715 radov so zvýhodnením a deväť s prirážkou; 22 radov leží medzi −5 % a +5 %. Hlavný záver preto nestojí na zanedbateľných rozdieloch okolo nuly.

Predajný web	Porovnania	Predajný web	Porovnania
FAnn	429	LucyLab	8
Vivantis	388	Herbatica	7
Lekáreň AVE	50	Kiehl’s	5
MojaLekáreň	50	Sexíčekshop	5
BENU	28	Eros	5
Lieky24	15	Puravia	4
Desirel	15	Navlas	4
Drogeriadomov	13	Deeplove	4
Flagranti	10	Tierra Verde	2
iSexshop	10	Unizdrav	1

Lovesexshop a Desirel podľa obchodných podmienok uvádzajú rovnakého predávajúceho Webshop Logisztika Kft. (HU23121076). Z tejto dvojice sme ponechali Desirel, aby rovnaký predávajúci nemal dvojnásobnú váhu. Počty webov neznamenajú počet nezávislých ekonomických skupín.

Počet porovnaní nie je počet produktových radov v celom súbore: jeden rad môže byť u viacerých predajcov. Z 746 radov má 480 jediného a 266 najmenej dvoch predajcov. Výber predajcov je daný vyhovujúcimi ponukami v katalógu, nie odhadom ich trhového podielu.

Zdroje a možnosť zopakovať výpočty

1. Micina. Databázový snímok, dátové exporty predajcov a kontrolné pozorovania zo 16. 11. 2026. Primárny zdroj všetkých čísel štúdie.

2. Competition and Markets Authority. Unit pricing: information for consumers, 16. 7. 2015. Vysvetlenie jednotkovej ceny. Otvoriť zdroj.

3. Competition and Markets Authority. Summary of consumer research and unit pricing analysis, 2024. Kontext výskumu veľkostí balení; nejde o porovnateľnú slovenskú vzorku. Otvoriť zdroj.

4. GS1. GTIN Management Standard, verzia 1.1, september 2023, časť Declared net content. Zmena deklarovaného množstva vyžaduje samostatný GTIN. Otvoriť zdroj.

5. Heureka. Špecifikácia XML: význam ceny, identifikátora variantu, dostupnosti a kupónových údajov. Otvoriť zdroj.

6. Vivantis a FAnn. Obchodné podmienky a cenové bloky produktových stránok; rozlíšenie ponukovej ceny a dodatočných podmienok nákupu. Otvoriť zdroj.

7. FAnn. Podmienky akcií a košíkových zliav. Otvoriť zdroj.

8. Desirel a Lovesexshop. Identita predávajúceho v obchodných podmienkach. Otvoriť zdroj.

Externé metodické zdroje boli overené 16. 11. 2026. Neurčujú výsledky našej vzorky; podiely a mediány vychádzajú z archivovaných pozorovaní Miciny. Produktové odkazy sú súčasťou dátovej prílohy, aby bolo možné dohľadať každú konkrétnu dvojicu.

Čo obsahuje priložený dátový balík

Úplnú tabuľku 1 053 porovnaní s cenami, množstvami, jednotkovými cenami, GTIN, predajcom a zdrojovými odkazmi; súhrn 746 radov; pravidlá výberu; zoznam vyradení; výsledky kontrol a kód na nezávislé prepočítanie agregácií. Sedem grafov je priložených vo formátoch PNG a SVG.

Pôvodné obchodné exporty, plné popisy výrobkov a kópie webových stránok zostávajú v internom analytickom archíve. Zdieľaný balík obsahuje odvodené pozorovania a kontrolné odtlačky, nie prihlasovacie údaje alebo surové exporty celých katalógov. Na zopakovanie hlavných výpočtov stačí dodaný JSON a Python zo štandardnej knižnice.

Verejné vydanie: 17. 11. 2026. Trvalý odkaz: https://micina.sk/studie/velkost-balenia-2026.

Verzia 1.0 · Zber 16. 11. 2026 · Pri citovaní uviesť Micina, dátum zberu, 746 produktových radov a obmedzenie na sledované ponuky. Bez týchto údajov by tvrdenie „väčšie balenie ušetrí tretinu“ bolo príliš všeobecné.