

Mendelova univerzita v Brně
Agronomická fakulta
Ústav agrosystémů a bioklimatologie



MOŽNOSTI UPLATNĚNÍ BIOPOTRAVIN
U SPOTŘEBITELŮ

Diplomová práce

Vedoucí práce:

Ing. Jan Winkler, Ph.D

Vypracovala:

Bc. Naděžda Michalová

Brno 2010

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Možnosti uplatnění biopotravin u spotřebitelů vypracovala samostatně a použila jen pramenů, které cituji a uvádím v přiloženém seznamu literatury.

Diplomová práce je školním dílem a může být použita ke komerčním účelům jen se souhlasem vedoucího diplomové práce a děkana Mendelovy univerzity v Brně.

V Brně dne

podpis diplomanta

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucímu diplomové práce Ing. Janu Winklerovi Ph.D za cenné rady a všestrannou pomoc při zpracování diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala majitelům prodejen zdravé výživy v Brně a Uherském Hradišti, kteří mi pomohli s dotazníkovým šetřením a poskytli mi důležité informace o bioproduktech ve svých prodejnách.

Diplomová práce byla zpracována s podporou Výzkumného záměru č. MSM6215648905 „Biologické a technologické aspekty udržitelnosti řízených ekosystémů a jejich adaptace na změnu klimatu“ uděleného Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy České republiky.

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá problematikou biopotravin na českém trhu. Popisuje jejich současnou situaci ve dvou zvolených městech a snaží se vyhodnotit nynější stav prodeje biopotravin v prodejnách zdravé výživy. Cílem práce je navrhnout možnosti většího uplatnění biopotravin na trhu. První část se krátkým shrnutím věnuje problematice ekologického zemědělství, snaží se nastínit jeho principy, legislativu v ČR, historii, aktuální stav, kontrolní systém. Pokračuje stručnou charakteristikou biopotravin a věnuje se také současnému trhu těchto bioproduktů v České republice. Praktická část se formou dotazníkového šetření a RDA analýzy snaží vyhodnotit názory a zvyklosti cílové skupiny v nakupování biopotravin a srovnává města Brno a Uherské Hradiště.

Klíčová slova: ekologické zemědělství, biopotraviny, dotazníkové šetření, RDA analýza

ABSTRACT

The diploma thesis deals with organic food in the Czech market. Describes the current situation in two selected cities and tries to assess the current situation of organic food sales in health food stores. The goal is to propose the possibility of applying the organic food market. The first part is a brief summary that deals with the issue of organic farming, tries to outline its principles, legislation in the Czech Republic, history, current status and control system. Continues with a brief characterization of organic food and also attends to the current market of organic products in the Czech Republic. The practical part of the questionnaire investigation and analysis of the RDA tries to evaluate opinions and habits of the target group in buying organic food, and compares the cities of Brno and Uherské Hradiště.

Key words: organic agriculture, organic food, questionnaire investigation, analysis of RDA

OBSAH

1 ÚVOD.....	8
2 CÍL PRÁCE	9
3 LITERÁRNÍ PŘEHLED	10
3.1 Ekologické zemědělství	10
3.1.1 Charakteristika ekologického zemědělství	10
3.1.2 Principy ekologického zemědělství	10
3.1.3 Cíle ekologického zemědělství	11
3.1.4 Právní úprava	12
3.1.5 Ekologické zemědělství ve světě	13
3.1.6 Vývoj ekologického zemědělství v ČR	13
3.1.7 Současný stav ekologického zemědělství v ČR.....	15
3.1.8 Dotační politika v ekologickém zemědělství.....	17
3.1.9 Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010.....	19
3.2. Biopotraviny.....	21
3.2.1 Bioprodukt	21
3.2.2 Biopotravina.....	21
3.2.3 Zásady pro výrobu biopotravin.....	22
3.2.4 Osvědčování o původu.....	23
3.2.5 Označování biopotravin	23
3.2.6 Registrace v ekologickém zemědělství.....	25
3.2.7 Cena biopotravin.....	25
3.2.8 Evidence spojená s biopotravinami	27
3.2.9 Kvalita biopotravin	27
3.2.10 Kontrolní systém v ekologické zemědělství.....	28
3.3 Trh s biopotravinami.....	30
3.3.1 Distribuční cesty biopotravin.....	30
3.3.2 Současná situace na trhu s biopotravinami	30
3.3.3 Současný stav biopotravin na českém trhu	31
3.3.3.1 Preference spotřebitelů	31
3.3.3.2 Export biopotravin	31
3.3.3.3 Import biopotravin	32
3.3.3.4 Maloobchodní řetězce	32

3.3.3.5 Prodejny zdravé výživy	33
3.3.3.6 Sortiment biopotravin	33
3.3.3.7 Spotřebitelé biopotravin.....	34
3.3.3.8 Biobedýnkový systém.....	34
3.3.3.9 Soutěž České BIO	35
4 MATERIÁLY A METODY	37
4.1. Dotazníkové šetření	37
4.2 Statistické zpracování	39
4.3 Prodejnost biopotravin v prodejnách zdravé výživy.....	39
5 VÝSLEDKY A DISKUZE.....	40
5.1 Výsledky dotazníkového šetření a diskuse	40
5.1.1 První část dotazníkového šetření	40
5.1.2 Druhá část dotazníkového šetření.....	41
5.2 Statistické zpracování výsledků a diskuse	48
5.3 Vyhodnocení prodejnosti	57
5.3.1 Prodejna zdravé výživy - Uherské Hradiště	57
5.3.2 Prodejna zdravé výživy - Brno	58
5.4 Diskuse a uplatnění biopotravin na trhu	58
6 ZÁVĚR	60
7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	61
8 SEZNAM OBRÁZKŮ.....	67
9 SEZNAM TABULEK	68
10 PŘÍLOHY	69

1 ÚVOD

Posledních několik let se ekologické zemědělství (dále EZ) stává jak módním trendem, tak stabilní a perspektivní možností pro zemědělce i potravináře. Nutriční hodnota potravin začíná být konečně kromě specialistů vnímána také širokou veřejností. Lidé jsou odpovědnější za své zdraví, začínají se zajímat o svůj jídelníček a pokud mají dostatek financí, jsou ochotni si za dražší, ale kvalitnější potraviny připlatit (Urban, Šarapatka, 2005).

EZ je však velmi široké téma, proto se ve své práci budu spíše zaměřovat na biopotraviny a současnou situaci těchto produktů na trhu. Již několik let se zajímám o zdravý životní styl a k němu patří i biopotraviny, které nakupuji od přátel, kteří vlastní prodejnu zdravé výživy. V rámci terénních výjezdů jsem se zúčastnila exkurzí do biofarem a tak jsem mohla být svědkem toho, jak zde probíhá normální den a výroba biopotravin. Také díky tomuto milému zážitku, který ve mě exkurze na biofarmě zanechala jsem si vybrala téma biopotraviny.

Mezi produkty EZ patří biopotraviny, u kterých je během zpracování povoleno pouze limitované použití přídatných a pomocných látek. Spousta lidí si dříve myslela, že biopotraviny jsou jen nějaká zrní bez chuti, opak je však pravdou a rok od roku se trh s biopotravinami stále rozšiřuje (Urban, Šarapatka, 2003).

V roce 2008 za tyto výrobky Češi utratili 1,33 miliard korun. Jednalo se o nárůst 461 milionů, než v roce předešlém. Jejich průměrná spotřeba na obyvatele a rok činila 176 Kč. Ve stejném roce byla také nejlepší kuchařkou roku oceněna Biokuchařka Hany Zemanové. V srpnu roku 2009 v České republice ekologicky hospodařilo 2586 ekofarem na výměře téměř 400 000 hektarů zemědělské půdy. Od začátku tohoto roku se zvýšil počet ekofarem o 640 a výměra půdy v ekologickém zemědělství o 50 333 hektarů. Celkový podíl ekologického zemědělství na zemědělské půdě přesáhl 9 %. Počet výrobců biopotravin dosahuje téměř 450 podniků (Václavík, 2009).

2 CÍL PRÁCE

Cílem diplomové práce je pomocí dotazníkového šetření provést zjištění a vyhodnocení názorů a zvyklostí cílové skupiny v nakupování biopotravin a současně také zhodnotit stav na trhu s biopotravinami. Pomocí zjištěných informací navrhnout další možnosti většího uplatnění biopotravin na trhu a zvýšení prodeje biopotravin v prodejnách zdravé výživy, ve kterých probíhalo dotazníkové šetření.

Pro přehlednost lze cíle shrnout do čtyř základních bodů:

- Vyhodnoťte názory a zvyklosti cílové skupiny v nakupování biopotravin
- Zjistěte neprodávanější biopotraviny ve vámi zvolených prodejnách zdravé výživy
- Navrhněte možnosti většího uplatnění biopotravin na trhu
- Navrhněte možnosti zvýšení prodeje biopotravin ve Vámi sledovaných provozovnách

3 LITERÁRNÍ PŘEHLED

3.1 Ekologické zemědělství

3.1.1 Charakteristika ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství je chápáno jako druh zemědělského hospodaření, který se snaží prospívat životnímu prostředí a jeho jednotlivým složkám tím, že omezuje či zakazuje používání látek a postupů, které zatěžují nebo znečišťují životní prostředí (Urban, Šarapatka 2003).

Mezi charakteristické rysy EZ patří například udržování ekologické stability zemědělských prvků, racionální využití odpadů, využívání obnovitelných zdrojů, snaha zachovávat zdraví půd, ekosystémů a lidí. Hlavní dozor nad dodržováním pravidel spojených s EZ přísluší Ministerstvu zemědělství. Motivem pro vytvoření tohoto způsobu zemědělství, kterému se ještě před rokem 1990 říkalo také alternativní či organické, bylo v minulém století negativní působení tehdejšího zprůmyslněného zemědělství. Docházelo ke špatnému zacházení s chovanými zvířaty, poškozovalo přírodu, snižovalo kvalitu potravin a ohrožovalo sociální jistoty rolníků a zdraví populace (Urban, Šarapatka 2003).

Dle Šánové (2006) se jedná o systém hospodaření, který používá šetrné způsoby, díky kterým dochází k potlačení plevelů, chorob i škůdců. Zakázáno je používat syntetická hnojiva a pesticidy. Je vnímavější k přirozeným potřebám zvířat a dbá na celkovou harmonii agroekosystému a biologickou diverzitu. Jedná se o velmi pokrokový způsob hospodaření, které staví na tisíciletých zkušenostech našich předků a bere ohled na přirozené koloběhy a závislosti. Tak umožňuje produkovat vysoce hodnotné a kvalitní potraviny. Rozvíjí se již několik desetiletí a od r. 1994 je součástí zemědělské politiky EU.

3.1.2 Principy ekologického zemědělství

Zemědělci, kteří hospodaří v systému EZ, mají povinnost dodržovat řadu opatření a zákazů, díky kterým jsou zmírněny environmentální dopady, které jinak vytváří konvenční způsob hospodaření (Urban, Šarapatka 2003).

Mezi zákazy patří používání umělých hnojiv, kdy je spotřebováno velké množství neobnovitelných zdrojů, celá výroba je energeticky velmi náročná a mimo jiné způsobuje eutrofizaci vod. Ekozemědělci dávají přednost statkovým hnojivům, jako jsou například močůvka, hnůj či kompost. Na farmách panuje uzavřený koloběh látek, kde jsou výkaly hospodářských zvířat využívány ke hnojení polí. U výroby potravin se EZ vyznačuje šetrnými zpracovatelskými postupy s vyloučením použití chemicko-syntetických látek, díky kterým dochází ke znečištění půd a vod. Jednou z dalších zásad v rámci ekologické produkce je zákaz používání a jakákoliv zacházení s geneticky modifikovanými organismy (Urban, Šarapatka 2003).

Jak už bylo zmíněno výše, EZ dává přednost uzavřenému koloběhu látek v rámci ekologického podniku. Aby tak bylo dosaženo, snahou je omezení vstupů z vnějšího okolí a minimalizací spotřeby neobnovitelných zdrojů surovin a energie. Další významnou funkcí je snížení nadprodukce a šetrnější přístup k hospodářským zvířatům a dodržování zásad jako jsou například:

- způsob ustájení musí odpovídat fyziologickým a etologickým potřebám zvířat
- zajistit dostatečný pohyb, čerstvý vzduch, dostatek prostoru, kvalitní krmné dávky (podíl krmiv z konvenčního zemědělství nesmí překročit 10 procent denní krmné dávky)
- zákaz používání syntetických léčiv, stimulátorů a hormonálních látek
- zákaz tělesného poškozování a mrzačení (kupírování, zkracování zubů, zobáků) (Urban, Šarapatka 2003)

3.1.3 Cíle ekologického zemědělství

Mezi hlavní cíle patří snaha produkovat kvalitní výrobky a krmiva, které mají vysokou nutriční hodnotu. Udržovat a dále zlepšovat úrodnou půdu, jejíž plocha se neustále zmenšuje. Pracovat v co nejvíce uzavřených cyklech koloběhu látek a vyvarovat se všech forem znečištění pocházejících ze zemědělského podniku.

Hospodářským zvířatům vybudovat takové podmínky, které odpovídají jejich fyziologickým a etologickým potřebám (Urban, Šarapatka 2003).

Výsledkem tohoto snažení by mělo být uchování přírodních ekosystémů v krajině, ochrana přírody a její diverzity. Pomocí EZ by se měly vytvářet nová pracovní místa a tím udržet osídlení na venkově a tradiční ráz zemědělské krajiny (Urban, Šarapatka 2003).

3.1.4 Právní úprava

V ČR je v platnosti od 1.1.2001 zákon o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb, který stanovuje pravidla pro pěstování rostlin a chov hospodářských zvířat, dále pro zpracování, dovoz, vývoz, označování bioproduktů a biopotravin včetně všeobecných požadavků a kontrolních postupů. Později je novelizován zákonem č. 553/2005, který nabyl platnost dne 30.12.2005. Všechny dosud platné vyhlášky vztahující se k zákonu o EZ s účinností od 1.2.2006 nahrazuje nová vyhláška Mze č.16/2006 (Čapounová, 2007).

Zcela nová evropská právní norma pro EZ začala platit od 1.1.2009. Konkrétně se jedná o nařízení Rady (ES) a Evropského parlamentu č.834/2007 o ekologické produkci a označování ekologický produktů a prováděcí nařízení Komise (ES) 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) 834/2007. Tato nařízení nahrazují původní nařízení Rady 2092/1991 o EZ. (Vorlíček, 2010).

3.1.5 Ekologického zemědělství ve světě

Za rozvoj EZ může postupná industrializace zemědělství a rostoucí poškozování životního prostředí. Na začátku 20.století bylo vlivem intenzifikace zjištěno poškozování půdy a zhoršení její úrodnosti. Díky tomuto zjištění docházelo k hledání tradičních a ověřených metod hospodaření, např. kompostování, omezení zásahů do půdy apod. (Urban, Šarapatka 2003).

Urban, Šarapatka (2003) dále uvádějí. Po druhé světové válce byly prosazovány především takové zemědělské metody, díky kterým by bylo dosaženo největšího objemu zemědělské produkce bez ohledu na vzniklé negativní environmentální důsledky. Celkově se zhoršil vztah lidí k půdě a zvířatům. Byl odhalen problém s výskytem patogenních organismů a snížením kvality potravin.

Důležitým mezníkem pro rozvoj EZ bylo založení mezinárodní federace IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements – Mezinárodní federace sdružení za organické zemědělství) se sídlem v Německu (Koutná, 2006).

Tato federace byla založena v 70. letech minulého století řadou vyznavačů EZ, díky kterým byly vytvořeny obecné zásady pro EZ. Největší zlom v EZ přineslo v roce 1991 Nařízení Rady EHS č. 2092/1991 o EZ a označování zemědělských produktů a potravin, které podporuje jeho rozvoj v rámci nástrojů evropské strukturální politiky. Nařízení bylo jako první zákonnou normou, definující produkční postupy EZ a určující závazné mechanismy pro kontrolu, certifikaci a označování. Díky ní docházelo ke stoupající poptávce spotřebitelů po biopotravínách (Koutná, 2006).

Plocha ekologicky obdělávané zemědělské půdy v Evropě se za dvě poslední desetiletí rozšířila ze 100 000 ha na 5,4 mil. ha. V roce 2002 tvořila 3,4 % z celkové výměry zemědělské půdy v EU. Mezi členskými státy je však velmi rozdílná situace. EZ je nejsilnější v Dánsku, Německu, Finsku, Itálii a Švédsku. V těchto zemích se zde EZ provozuje na 6-8 % veškeré zemědělské půdy. Na opačné straně je Řecko s Portugalskem. Podíl ekologicky obdělávané půdy je zde zanedbatelný a s režimem EZ jsou tyto země na úplném začátku. Z nově členských států je rozvoj ekozemědělství nejdále v České republice. Naproti tomu na Maltě toto zemědělství vůbec neprovozují. Největšími spotřebiteli jsou Německo a Velká Británie (Javůrková, 2004).

Podle nejnovějších údajů je v celosvětovém měřítku ekologicky obhospodařováno přes 32 milionů hektarů zemědělsky využívaných ploch na celkem 1,2 milionech ekologických farmách. Světový trh s biopotravínami nadále roste a v roce 2008 celková světová spotřeba přesáhla 50 miliard dolarů (Bodoková, 2009).

3.1.6 Vývoj ekologického zemědělství v ČR

V České republice spadají počátky EZ do druhé poloviny osmdesátých let. Objevovaly se zprávy a krátké články v odborných časopisech. Od této doby se lidé začali více zajímat o zdravý životní styl a zdravou výživu. Vznikaly skupiny lidí, které propagovaly vegetariánský způsob života a tím dávali podnět ke zvýšenému zájmu o zdravé potraviny, které trh v té době nenabízel. Veškerá snaha byla ale zmařena tehdejšími komunistickým režimem (Hladíková, 2008).

Základy EZ byly položeny v roce 1989 skupinou agronomů z Moravy, vědeckých a odborných pracovníků, kteří v roce 1988 založili Odbornou skupinu pro alternativní zemědělství, kterou zastřešovala Československá vědeckotechnická společnost (dále ČSVTS). Ve stejném roce bylo vyhlášeno přechodné období na ekologické zemědělství ve třech podnicích, a to ZD Dubicko – zelinářství Leština,

v Nových Losinách na Šumpersku – statek Hanušovice a ve Starém Hrozenkově v Bílých Karpatech (Hladíková, 2008).

V roce 1990 proběhla o EZ první odborná konference. Organizovala ji ČSVTS ve Velké Bystřici u Olomouce za odborné asistence IFOAM. Brzy poté se zvýšil ze strany rolníků a zemědělských podniků zájem o tento způsob hospodaření. Začaly se vyplácet první dotace pro ekologicky hospodařící podniky, které byly přidělovány ve výši 3000 Kč/ha. Díky nim došlo ke zvýšení ekologicky obhospodařované půdy. Tyto dotace byly vypláceny do roku 1992. V následujícím roce byly dotace zrušeny, takže počet ekofarem zůstal přibližně stejný až do roku 1998, kdy byly dotace opět obnoveny. V roce 1990 vznikl také svaz producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO v Šumperku a v průběhu následujícího roku další svazy – Libera Praha, Biowa Chrudim, Naturviva Třebíč a Altervin Velké Bílovice. Obor EZ se v rámci postgraduálního studia začal od roku 1990 vyučovat na Vysoké škole zemědělské v Praze a později i na zemědělské fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích.

V roce 1991 bylo v ČR registrováno 132 ekofarem, které obhospodařovaly půdu na 17 507 ha, což činilo pouze 0,41% ze zemědělské půdy. Rok 1993 znamenal velký posun v EZ. Byla zavedena národní známka „BIO“. Tato ochranná známka pro potraviny z ekologického zemědělství byla přijata především kvůli zvýšení povědomí o biopotravinách na veřejnosti (Hladíková, 2008).

V roce 1999 vznikla nezávislá kontrolní organizace KEZ o.p.s., ta měla jako jediná celostátní působnost v oblasti kontroly a certifikace ekologického zemědělství v ČR až do roku 2005. Od roku 2006 byly kontrolní činnosti pověřeny další organizace a to ABCERT GmbH a BOKONT CZ. V roce 2000 byl přijat zákon o ekologickém zemědělství s účinností od 1.1.2001, který upravuje osvědčování bioproduktů a biopotravin, jejich označování a prodej, včetně dovozu a vývozu. Téhož roku svaz PRO-BIO zakládá regionální skupiny svazu po celé ČR a biopotraviny se poprvé objevují v supermarketech. V roce 2004 je vyhlášen národní Akční plán rozvoje ekologického zemědělství v ČR na dalších 10 let (Hladíková, 2008).

3.1.7 Současný stav ekologického zemědělství v ČR

V roce 2008 u nás ekologicky hospodařilo 1802 zemědělských podniků. Oproti předešlému roku jde o nárůst 500 farem. V porovnání s rokem 2007, kdy zde bylo 253 výrobců biopotravin, došlo za rok ke zvýšení na 410 těchto výrobců. Což představuje nárůst o 62 %. Ekologicky se hospodařilo na téměř 8 % výměry zemědělské půdy. Tab. 1 informuje, že mezi nejrychleji rozšiřující se v tomto roce staly vinice, jejichž výměra se zvýšila asi o 70 %. 2777 hektarů patří v roce 2008 ekologickým sadům a plocha vinic dosáhla na 408 hektarů. Je registrováno 9 ekologických chovatelů včel. Ke dni 31.12. 2009 se výměra dostala téměř na 400 000 ha, což je 9,38% z celkové výměry zemědělské půdy. V tomto režimu zemědělství se stále zvyšují výměry vinic, sadů, orné půdy a také se do režimu EZ dostaly první chmelnice. Ve stejném roce se také o 50 % zvýšil počet ekofarem a počet výrobců biopotravin dokonce přesáhl 500 provozoven (MZe, 2010a).

Tab. 1 Srovnání základních statistických ukazatelů ekologického zemědělství

UKAZATELÉ	31.12.2007	31.10.2008	Nárůst za leden-říjen 2008	Nárůst v (%)
Počet výrobců biopotravin	253	410	157	62,1
Počet ekofarem	1 318	1 802	484	36,7
Výměra zem.půdy v EZ (ha)	312 890	338 722	25 832	8,3
Podíl EZ na celkové výměře zem.půdy (%)	7,35	7,97	0,62	8,4
Výměra orné půdy (ha)	29 505	34 990	5 485	18,6
Výměra trvalých travních porostů (ha)	257 899	278 913	21 014	8,1
Výměra trvalých kultur (sady) (ha)	1 625	2 777	1 152	70,9
Výměra trvalých kultur (vinice) (ha)	245	408	163	66,5
Ostatní plochy (ha)	23 616	21 634	-1 982	-8,4

Zdroj: (Mze, 2010a)

Tab. 2 Srovnání základních statistických ukazatelů ekologického zemědělství

UKAZATELÉ	31.12.2008	31.12.2009	Nárůst za leden-prosinec 2009	Nárůst za leden-prosinec 2009 (%)
Počet výrobců biopotravin	410	501	91	22
Počet ekofarem	1 802	2 689	887	49
Výměra zem.půdy v EZ (ha)	338 722	398 407	59 685	18
Podíl EZ na celkové výměře zem.půdy (%)	7,97	9,38	1,41	---
Výměra orné půdy (ha)	34 990	44 906	9 916	28
Výměra trvalých travních porostů (ha)	278 913	329 232	50 319	18
Výměra trvalých kultur (sady) (ha)	2 777	3 678	901	32
Výměra trvalých kultur (vinnice) (ha)	408	645	237	58
Výměra trvalých kultur (chmelnice) (ha)	0	8	8	---
Ostatní plochy (ha)	21 634	19 890	- 1 744	- 8

Zdroj: (MZe, 2010a)

3.1.8 Dotační politika ekologického zemědělství

Již koncem roku 1990 byly uvolněny první finanční prostředky, které podporovaly nově vzniklé ekologicky hospodařící podniky. Výše příspěvku tehdy činila tři tisíce korun za hektar. V roce 1992 bylo však vyplácení dotací zrušeno. Nárůstem ekologicky obhospodařovaných ploch se dotace ekologického zemědělství začaly zvonit zavadět v roce 1998 (MZe, 2004).

Podpora byla ve formě přímých dotací na základě nařízení vlády na podporu mimoprodukčních funkcí zemědělství. V roce 1998 obdrželi zemědělci hospodařící v režimu EZ částku 48 milionů Kč. V průměru 2 367 korun za hektar. V roce 2003 to bylo více než 230 milionů Kč (MZe, 2004).

Od roku 2004 je státní podpora pro EZ upravena programovým dokumentem „Horizontální plán rozvoje venkova“ (HRDP). Tento program je dokumentem MZe ČR a umožňuje čerpání finančních prostředků na podporu rozvoje venkova až do výše 80% kalkulovaných plateb. Podpora je uskutečňována z garanční sekce fondu EAGGF (Evropský zemědělský garanční a orientační fond). Dotační program patří do agroenvironmentálních opatření (AEO), který navázal na dotační politiku MZe ČR v období před vstupem České republiky do EU (MZe, 2004).

MZe (2010a) uvádí další zvýhodnění, které v podobě bodové bonifikace mohou zemědělci čerpat z Operačního programu Zemědělství. Jedná se o druhý programový dokument, na který od roku 2007 navazuje „Program rozvoje venkova 2007 – 2013“. V tomto programu je výše dotace stanovena v eurech, která je rozdílná v závislosti na pěstované kultuře. Výše příspěvku je tedy závislá na vývoji směnného kurzu eura vůči české koruně. Ministerstvo zemědělství stanovilo pro rok 2009 kurz 26,825 Kč/Euro.

Výše dotace byla pro rok 2009 následující:

- a) 155 EUR/ha pro hospodaření na orné půdě
- b) 89 EUR/ha pro hospodaření na travních porostech
- c) 849 EUR/ha, pro obhospodaření vinic, ovocných sadů, chmelnic
- d) 564 EUR/h pro speciální byliny, které jsou pěstovány na orné půdě

Ekozemědělci jsou spolu s výrobci biopotravin od roku 2007 bodově zvýhodněni i v jiných programech a to díky pěti investičním opatřením Programu rozvoje venkova. Jedná se o osy I a III, do kterých se řadí (MZe, 2010a).

- Modernizace zemědělských podniků
- Zahájení činnosti mladých zemědělců
- Přidávání hodnoty zemědělským a potravinářským produktům

- Podpora cestovního ruchu
- Diverzifikace činností nezemědělské povahy (MZe, 2010a).

Tab. 3 Vyplacené finanční prostředky v rámci agroenvironmentálních opatření v Kč

Rok	Kč
2000	89 101 971
2001	167 966 104
2002	210 861 131
2003	230 810 809
2004	292 200 000
2005	285 828 855
2006	304 995 064
2007	536 410 176
2008	687 594 517

Zdroj: (Mze, 2010a)

3.1.9 Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010

MZe (2004) uvádí, že se jedná se o strategický dokument ČR v oblasti rozvoje EZ do roku 2010 v souladu s Evropským akčním plánem rozvoje EZ. ČR. Na jeho zpracování se podílelo například MZe ČR, MŽP ČR, zástupci svazů PRO-BIO a Libera, KEZ, o.p.s., výzkumné ústavy i samotní ekozemědělci. Vládou byl přijat 17.3.2004.

Akční plán se skládá ze tří hlavních kapitol. V první kapitole A jsou zmíněna východiska pro zpracování Akčního plánu a hlavní argumenty k jeho přijetí. Současný stav EZ popisuje kapitola B a kapitola C uvádí hlavní priority a cíle Akčního plánu.

Základní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj ekologického zemědělství lze vymezit takto:

- Posílit postavení ekologického zemědělství v ČR
- Zvyšovat pozitivní vliv ekologického zemědělství na přírodu a krajinu
- Zajistit životaschopnost ekologických farem
- Zvýšit konkurenceschopnost českého zemědělství v EU
- Zvyšovat důvěru veřejnosti v ekologické zemědělce
- Propagovat životaschopná venkovská hospodářství
- Zlepšovat životní podmínky a welfare zvířat chovaných na ekologických farmách
- Zajistit ochranu produktů EZ před kontaminací geneticky modifikovanými organismy
- Rozšiřovat hospodářské aktivity s vyšší přidanou hodnotou
- Přispět prostřednictvím ekologické produkce k ochraně zájmů spotřebitelů
- Posilovat pozitivní vnímání kvality biopotravin u spotřebitelů
- Rozšiřovat trh s biopotravinami, s rostoucím trhem zefektivňovat produkci a zpracování produktů EZ
- Zlepšit odborné poradenství, vzdělávání a výzkum v EZ (Mze, 2004)

Současný Akční plán, jehož cílem bylo do roku 2010 dosáhnout podílu 10 % z celkové výměry zemědělské půdy, končí koncem roku 2010. Dosažení tohoto cílu se zdá být reálné, neboť již jsme dosáhli úrovně 9,24 %. Vládou bude přijat nový Akční plán na období 2011-2015. Hlavní cíle Akčního plánu již nebudou směřovat pouze na dosažení konkrétního podílu EZ, ale půjde o cíle v produkci českých biopotravin, rozvoje domácího trhu s biopotravinami a o celkové zkvalitnění systému v EZ. Již dnes je podíl přes 9 % (Leibel, 2010).

3.2 Biopotraviny

3.2.1 Bioprodukt

Bioprodukt je dle zákona č. 242/2000 Sb. jakákoliv surovina rostlinného nebo živočišného původu, pocházející z EZ a určená na základě osvědčení k výrobě biopotravin. Může se jednat o hospodářská zvířata, chovná zvířata či suroviny pro nepotravinářské využití (vlna, přadný len) Samostatnou podskupinou bioproduktů jsou pak ostatní bioprodukty, což jsou krmiva, osiva a sadba. Při zpracování nejsou použita umělá ochucovadla, barviva či různé zlepšovače chuti a konzistence (Kez, 2010)

3.2.2 Biopotravina

Podle zákona č.242/2000 Sb. jsou pod tímto názvem označovány všechny potraviny, které pocházejí z EZ. Biopotravinou je potravina, která je vyrobená za podmínek uvedených v tomto zákoně, a která plní požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními právními předpisy, na které bylo vydáno osvědčení o biopotravině. Od ostatních potravin se liší způsobem svého vzniku. Jedná se o produkt EZ, během jehož zpracování je povoleno pouze limitované použití přídatných a pomocných látek (Kez, 2010).

Moudrý, Prugar (2002) ve své literatuře uvádí jako biopotravinu potravinářský výrobek, který je získaný z bioproduktů a omezeného množství povolených přísad, kde je vše vymezeno zvláštním technologickým postupem. Zakázáno je bělení, působení hormonů, výměna kationtů, hydrogeneze, uzení s použitím chemikálií apod. Ten, kdo biopotraviny zpracovává, smí používat pouze takové postupy, které vedou k zajištění ekologické integrity produktů. Musí dbát zásad jako jsou například časové a prostorové oddělení ekologických provozů od provozů, kde dochází ke zpracování surovin vyrobených konvenčními postupy.

Zvýšený zájem o biopotraviny se dá vysvětlit sníženým obsahem nežádoucích kontaminujících látek, reziduí pesticidů, těžkých kovů, umělých hnojiv. Biopotraviny obsahují vyšší množství některých živin (vitaminů, minerálních látek) a vláknin, mají lepší uchovatelnost a skladovatelnost. Je však také důležité neopomenout ani negativní vlastnosti jako je vyšší obsah přírodních toxických látek (alkaloidů), výskyt mykotoxi-

nů, horší dostupnost pro spotřebitele a vyšší cena v porovnání s konvenčními potravinami (Barták, 2001).

Někteří lidé se rozhodnou jíst biopotraviny z vážného onemocnění či narození potomka, jiní se rozhodnou konzumovat biopotraviny díky potravinovým skandálům konvenčních potravin nebo z důvodu módního trendu. (Urban, Šarapatka, 2005).

3.2.3 Zásady pro výrobu biopotravin

Přesná pravidla a zásady vztahující se k výrobě biopotravin jsou popsána v zákoně č.242/2000 Sb. a dle Nařízení rady č. 843/2007 jsou obecné zásady ekologické produkce následující:

1.Příprava zpracovaných ekologických potravin musí být prostorově nebo časově oddělena od jiných než ekologických potravin.

2.Na složení zpracovaných ekologických potravin se vztahují podmínky:

- a) produkt je vyroben především ze složek zemědělského původu; pro účely stanovení, zda je produkt vyráběn zejména ze složek zemědělského původu, se nebere v úvahu přidaná voda a jedlá sůl;
- b) lze použít pouze potravinářské přídatné látky, činidla, látky určené k aromatizaci, vodu, sůl, látky pro přípravu mikroorganismů a enzymů, minerály, vitamíny, stopové prvky, aminokyseliny a další mikroživiny v potravinách pro zvláštní nutriční použití a pouze pokud byly schváleny pro použití v ekologické produkci podle článku 21;
- c) jiné než ekologické zemědělské složky se mohou použít jen tehdy, pokud byly schváleny pro použití v ekologické produkci podle článku 21 nebo přechodně schváleny členským státem;
- d) ekologická složka nesmí být přítomna společně se shodnou složkou jiného než ekologického původu nebo složkou z období přechodu;
- e) potraviny získané z plodin v období přechodu obsahují pouze jednu složku plodiny zemědělského původu.

3.Nepoužívají látky a postupy, které obnovují vlastnosti ztracené během zpracování a skladování ekologických potravin, které napravují výsledky nedbalosti při zpracování těchto produktů nebo které mohou být jinak zavádějící co se týče pravé povahy těchto produktů.

3.2.4 Osvědčování o původu biopotravin

Všechny bioprodukty a biopotraviny, které jsou uváděny do oběhu, musí mít vystaveno osvědčení o původu. Toto osvědčení vydává kontrolní orgán na základě žádosti ekologického podnikatele, jehož povinností je, splnit požadavky zákona o EZ a jeho prováděcích předpisů. Kontrolní orgán vystaví toto osvědčení do 30 dnů od provedení kontroly. U rostlinných produktů pěstovaných na orné půdě a rostlinných produktů z trvalých kultur jsou tato osvědčení vydávána do sklizně dané plodiny a to nejméně na jeden kalendářní rok, nejdéle však na 15 měsíců. Tato osvědčení má osoba podnikající v EZ povinnost uchovávat 5 let. V případě vydání odepření certifikátu je osoba podnikající v EZ povinná vrátit platný certifikát kontrolní organizaci. Ekologický podnikatel či výrobce biopotravin je povinen předat při uvedení bioproduktů a biopotravin také kopii osvědčení o původu bioproduktů a osvědčení biopotravin a to osobě, která je uvádí do oběhu (Červenka, Kovářová 2005).

3.2.5 Označování biopotravin

Pravé certifikované biopotraviny jsou označovány grafickým znakem „BIO“ (případně jeho schválenými modifikacemi) a nápisem „Produkt ekologického zemědělství“. Tímto označením je zaručeno, že produkt pod touto značkou byl od výroby až ke konečnému spotřebiteli řádně kontrolován dle zákona o EZ (Červenka, Kovářová, 2005).

Součástí značení je také číslo kontrolní organizace CZ-KEZ-01, CZ-ABCERT-02, CZ-BIOCONT-03, která jako poslední provedla kontrolu. Spotřebitel se na našem trhu může setkat se čtyřmi druhy značení. Jedná se buď o ekologickou značku v podobě obilného klasu, obklopeného kruhem dvanácti hvězd a zeleným zoubkovaným prstencem s nápisem „*EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ*“, dále s logem národním tzv. „pruhovanou zebrou“, se značkou některého svazu ekologických zemědělců a čtvrté značení může pocházet z jiné země EU. Za biopotraviny se smí označovat pouze takové zpracované produkty, které pocházejí z více než 95 % ekologického pěstování nebo chovu. U produktu, kde se procento pohybuje mezi 70 – 95 % je povolena propagace jako ekologická pouze s určitými omezeními. Takový výrobek se nepovažuje za biopotravinu, ale jeho výroba podléhá stejným kontrolním postupům jako biopotravina (Červenka, Kovářová, 2005).

Po vstupu ČR do EU výrobcům a zpracovatelům ze zemí EU odpadla povinnost, certifikovat své bioprodukty a biopotraviny českou „biozebrou“ a ponechávají tedy na výrobku označení kontrolní organizace daného státu z EU.

Důležitým datem je 1. 7. 2010. Od tohoto data bude platit povinnost v označování biopotravin logem EU, které je dnes pouze dobrovolné. Zároveň bude povinností označovat původ jednotlivých složek biopotravin v tom smyslu, zda se jedná o složky pocházející z EU, mimo EU, nebo zda jde o kombinaci obou možností. V případě, že všechny složky budou domácího původu, lze tuto biopotravinu označit jako „zemědělská produkce ČR“ (KEZ, 2010).



Obr. 1 Český grafický znak používaný v ekologickém zemědělství (MZe, 2010b)



Obr. 2 Grafický znak loga společenství označující ekologickou produkci platné do 30.6.2010 (MZe, 2010b)



Obr. 3 Nový grafický znak EU (MZe, 2010)

3.2.6 Registrace v ekologickém zemědělství

Pravidla pro hospodaření jsou upravena naší i evropskou legislativou, konkrétně se jedná o nařízení Rady (ES) č. 834/2007, nařízení Komise (ES) č. 889/2008, zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a prováděcí vyhlášku č. 16/2009 Sb.

Dle zákona o EZ má žadatel (ekologický zemědělec, výrobce biopotravin, obchodník s biopotravinami, výrobce biokrmiv, dodavatel biosiv a biosadby a ekologický včelař) o registraci v EZ povinnost, zaregistrovat se u MZe. Pro úspěšnou registraci musí nejprve uzavřít smlouvu s kontrolní organizací, která provede vstupní kontrolu, díky které se prověří připravenost k ekologickému způsobu hospodaření. Poté kontrolní organizace vystaví příslušné potvrzení, které tvoří přílohu žádosti o registraci na MZe. Úkolem žadatele je sepsat podrobný popis celého hospodářství a popisu jeho využití. V případě ekologických zemědělců vystaví MZe po podání žádosti o registraci informaci o zahájení přechodného období, případně rozhodnutí o registraci pro ekologické zemědělství (po uplynutí doby přechodného období). U ostatních osob podnikajících v ekologickém zemědělství vystaví MZe po podání žádosti rozhodnutí o registraci pro ekologické zemědělství (MZe, 2009).

Od roku 2005 odpadá povinnost registrace pro maloobchodníky, kteří pouze prodávají biopotraviny konečnému spotřebiteli. To znamená, že biopotraviny pouze umístí do regálu a prodají konečnému spotřebiteli. (MZe, 2009).

3.2.7 Cena biopotravin

Cena a cenová politika je důležitým nástrojem, který ovlivňuje nabídku, poptávku a konkurenceschopnost podniků. Cena podle průzkumů nejvíce odrazuje spotřebitele od nákupu biopotravin. V EZ je zakázáno používat chemické prostředky, což způsobuje většinou nižší užitkovost a výnosy. Znamená to i více ruční a tím pádem dražší práci (např. pletí a okopávání zeleniny). K dalším důvodům, proč jsou biopotraviny dražší je skutečnost, že chov hospodářských zvířat v EZ vyžaduje více pozornosti, místa, potrawy. Suroviny na výrobu bioproduktů a biopotravin se od ekologických zemědělců často svážejí z celé republiky do jednoho podniku, kde dochází ke zpracování, tím se zvyšují náklady spojené s dopravou. Jelikož výkup surovin od zemědělců probíhá na podzim, musí se produkce po zbytek roku skladovat. Tyto náklady jsou podstatnou nákladovou položkou i vzhledem ke skladovacím vlastnostem biopotravin (Barták, 2001).

Záleží také na složitosti odbytových cest, poptávce na trhu, regionu, místě nákupu (obchodní řetězec, ekofarma) či produktu z ekologického zemědělství Biopotraviny jsou v ČR většinou dražší o 45 – 250%. V budoucnu se díky větší produkci, snižováním logistických nákladů a hlavně vyšší konkurencí na trhu očekává pokles cen (Matějovský, Vonšovská, 2007).

V srpnu roku 2009 pro byl proveden srovnávací nákup v pražských prodejnách a obchodních řetězcích. Výsledky dokazují, že biopotraviny mohou být o stovky procent dražší, ale i stejně drahé či dokonce levnější než konvenční potraviny. Srovnávacím testem, který byl proveden v devíti obchodních řetězcích a v patnácti specializovaných prodejnách, byl zjištěn největší cenový rozdíl u dětských piškotů (534 %), nejmenší u kozího sýra. Ten byl oproti konvenci levnější o 23 % (Pro-bio liga, 2009).

Tab.4 Porovnání cen biopotravin a konvenčních potravin v roce 2006

Komodita	Průměrný rozdíl v ceně (%)
Vejsce 6 ks M	250
Jablka	125
Brambory	67,5
Mléko (1 l, plnotučné 3,5%)	25
Sýr Eidam	220
Jogurt bílý	45
Hovězí maso	40
Šunka vepřová	115
Vepřové maso kýta	90
Chléb pšeničný	115
Těstoviny (špagety)	90
Mouka pšeničná hrubá	50
Ovocný džus	125
Jablečný mošt	65
Čaj ovocný porcovaný	42,5

Zdroj: (MZe, 2007)

3.2.8 Evidence spojená s biopotravinami

Osoba podnikající v EZ je povinna vést vlastní evidenci o krmivech, prefixech a doplňkových látkách, které použil. Dále musí vést evidenci o podávání léčiv, veterinárních přípravků, evidenční kartu hospodářských zvířat, také musí vést denní záznamy o přímém prodeji bioproduktů ekofarmy, evidenci o pěstovaných plodinách, vegetačním pokryvu a obdělávání půdy. Pro ekologické výrobce potravin, osoby, které uvádí bioprodukty a biopotraviny do oběhu, ekologické podnikatele je povinností, vést si evidenci o druhu, množství a odběratelích všech prodávaných bioproduktů a biopotravin. Od této povinnosti jsou osvobozeny osoby, které skladují, distribuují nebo prodávají biopotraviny v balení určeném pro konvenčního spotřebitele. Evidenci jsou povinni spolu s věcnými a finančními záznamy o EZ uchovávat po dobu pěti let a vždy ji na požádání předložit kontrolnímu orgánu (Červenka, Kovářová, 2005).

3.2.9 Kvalita biopotravin

Díky způsobům, jakým jsou rostliny vypěstovány, zvířata chována a dále produkty zpracovány, skladovány a distribuovány jsou tyto výrobky kvalitnější a zdravější. Zákon o EZ zakazuje vědomé či úmyslné využívání škodlivých látek k produkci ekologických komodit. Požadavky na biopotraviny jsou dány zákonem o potravinách. Mezi nejzákladnější požadavek patří chemická nezávadnost potravin. U konvenčních výrobků je prioritou kvantita. Prioritou EZ je kvalita produktů, zajišťující přirozenost nutričních hodnot a fyziologických vlastností produktů. Způsob produkce biopotraviny je šetrný k životnímu prostředí a k neobnovitelným zdrojům surovin a energie. Při zpracování biopotravin se smí používat přibližně jenom jedna desetina přídavných a pomocných látek, které jsou jinak přípustné v běžné potravinářské výrobě (Leibel, 2006).

Moudrý, Prugar (2002) ve své literatuře uvádí čtyři rozdíly v porovnávání kvality konvenčních a ekologických produktů:

- Výživová neboli nutriční hodnota bioproduktů, která je častěji hodnocena výše než u běžných výrobků. Jde převážně o vyšší obsah vitamínů, enzymů, minerálních látek a vyváženější poměr mezi složkami bílkovin a tuků

- Hygienická hodnota vyjádřená výskytem cizorodých látek je u biopotravin lepší proto, že se při jejich pěstování nepoužívají chemické látky ani dusíkatá hnojiva (Moudrý, Prugar, 2002).
- Moudrý, Prugar (2002) dále definují technologickou kvalitu. Při využití optimálních skladovacích procesů se u bioproduktů uvádí lepší skladovatelnost způsobená nižším obsahem vody. Skladovací ztráty bioproduktů se udávají mezi 15 – 35 %, u konvenčních mezi 25 – 60 %.
- Smyslová neboli senzorická hodnota je diskutabilní. Řada produktů konvenčního zemědělství je účelově kvůli vzhledu, chuti a vůni chemicky barvena, lakována a různě chuťově upravována. Chemicky neošetřené bioprodukty někdy trpí vadami krásy, mohou také být tužší či houževnatější vzhledem k nižšímu obsahu vody. Vlivem nadměrného solení, slazení aj. běžných forem úpravy však bývají smysly konzumentů natolik změněny, že nejsou schopni smyslového rozlišení mezi produkty konvenčního zemědělství a bioprodukty (Moudrý, Prugar, 2002).

3.2.10 Kontrolní systém v ekologickém zemědělství

Význam každé kontrolní činnosti je z obecného pohledu především zjistit nedostatky ve vztahu k dodržování právních norem. Každý ekopodnikatel musí dodržovat pravidla určená zákonem pro EZ. Jestli je ekopodnikatel dodržuje či nikoliv je ověřováno přísnými kontrolami. Kontrolovaným subjektem se podnikatel stává na základě podání žádosti o registraci či písemným ohlášením a oznámením v případě výrobce a distributora biopotravin. Subjekty se se žádostí obracejí na MZe ČR a pokud je žádost v pořádku, zakládá zahájení přechodného období, tzv. konverze. V EZ známe kontrolu řádnou tzv. ohlášenou kontrolu a pak kontroly následné, nařízené či namátkové, které mohou být ohlášené či neohlášené (Urban, Šarapatka, 2002).

Urban, Šarapatka (2002) uvádí kontrolu řádnou, ta probíhá u každého ekopodnikatele minimálně jednou ročně. Tato kontrola probíhá na všech stupních výroby, vytváří se přísně regulovaný kontrolní řetězec. Například u výroby mléčných produktů začíná kontrola u zvířat na ekofarmě, dále pokračuje kontrolou původu surovin, oddělenou výrobou a balením u výrobce, až po konečnou kontrolu u distributora.

V případě povolení označovat produkty s odvoláním na ekologické pěstování je ekologickému podniku udělen certifikát. Důvodem provádění těchto kontrol je především ochrana spotřebitele i ekologických podniků. Kontroly poskytnou veřejnosti důvěru, že nakupované biopotraviny odpovídají požadované kvalitě (Urban, Šarapatka, 2003).

V ČR jsou kontrolní a certifikační činnosti pověřeny třetí organizace:

KEZ, o.p.s.

Tato společnost je národně i mezinárodně akreditovanou inspekční a certifikační organizací v ČR. V roce 1999 byla jako první nevládní nezávislá kontrolní organizace založena Svazem producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO, Nadačním fondem pro EZ (FOA) a Spolkem poradců EZ (EPOS). Její sídlo se nachází v Chrudimi (Kez, 2009).

Okruhy činnosti:

- Inspekční činnost – inspekčním orgánem je prováděna inspekce hospodaření ekopodnikatelů, výroby biopotravin, prodeje u osob uvádějící bioprodukty do oběhu a vývozců
- Certifikační činnost – certifikačním orgánem jsou prováděny činnosti, které souvisí s certifikací produktů ekopodnikatelů (Kez, 2009).

BIOCONT CZ, s.r.o.

Jedná se o nezávislou kontrolní organizaci se sídlem v Brně. Spolupracuje s řadou státních i soukromých orgánů a organizací, které mají vztah k EZ. Poskytuje informační a konzultační služby. Cílem Biokontu je zlepšit situaci v kontrole ekologického zemědělství, snížit administrativu a zachovat nízké ceny (Biocont, 2009).

ABCERT GmbH

Tato společnost se sídlem v Německém Esslingenu vznikla splynutím dvou kontrolních organizací Alicon a BioZert v roce 2002. Od roku 2005 má také českou pobočku se sídlem v Brně (Abcert, 2006).

3.3 TRH S BIOPOTRAVINAMI

3.3.1 Distribuční cesty biopotravin

Volba distribuční cesty je způsob, jakým bude prezentována nabídka bio produktů potenciálnímu spotřebiteli. Distribuční cesty mohou být přímé a nepřímé, tzn. buď si firma hledá zákazníky sama nebo pracuje se zprostředkovateli. Kombinací přímé a nepřímé cesty, je prodej prostřednictvím zásilkového obchodu, na základě nabídky v televizi, na internetu. Nové distribuční cesty jsou např. nákup přes internet či bio restaurace (Matějovský, Vonšovská, 2007).

Při přímém prodeji výrobce bezprostředně prodává zboží spotřebiteli. Výhodou je, že se zemědělec nedělí o tržby se zpracovateli, obchodníky a dopravci. Nevýhodou jsou však vyšší náklady spojené se zpracováním a balením, dopravou k zákazníkovi či prodejem. Nepřímou distribuční cestou se rozumí specializované obchody na bioprodukty, obchody s racionální výživou, kde hlavním sortimentem nejsou bioprodukty, dále velkoobchody, konvenční obchodní řetězce či velkoodběratelé (školní jídelny, nemocnice, armáda) (Moudrý, Prugar 2002).

Nejčastěji navštěvovaným místem pro nákup biopotravin jsou v poslední době supermarkety a hypermarkety. Výhodou je dostupnost veškerého zboží, aniž by musel zákazník obcházet další prodejny a velké skladovací prostory, které zajišťují dostatečnou zásobu biopotravin. Nevýhodou může být absence vyčerpávajícího sortimentu jako ve specializovaných prodejnách. V těchto prodejnách je navíc zákazník v přímém kontaktu s prodávčem, který mu může poradit (Václavík, 2009).

3.3.2 Současná situace na trhu s biopotravinami

Celková spotřeba biopotravin v roce 2008 přesáhla 50 miliard dolarů. Největší evropský trh s biopotravinami je v Německu, Velké Británii, Francii a Itálii. Skandinávské země společně s Rakouskem a Švýcarskem patří k zemím, které mají největší podíl biopotravin na spotřebě potravin. Švýcaři, Rakušané a Dánové mají největší spotřebu biopotravin na obyvatele a rok, přes 100 euro (Václavík, 2009).

3.3.3 Současný stav biopotravin na českém trhu

Podle nejnovějších informací, které uvádí Václavík (2009), se v roce 2008 biopotraviny nejvíce nakupovaly v prodejnách maloobchodních řetězců (supermarkety, hypermarkety, diskonty a drogistické řetězce). Češi za ně utratili 1,33 miliard korun. Jedná se o nárůst 461 miliónů, než v roce předešlém. Zvýšil se tak podíl maloobchodních řetězců na trhu s biopotravinami na 74 %. Biopotraviny se v roce 2008 podílely na celkové spotřebě potravin 0,75 %. Průměrná spotřeba na obyvatele a rok za biopotraviny ve stejném roce činila 176 Kč. Zvýšil se počet registrovaných výrobců biopotravin z loňských 253 na 429, což znamenalo nárůst o 176 výrobců (67 %). Nejvíce biopotravin nakoupí Češi v super a hypermarketech (74 %), dále pak v prodejnách zdravé výživy biopotravin (18 %) a v lékárnách (4 %).

3.3.3.1 Preference spotřebitelů

Biopotraviny zná přes 87 % domácností. Nakupuje je 30 % domácností, přičemž pravidelně pouze necelých 5 % respondentů. Průzkumem, který se zaměřoval na faktory, které ovlivňují poptávku po biopotravinách, bylo zjištěno, že negativně na spotřebitele působí vyšší cena ve srovnání s konvenčními potravinami a příjem spotřebitele. Mezi ty další patří neznalost prodejných míst, nedůvěra v biopotraviny, nedostatek informací, reklamy. Na druhé straně je o biopotraviny větší zájem z důvodu absence chemických přípravků a pesticidů při výrobě, šetrnější přístup k ŽP a kvalitní potraviny. Průzkumem bylo dále zjištěno, že spotřebitelé nejčastěji nakupují chleba, pečivo, bio-mléko a mléčné výrobky. Hlavně v teplejších měsících tvoří významnou položku také ovoce a zelenina (Václavík, 2008).

3.3.3.2 Export biopotravin

Čeští výrobci vyvezli do zahraničí v roce 2008 biopotraviny přibližně za 145 milionů Kč. Jedná se o nárůst z předešlého roku o 45%. Nejvíce se na tomto obratu zasloužila firma Sluneční brána, která vyrábí čaje a koření a dále obchodní společnost PRO-BIO, Racio, LL spol. s.r.o. a o Olma (Václavík, 2009).

Vývoz se soustředí hlavně do východoevropských zemích. Objem exportu českých biopotravin je poměrně těžké odhadnout, protože od vstupu ČR do EU se neeviduje vývoz ani dovoz ze zemí EU. Do zahraničí se podle odhadů odborníků vyváží přibližně 30 až 50 % potravinářského obilí a 25 % krmného obilí. Za export bioproduktů utrží čeští biofarmáři celkem 130 až 150 milionů korun (Václavík, 2009).

3.3.3.3 Import biopotravin

O biopotravině je takový zájem, že se velké obchody neobejdou bez dovozu ze zahraničí. Čeští výrobci nezvládnou poptávku naplnit a tak do ČR míří zejména hotové výrobky převážně ze západní Evropy např. těstoviny, nealkoholické nápoje, mléčné výrobky, vejce i zpracovaná zelenina. Úspěch mají dovážené mléčné a masné výrobky z Německa. Také je k nám dováženo mléko ze Slovenska, protože ani Olma, která je druhou nevýznamnější společností vyrábějící mléčné výrobky u nás, není schopna poptávku uspokojit (Václavík, 2008)

Růst podílu biopotravin z dovozu na celkovém objemu prodeje biopotravin se v roce 2008 zastavil a meziročně poklesl o 5 %, z 62 % na 56 % (Václavík, 2009).

3.3.3.4 Maloobchodní řetězce

Za razantní rozšíření nabídky biopotravin v maloobchodních sítích mohou jejich privátní značky, které se rozšířily na přelomu roku 2007 a 2008. Do této doby byl sortiment zdravé výživy vystaven na jednom regálu a nabídka byla značně omezena. Privátní značky maloobchodníků tvoří přes 30 % z nabízeného biosortimentu v řetězcích. Pod vlastní značkou mají největší nabídku hypermarkety Tesco, které mají bioznačku Tesco Organic. Ta čítá 108 položek. Dále jde o privátní značku v Intersparu Natur*pur s 98 položkami. Následuje Albert Bio, ten má 60 položek, Rossmann 49 a Naše bio řetězec Billa mělo v červnu roku 2009 celkem 18 položek. (Václavík, 2009).

V těchto řetězcích bylo v roce 2009 nabízeno přes 1300 potravin s označením bio. Největší nabídkou biopotravin se může pochlubit drogistický řetězec Dm drogerie. Zde bylo nabízeno 383 položek v biokvalitě. Nejužší sortimentem biopotravin představuje diskoční řetězec Penny. Mezi nejoblíbenější výrobky patří kategorie s kojeneckou a dětskou výživou, kterou více než z poloviny všech nabízených položek stejné kategorie dodává společnost HiPP Czech. Silné zastoupení co do počtu regálových položek má i BioHamánek a Hamé (Václavík, 2010).

3.3.3.5 Prodejny zdravé výživy

Za biopotraviny se v roce 2008 utratilo v prodejnách zdravé výživy celkem 324 milionů korun. Tyto speciální prodejny měly v tomto roce s 18 % druhý největší podíl na trhu. Oproti roku 2007 to bylo o 4,5 % méně. V posledních letech specializované prodejny biopotravin a prodejny zdravé výživy nezachytily obrovský nárůst poptávky po biopotravinách. Od roku 2005 ztratily 19 % podílu na obratech trhu.

Na ekofarmách či tržištích se stejného roku prodalo biopotravin zhruba za 25 milionů korun. Vzrostl obrat s biopotravinami v gastronomických zařízeních, a to o 66 %. Největší poptávka byla po biopečivu, jeho finanční objem vzrostl oproti roku 2007 o 324 procent. Dále spotřebitelé kupovali ovoce a zeleninu. Tato kategorie potravin vzrostla z 69 na 111 milionů korun, tedy o 61 % (Václavík, 2009).

3.3.3.6 Sortiment biopotravin

Největší produktovou kategorií v oblasti biopotravin se v roce 2008 stala kategorie zpracované biopotraviny. Její podíl na trhu činí 44 %. Další oblíbenou kategorií je mléko a mléčné výrobky s podílem 22,5 %. Třetí příčku obsadila kategorie nápoje s podílem 11 %. Čtvrtá pozice náleží společně obilninám, luštěninám, ovoci a zelenině a to s 6 %. Pátou kategorií je maso a masné výrobky s podílem 5,5 % Po ní následuje kategorie pečivo, která zaujímá se 4 % šesté místo. Nejmenší kategorií zůstává kategorie byliny a koření s jednaprocentním podílem. Kategorie s největším zastoupením biopotravin českého původu zaujímá kategorie pečivo, 96 % z nich bylo vyrobeno v ČR. Následuje kategorie maso a masné výrobky s 87 %, mléko a mléčné výrobky mají spolu se zpracovanými biopotravinami shodně 57 %. Jiné kategorie měly již méně než poloviční zastoupení domácích biosurovin (Václavík, 2009).

3.3.3.7 Spotřebitelé biopotravin

Biopotraviny nakupují převážně lidé se středoškolským či vysokoškolským vzděláním mezi 30 a 39 lety. Mezi časté nakupující patří dále domácnosti, kde je alespoň jeden člen rodiny mladší 14 let. Rodina, která má měsíční čistý příjem vyšší než 25

tisíc Kč a bydlí v Praze či dalších jiných velkých městech v ČR nebo naopak v malé obci do 5 tisíc obyvatel. Zvyšující se prodej biopotravin je ovlivněn sofistikovaností spotřebitelů (Václavík, 2009).

Stále je v ČR veliké procento spotřebitelů, kteří jsou biopotravinami nedotčeni. Důvodem zařazování biopotravin do jejich nákupů by zlepšilo více přesvědčivých informací a argumentů o tom, jaké výhody jim biopotraviny přináší (Václavík, 2009).

Pro úspěchy na trhu jsou důležité férové a dlouhodobé vztahy mezi dodavateli a obchodníky. Maloobchodníci musí pochopit, že nákup biopotravin je odlišný od nákupu běžných potravin a začít budovat trvale udržitelná a opravdová partnerství se svými dodavateli. Bez úzké spolupráce a pomoci zemědělcům a výrobcům nemohou obchodníci zákazníkům přinášet kvalitní, domácí biopotraviny (Václavík, 2009).

3.3.3.8 Bedýnkový systém

V poslední době se v západních zemích stává velmi oblíbený takzvaný bedýnkový prodej. Jedná se o systém, jehož prioritou je dodávání čerstvé, místně produkované a sezónní biozeleniny či ovoce. Odběr biobedýnek většinou organizují sami zájemci o tuto produkci. Skupina spotřebitelů se dohodne s farmářem, který jim dodává své výpěstky na odběrové místo. Biobedýnka obsahuje základní druhy zeleniny jako např. cibuli, mrkev, petržel, brambory, letní jablka, papriku, fenykl. Žádané jsou také netradiční plodiny jako tuřín, červená řepa nebo obyčejný česnek, který se prodává většinou z Číny. Důraz se klade na místní potraviny, které nemusí cestovat přes půl světa. Snahou je podpořit místní zemědělce, aby zeleninu produkovali a pole neprodávali jen velkovýrobcům. Zajištění vysoké kvality, rozmanitost zboží, přiměřená hodnota za danou cenu a spolehlivost dodávky jsou nejdůležitějšími faktory úspěchu tohoto systému (Václavík, 2008).

3.3.3.9 Soutěž České BIO

Tuto soutěž vyhlašuje Potravinářská komora České republiky společně s PRO-BIO Svazem ekologických zemědělců. Cílem soutěže je podpořit vynikající kvalitu v celém dodavatelském řetězci oboru biopotravin a zviditelnit nejkvalitnější české biopotraviny. Podmínkou je, aby 70 % surovin pocházelo z tuzemských zdrojů (Biopotravináři, 2008).

Nejdůležitějším faktorem je celkový dojem a potenciální uplatnění výrobku na trhu. V soutěži je vyhlášen absolutní vítěz pro daný rok a kromě této hlavní ceny jsou oceněny také vítězové kategorií např. mlýnské a pekárenské výrobky, mléko a mléčné výrobky, nápoje, výrobky z ovoce a zeleniny aj (Biopotravinaroku, 2008).

Tab. 5 Přehled oceněných v jednotlivých kategoriích v roce 2008

Celkový vítěz: Česká biopotravina roku 2008	
Vitaminátor 100 % jablečná šťáva	Slavomír Soška
Mlýnské a pekárenské výrobky	
Čoko-kokosky s fair trade kokosem a kakaem Bio	Biopekárna Zemanka – Jan Zeman
Mléko a mléčné výrobky	
Bio máslo	Polabské mlékárny a.s.
Maso a výrobky z masa	
Bio jehněčí na gril s rozmarýnem	Biopark, s.r.o.
Nápoje	
Vitaminátor 100% ovocná šťáva Jablko	Slavomír Soška, Sady Sosnová
Ovoce a zelenina a výrobky z nich	
Bio džem Hamé, Višeň	Hamé, a.s.
Pochutiny a ostatní potravinářské výrobky	
Bio bramborový knedlík	Josef Sklenář, Biofarma Sasov u Jihlavy

Zdroj: (Biopotravinaroku, 2008)

Tab.6 Přehled oceněných v jednotlivých kategoriích v roce 2009

Celkový vítěz: Česká biopotravina roku 2009	
Švestkový biodžem	Heliavita s.r.o.
Mlýnské a pekárenské výrobky	
Žitné chrupky s česnekem a solí	Antonín Kolinger ASON
Mléko a mléčné výrobky	
AMÁLKA BIO smetana ke šlehání 33% tuku	LACRUM Velké Meziříčí, s.r.o.
Maso a výrobky z masa	
Biokuřecí maso z českých ekologických farem	Biopark, s. r. o.
Nápoje	
Rakytníková šťáva 100%	Miloslav Košek - EKOPLANET
Ovoce a zelenina a výrobky z nich	
Bio džem švestka	Heliavita s.r.o.
Pochutiny a ostatní potravinářské výrobky	
NATURVIA Bio tofu Strips	VETO ECO s.r.o.

Zdroj: (Weidenthaler, 2010)

4 MATERIÁLY A METODY

4.1 Dotazníkové šetření

Sběr potřebných informací probíhal pomocí dotazníkového šetření. Dotazník patří k nejčastěji využívaným nástrojům marketingového výzkumu, sloužící ke sběru primárních údajů od respondentů. Může být formulován prostřednictvím otevřených či uzavřených otázek. Na otevřené otázky respondent odpovídá vlastními slovy, nemá na výběr žádnou možnost odpovědi. Opakem jsou otázky uzavřené (Kozel, 2006).

Pro srovnání jsem si vybrala Jihomoravský a Zlínský kraj. Dotazníky jsem po 50 kusech umístila v prodejně zdravé výživy v Brně a Uherském Hradišti. Sběr dat se odehrával v průběhu roku 2009. Pro jednodušší a rychlejší zpracování jsem ve svém dotazníku zvolila otázky uzavřené. Dotazník, který obsahuje 10 otázek, jsem si rozdělila na dvě části. Úvodní část by měla nastínit strukturu spotřebitelů, kteří navštěvují prodejny zdravé výživy. Proto v ní formuluji otázky na pohlaví a věk. Druhá část byla vytvořena za účelem zjištění např. četnosti nákupu biopotravin, útraty za ně, nejčastější místa jejich nákupu, způsobu, jak se spotřebitel o biopotravinách dozvěděl, důvody jejich nákupu, spokojenost s nimi. Vyplněné dotazníky jsem zpracovala pomocí programu Microsoft Office Excel 2007, který mi také pomohl ve vytvoření potřebných grafů a tabulek.

DOTAZNÍK PRO SPOTŘEBITELE BIOPOTRAVIN v prodejnách zdravé výživy

1. Pohlaví

€ Muž

€ Žena

2. Věk

€ Do 25 let

€ 25-35

€ 35-45

€ 45-55

€ 55 let a více

3. Jak často nakupujete biopotraviny?
- Výjimečně
 - Denně
 - Několikrát do týdne
 - Několikrát do měsíce
4. Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?
- Cereální výrobky
 - Pečivo
 - Ovoce, zelenina
 - Nápoje
 - Maso
 - Mléčné výrobky
 - Jiné
5. Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?
- Do 250 Kč
 - 250-500 Kč
 - 500-1000 Kč
 - 1000 a více
6. Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?
- Na biofarmě
 - Super, hypermarkety
 - Speciální prodejny s biopotravinami
 - V prodejnách zdravé výživy
 - Přes internet
7. Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?
- Od přátel
 - V obchodech
 - Ve sdělovacích prostředcích
 -

8. Proč nakupujete biopotraviny?
- € Kvalita
 - € Zdravější životospráva
 - € Lepší chuť
 - € Podpora ekologického zemědělství
 - € Pouze ochutnávka
9. Jak dlouho biopotraviny nakupujete?
- € Pár týdnů
 - € Půl roku
 - € Rok
 - € Více než rok
10. Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?
- € Zcela spokojen
 - € Spokojen
 - € Spíše nespokojený
 - € Naprosto nespokojený

4.2 Statistické zpracování

Získané údaje byly také zpracovány mnohorozměrnou analýzou dat. Výběr optimální analýzy se řídil délkou gradientu (*Lengths of Gradient*), zjištěného segmentovou analýzou DCA (*Detrended Correspondence Analysis*). Pro další zpracování byla použita redundanční analýza (*redundancy analysis, RDA*), která je založena na modelu lineární odpovědi (*Linear Response*). Při testování průkaznosti pomocí testu Monte-Carlo bylo propočítáno 499 permutací. Data byla zpracována pomocí počítačového programu Canoco 4.0. (TER BRAAK, 1998).

4.3 Prodejnost biopotravin v prodejnách zdravé výživy

Od majitelů výše uvedených prodejen zdravé výživy jsem zjistila informace o nejprodávanějších biopotravinách a celkové tržby za rok 2009. Na základě informací o prodejnosti jsem sestavila pořadník jednotlivých biovýrobků pro obě prodejny. Pořadí výrobků bylo určeno podle výše tržeb za jednotlivé výrobky v roce 2009. Bohužel majitelé si nepřáli uvést konkrétní tržby u jednotlivých položek.

5 VÝSLEDKY A DISKUSE

5.1 Výsledky dotazníkového šetření a diskuse

5.1.1 První část dotazníku

V úvodu (otázka č.1 a č. 2) se zajímám o pohlaví a věk respondenta. Výsledky z obou měst jsem porovnávala a získala tak údaje, které mi mohou nastínit cílovou strukturu spotřebitelů biopotravin v Brně a Uherském Hradišti.

Z Tab.7 je patrné, že se v Brně o nákup biopotravin zajímá více mužů než v Uherském Hradišti. Dotazovaní v Brně jsou většinou mladí lidé nad 25 let a s postupným věkem respondentů ubývá. Naopak je tomu v Uherském Hradišti, kde se o nákup biopotravin zajímají spíše lidé v produktivním věku. Ve věku 55 let a více se v Brně o biopotravinu zajímá 7 respondentů, v Uherském Hradišti to byl pouze jeden člověk. Pravidelnými zákazníky v prodejnách zdravé výživy jsou ženy ve věkovém intervalu od 25 do 45 let.

Obdobný průzkum prováděla Maříková (2010), která ho uskutečnila na počátku roku 2010 pomocí internetového dotazníku. Z jejího průzkumu vyplývá, že a z 66 respondentů jich 36 biopotravinu zná, ale nekupuje. Dále 28 respondentů odpovědělo, že biopotravinu zná a také nakupuje a o biopotravinách zatím neslyšeli pouze dva lidé. Vyplněním tohoto testu se zúčastnili převážně mladí lidé, jak je patrné z výsledků které udávají, že ze 70 % jsou to lidé do 25 let, ve věku od 26 – 35 let tvoří 29 % a pouze 1 % je zastoupeno respondentem ve věku 36 – 45 let. To poměrně výrazně mohlo ovlivnit výsledky je to dáno faktem, že internet navštěvují více mladí lidé.

Podle Václavík et al., (2008) s nižším věkem stoupá procento respondentů, kteří biopotravinu nakupují. Mé výsledky se v tomto konstatování poněkud liší. Dle mého dotazníkového šetření se skupina do 25 let o nákup biopotravin zatím nijak zvlášť nezajímá. Nejčastější skupinou nakupující biopotravinu jsou lidé ve věku přibližně 30 let.

Tab. 7 Výsledky odpovědí na otázky č.1 a č. 2 „Pohlaví“ a „Věk“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
<i>Muži</i>	9	18,0%	5	10,0%
<i>Ženy</i>	41	82,0%	45	90,0%
<i>do 25 let</i>	6	12,0%	3	6,0%
<i>25-35 let</i>	17	34,0%	15	30,0%
<i>35-45 let</i>	12	24,0%	18	36,0%
<i>45-55 let</i>	8	16,0%	13	26,0%
<i>55 a více let</i>	7	14,0%	1	2,0%

5.1.2 Druhá část dotazníku:

Tato část je tvořena otázkami č. 3 – č. 10, které nám pomáhají specifikovat návyky a zvyklosti spotřebitelů biopotravin v prodejnách zdravé výživy.

Otázka č. 3

„Jak často nakupujete biopotraviny?“

Úkolem otázky bylo zjistit, jestli dotazovaní nakupují biovýrobky pravidelně nebo jestli pro ně nákup biopotravin spíše anomálií. Získané údaje jsou uvedeny v Tab. 8. V Brně nakupuje biopotraviny 38 % respondentů pouze výjimečně. Denně si biopotraviny zakoupí 14 % a několikrát do týdne 16 % dotázaných. Následuje skupina 32 % lidí, kteří si biovýrobky pořídí několikrát do měsíce.

V Uherském Hradišti je ve srovnání s Brnem více spotřebitelů biopotravin, kteří jejich nákup uskutečňují pouze několikrát do měsíce. Na tuto možnost odpovědělo 54 % dotázaných. Naopak je zde méně nákupů, které jsou realizovány výjimečně 24 %. 16 % účastníků dotazníkového šetření odpovědělo stejně jako v Brně a biopotraviny nakupuje několikrát do týdne.

Výsledky, které uvádí Hladíková (2008), která analyzovala spotřební a nákupní chování v Jihočeském kraji roku 2008 sděluje, že ze 127 respondentů dotazníkového šetření nakupuje 53 % biopotraviny alespoň jedenkrát týdně, jedenkrát do měsíce nakupuje 34 % a méně často 13 % .

Podle internetového průzkumu Maříkové (2010), je patrné, že z 66 respondentů alespoň jedenkrát do měsíce navštíví obchod s biopotravinami 61 %. Minimálně jedenkrát týdně si nakoupí 32 %. Téměř denně nakupují 4 % a jen několikrát ročně 3 % účastníků dotazníkového šetření.

Nejnovější poznatky podle Bodokové (2008), která uvádí že zhruba 5 % spotřebitelů nakupují biopotraviny pravidelně, čas od času si je pořídí 25 % .

V roce 2008 biopotraviny běžně nakupovalo 5 % domácností, občas 28 %, 54 % biopotraviny zná, ale nekupuje a 13 % respondentů v průzkumu Shopping Monitor 2008 uvedlo, že se s biopotravinami nesešlo. Podle tohoto výzkumu jsou nejčastějšími konzumenty biopotravin lidé s vysokoškolským či středoškolským vzděláním. (Václavík et al., 2008).

Jak je zřejmé z mých výsledků i z literatury, je podíl lidí, kteří nakupují denně se pohybuje v rozmezí 6 – 15 % a tvoří jen malou část nakupujících.

Tab. 8 Výsledky odpovědí na otázku č. 3, „Jak často nakupujete biopotraviny?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
výjimečně	19	38,00%	10	20,00%
denně	7	14,00%	4	8,00%
něk.do týdne	6	12,00%	8	16,00%
něk.do měs.	15	30,00%	27	54,00%

Otázka č. 4

„Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?“

V této otázce mohli respondenti označit více odpovědí. Mezi nejčastěji nakupované produkty patří cereální výrobky. Souhrnné údaje pro tuto otázku jsou uvedeny v Tab. 9. Ze 100 dotázaných jim v koupi dává přednost 67 respondentů. Dále k častěji konzumovaným biopotravinám patří pečivo a mléčné výrobky. Mezi méně vyplněné kolonky v dotazníku patřily odpovědi s masem, nápoji či jinými biopotravinami.

Z příloh Obr. 4 je zřejmé, že rozdíly mezi oběma městy nejsou markantní, ale v porovnání s Brnem lidé z Uherského Hradiště nakupují častěji cereální výrobky, pečivo, mléčné výrobky i ovoce, zeleninu. Naopak zde vůbec nenakupují maso.

Mé výsledky jsou podobné s výsledky dotazníkového šetření z Jihočeského kraje. I v tomto dotazníku lidé nejčastěji uváděli jako nejčastější nákup cereálních výrobků, ze 127 dotazovaných je uvedlo 67 %. Následovaly mléčné výrobky, které preferovalo 66 % respondentů. Třetí místo patřilo podle Hladíkové (2008) sortimentu ovoce, zelenina, které volí 36 %.

Internetový průzkum dokazuje podle Maříkové (2010), že mezi spotřebiteli je největší zájem o mléčné výrobky, ty nakupuje 75 % respondentů. Dále ovoce, zelenina, ke kterým se přiklání 54 %. Z 66 dotázaných si 25 % kupuje nejčastěji maso, což je v porovnání s mými výsledky zcela odlišné. K méně kupovaným položkám patří nápoje, které si pravidelně kupuje 6 dotazovaných a pečivo 4 respondenti.

Tab. 9 Výsledky odpovědí na otázku č. 4 „Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
cereální výrobky	33	66,0%	34	68,0%
pečivo	21	42,0%	25	50,0%
ovoce, zelenina	7	14,0%	14	28,0%
nápoje	8	16,0%	4	8,0%
maso	3	6,0%	0	0,0%
mléčné výrobky	15	30,0%	17	34,0%
jiné	1	2,0%	1	2,0%

Otázka č. 5

„Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?“

Počet a procento odpovědí na tuto otázku je uvedeno v Tab. 10. Dotazovaní měli na výběr částky do 250 Kč, rozmezí 250 – 500 Kč, 500 – 1000 Kč a nad 1000 Kč. Nejvíce respondentů je těch, kteří za biopotraviny značně neutráčí. Za biopotraviny více než 250 Kč měsíčně neutratí 18 respondentů v Brně a 14 v Uherském Hradišti. To je celkem 32 % dotázaných. Celkem 27 % měsíčně utratí v rozmezí 500 – 1000 Kč. U 22 % respondentů se měsíční výdaje za biopotraviny pohybují od 250 – 500 Kč. Za částku 1000 a více Kč je ochotno zaplatit pouze 19 % účastníků dotazníkového šetření.

Průměrná spotřeba biopotravin na obyvatele a rok za v roce 2008 činila 176 Kč (Václavík, 2009).

Tab. 10 Výsledky odpovědí na otázku č.5 „Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
do 250Kč	19	38,0%	14	28,00%
250-500	11	22,0%	11	22,00%
500-1000	13	26,0%	14	28,00%
1000 a více	8	16,0%	11	22,00%

Otázka č. 6

Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?

V této otázce mohli respondenti označit více odpovědí. Výsledky jsou v Tab. 11. Do dotazníku jsem tuto otázku zařadila, abych mohla porovnat své výsledky s výsledky jiných průzkumů, které v posledních letech informují, že lidé biopotraviny nejčastěji nakupují v maloobchodních řetězcích. Z příloh Obr. 4 je zřejmé, že nejčastějším místem nákupu biopotravin jsou prodejny zdravé výživy, kde se v Brně s touto odpovědí ztotožnilo 33 z 50 dotázaných a v Uherském Hradišti dokonce 44 respondentů. Dále lidé kupují biopotraviny častokrát v supermarketech a specializovaných prodejnách. Pouze pár respondentů zvolí nákup biopotravin přes internet či biofarmu.

Výsledky, které uvádí Václavík (2009) informují, že v roce 2008 lidé nejvíce nakupovali biopotraviny v super a hypermarketech (74 %), dále pak v prodejnách zdravé výživy biopotravin (18 %) a v lékárnách (4 %).

Mé výsledky se tedy výrazně liší, protože pouze 16 % z Uherského Hradiště a 38 % respondentů v Brně nakupuje biopotraviny v supermarketech a výrazně upřednostňují prodejny zdravé výživy (Uherského Hradiště 88 %; Brno 66%). Důvodem může patrně být odlišné místo distribuce dotazníků, které mohlo výrazně ovlivnit odpovědi respondentů.

Tab. 11 Výsledky odpovědí na otázku č. 6 Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
Biofarmy	1	2,0%	1	2,0%
Supermarkety	19	38,0%	8	16,0%
Special.prodejny	15	30,0%	6	12,0%
Prodejny zdravé výživy	33	66,0%	44	88,0%
Internet	3	6,0%	2	4,0%

Otázka č. 7

„Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?“

Dotazovaní měli na výběr ze tří možností a výsledky uvádí Tab. 12. První možnost „Od přátel“ se v Brně o biopotravinách zaškrtno 18 respondentů, v Uherském Hradišti 24. S další možností, kdy se lidé dozvěděli o biopotravinách v obchodech se shodlo 22 respondentů v Brně a 19 v Uherském Hradišti. Nejméně odpovědí bylo zaznamenáno u třetí možnosti – ze sdělovacích prostředků (rádio, televize, noviny) se v Brně dozvědělo o biopotravinách pouze 10 a v Uherském Hradišti 7 respondentů.

Mé dotazníkové šetření jsem srovnala s výsledky, které uvádí Buchtová (2008), která se ve svém dotazníkovém šetření zajímá o biopotraviny na Vysočině a naše výsledky se poněkud liší. Její výsledky jsou velmi odlišné nejvíce informací o biopotravinách lidé získaly ze sdělovacích prostředků a to 70 % z 82 dotázaných. V mém průzkumu se přes média k biopotravinám dostalo celkem 17 % ze 100 dotázaných. Také v porovnání s výsledky výzkumu, které uvádí Matějovský, Vonšovská (2007) jsou ty mé odlišné. Tímto výzkumem bylo zjištěno, že nejdůležitějším informačním prostředkem o biopotravinách jsou pořady v televizi (jiné než reklama). Vyrovnané procento respondentů odpovědělo, že informace o

biopotravinách získali od známých či v obchodech. Informace z reklam získává 15 % spotřebitelů biopotravin.

Tab. 12 Výsledky odpovědí na otázku č. 7 „Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
přátelé	20	40,0%	24	48,0%
v obchodech	26	52,0%	18	36,0%
sděl.prostředky	11	22,0%	7	14,0%

Otázka č. 8

„Proč nakupujete biopotraviny?“

V této otázce mohli respondenti označit více odpovědí. Souhrnné výsledky jsou uvedeny v Tab. 13. V Brně lidé nakupují biopotraviny převážně kvůli kvalitě a životosprávě (54 %) z 50 dotázaných. Dále jsou pro ně biopotraviny lákavější díky lepší chuti. Pro 16 % účastníků dotazníkového šetření je důvodem nákupu biopotravin snaha podporovat ekologické zemědělství. A 6 % respondentů biopotraviny koupilo z důvodu jejich ochutnávky.

Hlavním důvodem nákupu biopotravin v Uherském Hradišti je kvalita. V tomto městě 26 % dotázaných nakupuje biopotraviny kvůli lepší životosprávě. Za chutnější považuje biopotraviny 22 % dotázaných a těch, kteří nákup biopotravin uskutečnili pouze kvůli ochutnávce jsou 4 %. Jako podporu ekologickému zemědělství označilo 8 % dotázaných.

Podle Výsledky internetového průzkumu, který provedla Maříková (2010) důvodem nákupu biopotravin u respondentů tohoto výzkumu byl převážně šetrnější přístup k přírodě, kdy z 66 respondentů s touto možností koresponduje 18 z nich. 15 spotřebitelů kupuje biopotraviny, protože si myslí, že jsou zdravější. Pro 14 respondentů je lákavá chuť. Za opomenutí stojí i údaj jednoho respondenta, který si myslí, že stravováním biopotravin dokáže zhubnout.

Tab. 13 Výsledky odpovědí na otázku č. 8 „Proč nakupujete biopotraviny?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
kvalita	27	54,0%	36	72,0%
životospráva	27	54,0%	13	26,0%
lepší chuť	14	28,0%	11	22,0%
podpora EZ	8	16,0%	4	8,0%
pouze ochutnávka	3	6,0%	2	4,0%

Otázka č. 9

„Jak dlouho biopotraviny nakupujete?“

V Tab. 14 jsou uvedeny výsledky odpovědí na otázku č. 13. Z příloh Obr. 9 je zřejmé, že nákup biopotravin pro respondenty není žádnou novinkou. Tyto produkty déle než rok nakupuje 81 % z nich. Pouze 11 % je nakupuje téměř rok, 3 % půl roku a pro 5 % dotázaných je nákup biopotravin v počátcích.

Tab. 14 Výsledky odpovědí na otázku č. 9 „Jak dlouho biopotraviny nakupujete?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
pár týdnů	4	8,0%	1	2,0%
půl roku	2	4,0%	1	2,0%
rok	6	12,0%	5	10,0%
více než rok	39	78,0%	43	86,0%

Otázka č. 10

„Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?“

V Tab. 15 jsou uvedeny výsledky odpovědí na otázku č. 10. Obr. 10 v přílohách dokazuje, že v dotazníku převládají odpovědi vyjadřující jistou míru spokojenosti. Zcela spokojeno se sortimentem je 49 účastníků dotazníkového šetření. Pouze 4 dotazovaní jsou spíše nespokojeni. V Brně je se sortimentem zcela spokojeno 46 % dotázaných, 48 % spokojeno a 6 % zvolilo možnost odpovědi spíše nespokojen. 52 % respondentů v Uherském Hradišti je zcela spokojeno, 46 % spokojeno a 2 % jsou spíše nespokojena. Žádný z dotazovaných neodpověděl neoznačil kolonku naprosto nespokojen, což svědčí o spokojenosti spotřebitelů se sortimentem biopotravin.

Tab. 15 Výsledky odpovědí na otázku č. 10 „Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?“

Varianty odpovědí	Brno		Uherské Hradiště	
	Počet osob	Procenta	Počet osob	Procenta
zcela spokojen	23	46,0%	25	50,0%
spokojen	23	46,0%	23	46,0%
spíše nespokoj.	3	6,0%	1	2,0%
naprosto nespok.	0	0,0%	0	0,0%

5. 2 Statistické zpracování výsledků a diskuse

Výsledky vyhodnocení vyplněných dotazníků byly zpracovány analýzou DCA. Délka gradientu u dat získaných byla 2,909, proto byla vybrána pro následující zpracování dat redundanční analýza (RDA).

Na základě výběru odpovědí na jednotlivé otázky, bylo analýzou RDA vytvořeno prostorové uspořádání jednotlivých odpovědí a sledovaných skupin cílové skupiny, graficky zobrazené v ordinačním diagramu.

Výsledky analýzy RDA pro místo, kde byl dotazník vyplňován (Uherské Hradiště, Brno), jsou signifikantní na hladině významnosti $\alpha = 0,015$ pro otázky 3 až 5 (Obr. 4) a $\alpha = 0,027$ pro otázky 6 až 9 (Obr. 5). **Výsledky jsou tedy statisticky průkazné.**

Na základě výsledků analýzy RDA je zřejmé, že v Brně mají spotřebitelé větší tendenci nakupovat biopotraviny denně a je také tu větší zájem o biomaso. Většina variant odpovědí nebyla přímo preferována dle místa kde se vyplňování dotazníků provádělo. Z Obr. 4 je dále patrné, že nízká útrata (do 250 Kč) je u lidí, kteří chodí nakupovat výjimečně.

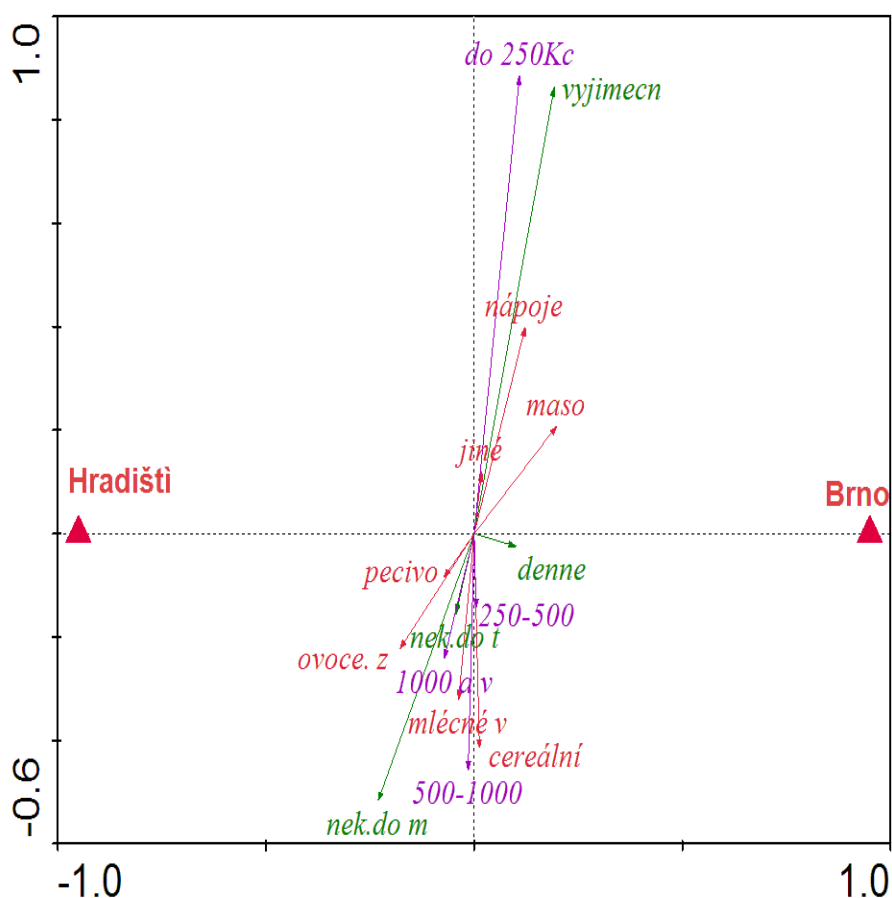
Z Obr. 5 je patrné, že v Brně převažujícím důvodem pro nakupování biopotravin je správná žitotospráva a podpora ekologického zemědělství. Naopak v Uherském Hradišti převažuje jako motivace k nákupu biopotravin je kvalita. Místa nákupu biopotravin jsou v obou městech také rozdílná. Preferovanějším místem nákupu jsou v Brně supermarkety a specializované prodejny. V Uherském Hradišti dávají přednost prodejnám zdravé výživy.

Výsledky analýzy RDA dle pohlaví jsou signifikantní na hladině významnosti $\alpha = 0,002$ pro otázky 3 až 5 (Obr. 6) a $\alpha = 0,011$ pro otázky 6 až 10 (Obr. 7). **Výsledky jsou tedy také statisticky průkazné.**

Na Obr. 6 vidíme rozdíly v odpovědích mezi ženami a muži, kteří se účastnili dotazníkového šetření. Preferovaným sortimentem biopotravin pro muže jsou častěji nápoje a maso. Ženy dávají přednost spíše cereálním výrobkům, mléčným výrobkům a ovoci, zelenině. Podle ordinačního diagramu (Obr. 6) muži častěji nakupují denně, ovšem je nutné si uvědomit, že mezi dotazovanými byli muži ve výrazné menšině a proto se tento závěr nemůže zobecnit. Naopak ženy biopotraviny raději denně nenakupují.

Obr. 7 charakterizuje vztah mezi pohlavím a odpovědmi na otázky 6 až 10. Ženy upřednostňují nakupování biopotravin ve speciálních prodejnách, pro muže je lákavější nákup přes internet. Ostatní varianty odpovědí nebyly přednostně preferovány ženami nebo muži. Pro ženy je důvodem pro nákup biopotravin především kvalita a podpora ekologického zemědělství. Na ostatní otázky žena a muži neodpovídaly výrazně odlišně. Z obr. 7 je dále patrné, že zákazníci nakupující v prodejnách Zdravé výživy patří k dlouhodobějším zákazníkům a nakupují déle jak rok a o biopotravinách se dozvěděli především od přátel.

Dále je nutné si uvědomit, že vyplňování dotazníků se účastnila převaha žen a tím mohou být výsledky zkresleny.



Obr. 4 Ordinační diagram vyjadřující vztah místa vyplňování dotazníků a variant odpovědí na otázky č. 3 až č. 5

Vysvětlivky: Místo konání dotazníku: Hradišti – Uherské Hradiště; Brno – Brno.

Varianty odpovědí a otázek:

otázka č. 3 „Jak často nakupujete biopotraviny?“;

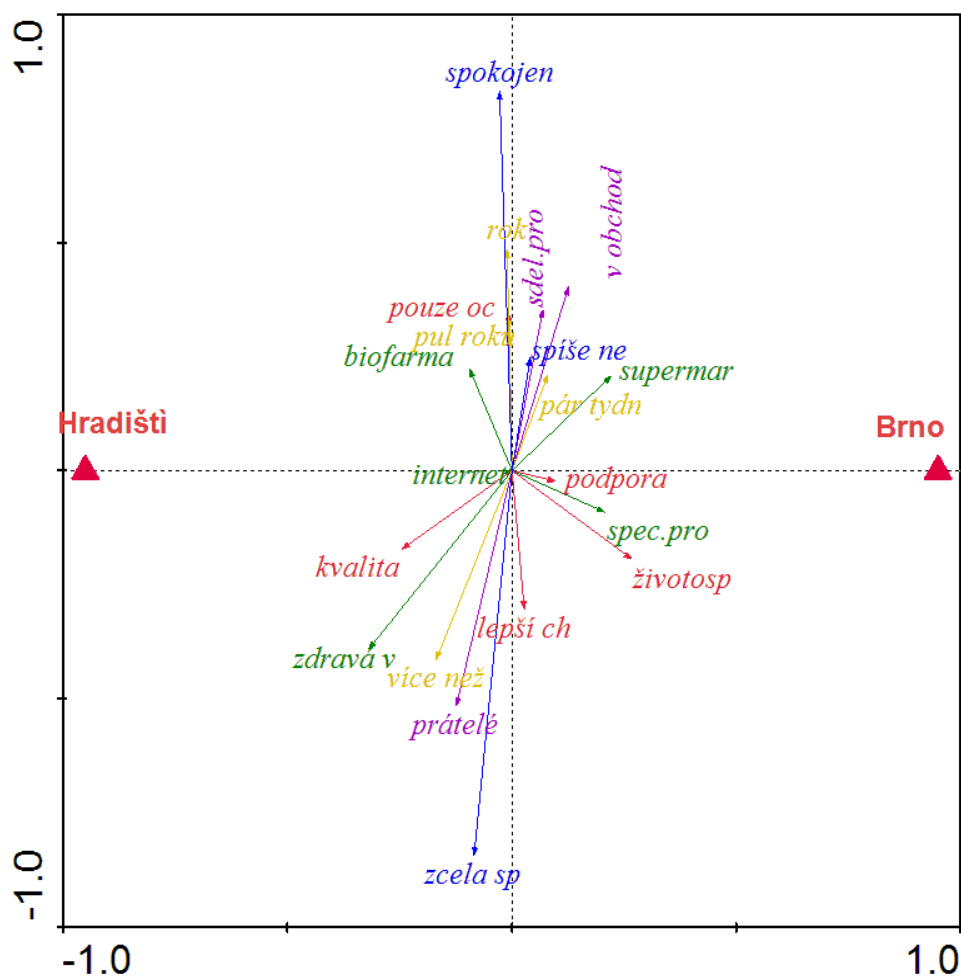
vyjimecn – výjimečně; denne – denně; nek.do t – několikrát do týdne; nek.do m – několikrát do měsíce

otázka č. 4 – „Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?“

cereální – Cereální výrobky; pecivo– Pečivo; ovoce. z – Ovoce, zelenina; mléčné v – Mléčné výrobky; nápoje – Mléčné výrobky; maso – maso; jiné – jiné

otázka č. 5 – „Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?“

do 250Kc – Do 250 Kč; 250-500 – 250-500 Kč; 500-1000 – 500-1000 Kč; 1000 a v – 1000 a víc



Obr. 5 Ordinační diagram vyjadřující vztah místa vyplňování dotazníků a variant odpovědí na otázky č. 6 až č. 10

Vysvětlivky: Místo konání dotazníku: Hradišti – Uherské Hradiště; Brno – Brno.

Varianty odpovědí a otázek:

otázka č. 6 „Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?“;

biofarma – Na biofarmě; *supermar* – Super, hypermarkety; *spec.pro* – Speciální prodejny s biopotravinami; *zdravá v* – V prodejnách zdravé výživy; *internet* – Přes internet

otázka č. 7 – „Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?“

prátele – Od přátel; *v obchod* – V obchodech; *sdel.pro* – Ve sdělovacích prostředcích;

otázka č. 8 – „Proč nakupujete biopotraviny?“

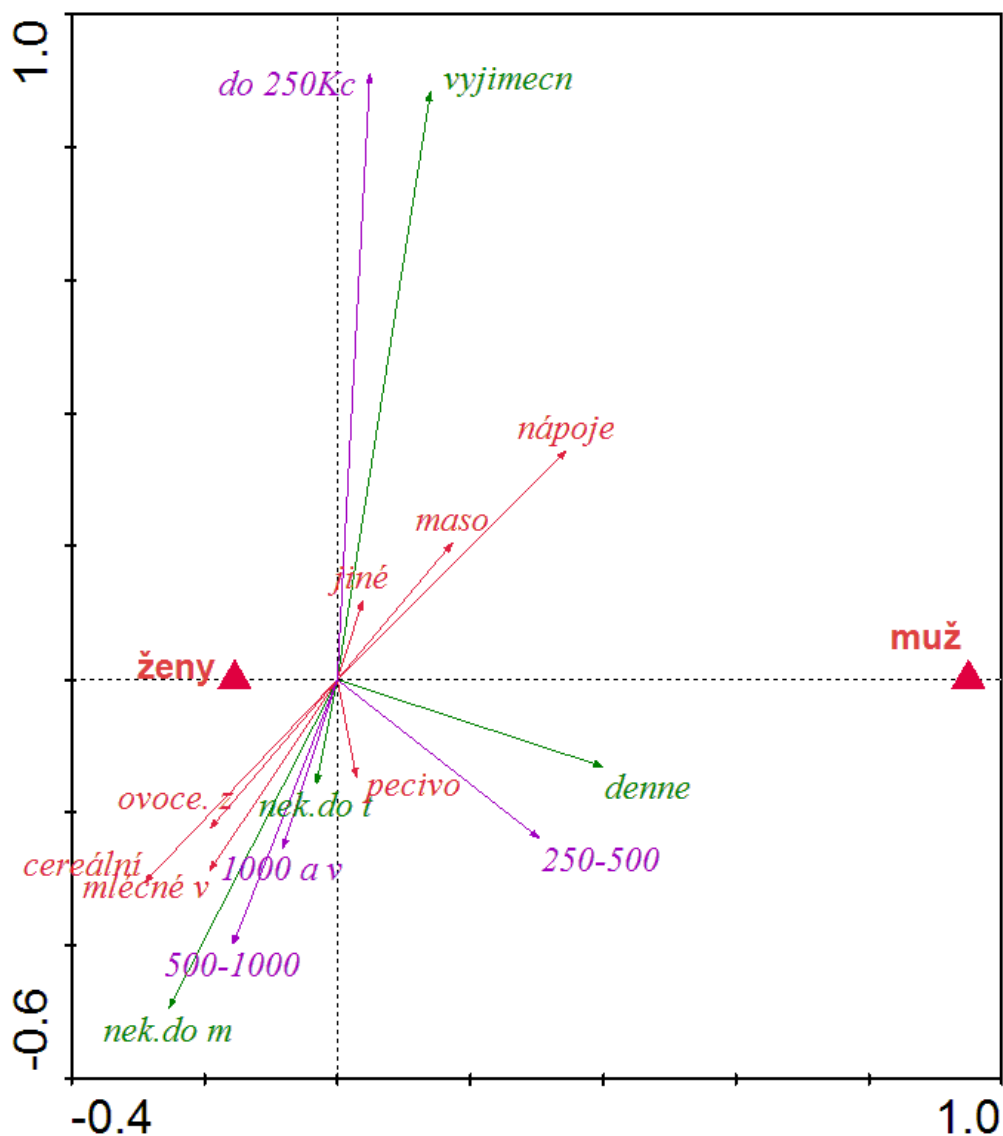
kvalita – Kvalita; *životosp* – Zdravější životospráva; *lepší ch* – Lepší chuť; *podpora* – Podpora ekologického zemědělství; *pouze oc* – Pouze ochutnávka;

otázka č. 9 – „Jak dlouho biopotraviny nakupujete?“

par tydn – Pár týdnů; *pul roku* – Půl roku; *rok* – Rok; *více než* – Více než rok;

otázka č. 10 – „Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?“

zcela sp – Zcela spokojen; *spokojen* – Spokojen; *spíše ne* – Spíše nespokojený;



Obr. 6 Ordinační diagram vyjadřující vztah pohlaví a variant odpovědí na otázky č. 3 až č. 5

Vysvětlivky: Pohlaví dotazovaných: ženy – Ženy; muž – Muži.

Varianty odpovědí a otázek:

otázka č. 3 „Jak často nakupujete biopotraviny?“;

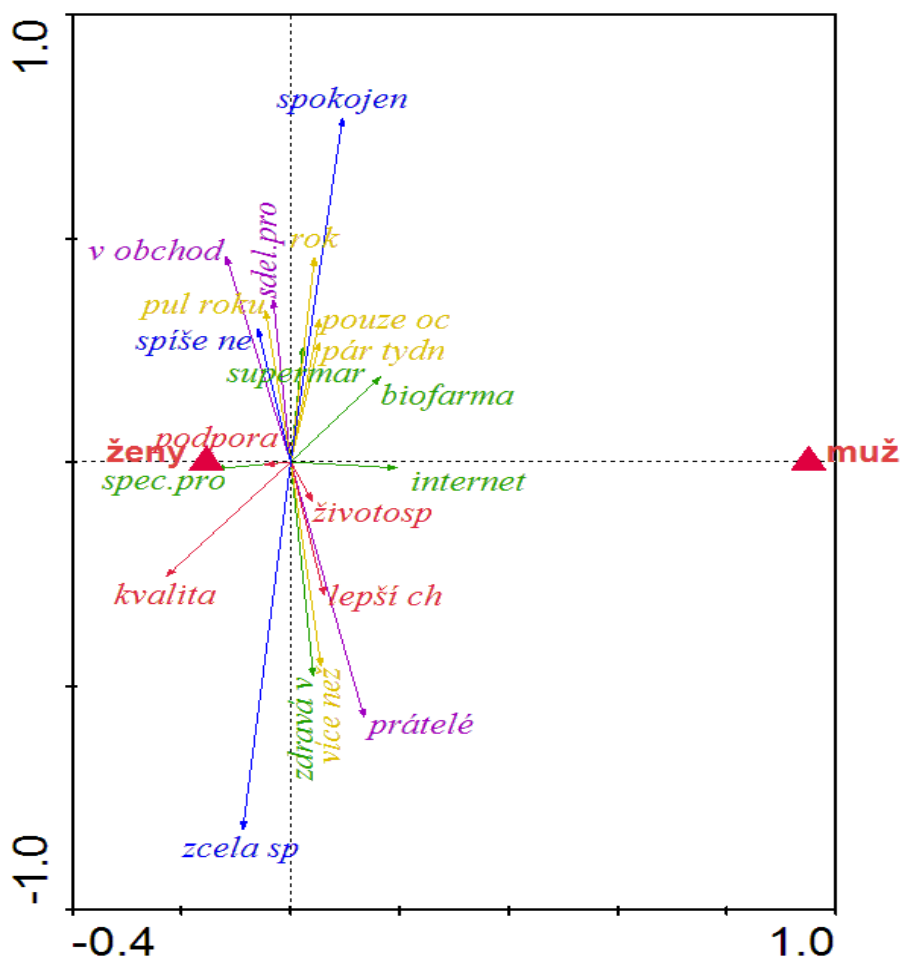
vyjimecn – výjimečně; denne – denně; nek.do t – několikrát do týdne; nek.do m – několikrát do měsíce

otázka č. 4 – „Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?“

cereální – Cereální výrobky; pecivo– Pečivo; ovoce. z – Ovoce, zelenina; mléčné v – Mléčné výrobky; nápoje – Mléčné výrobky; maso – maso; jiné – jiné

otázka č. 5 – „Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?“

do 250Kč – Do 250 Kč; 250-500 – 250-500 Kč; 500-1000 – 500-1000 Kč; 1000 a v – 1000 a víc



Obr. 7 Ordinační diagram vyjadřující vztah pohlaví a variant odpovědí na otázky č. 6 až č. 10

Vysvětlivky: Pohlaví dotazovaných: ženy – Ženy; muž – Muži.

Varianty odpovědí a otázek:

otázka č. 6 „Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?“;

biofarma – Na biofarmě; *supermar* – Super, hypermarkety; *spec.pro* – Speciální prodejny s biopotravinami; *zdrava v* – V prodejnách zdravé výživy; *internet* – Přes internet

otázka č. 7 – „Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?“

prátele – Od přátel; *v obchod* – V obchodech; *sdel.pro* – Ve sdělovacích prostředcích;

otázka č. 8 – „Proč nakupujete biopotraviny?“

kvalita – Kvalita; *životosp* – Zdravější životospráva; *lepší ch* – Lepší chuť; *podpora* – Podpora ekologického zemědělství; *pouze oc* – Pouze ochutnávka;

otázka č. 9 – „Jak dlouho biopotraviny nakupujete?“

par tydn – Pár týdnů; *pul roku* – Půl roku; *rok* – Rok; *více než* – Více než rok;

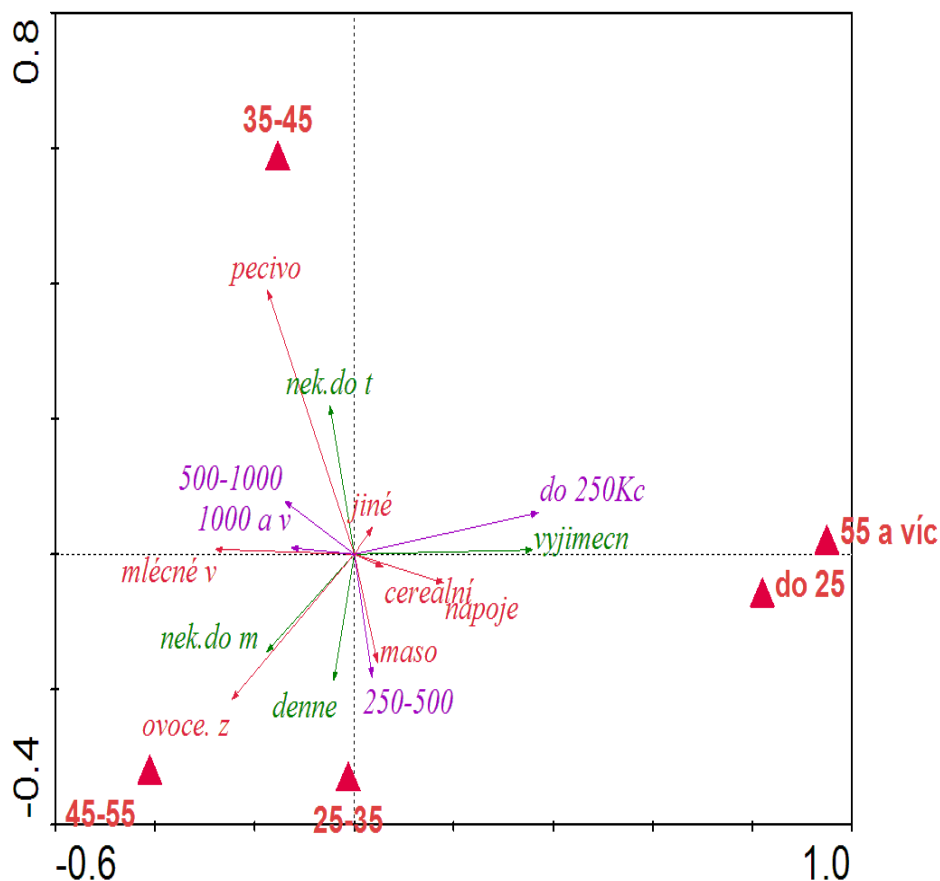
otázka č. 10 – „Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?“

zcela sp – Zcela spokojen; *spokojen* – Spokojen; *spíše ne* – Spíše nespokojený;

Výsledky analýzy RDA dle věkové struktury jsou signifikantní na hladině významnosti $\alpha = 0,104$ pro otázky 3 až 5 (Obr. 8) a $\alpha = 0,120$ pro otázky 6 až 10 (Obr. 9). ***Výsledky jsou tedy statisticky neprůkazné.***

Na Obr. 8 je zřejmá preference některých odpovědí a sledovaných věkových skupin dotazovaných. Věkové skupiny do 25 let a více než 55 let nakupují biopotraviny spíše výjimečně a utratí do 250 Kč za měsíc. Lidé ve věku 25 – 35 let nejčastěji nakupují denně a jejich měsíční útrata je přibližně v rozmezí 250 – 500 Kč, ze sortimentu preferují především maso. Dotazování ve věku 35 – 45 let nakupují několikrát do týdne a častěji si vybírají pečivo. Věková skupina ve věku 45 – 55 let nakupuje převážně ovoce a zeleninu v kvalitě bio a jsou to lidé, kteří především nakupují několikrát do měsíce. Z výsledků je patrný značný rozdíl v četnosti nakupování, výběru sortimentu a jednotlivými věkovými skupinami, ovšem tyto výsledky nejsou statisticky průkazné. Bylo by zajímavé toto šetření uskutečnit na větším počtu respondentů což by mohlo ovlivnit statistickou průkaznost a zaměřit se právě na tyto otázky.

Výsledky zobrazené na Obr. 9 mají nejnižší statistickou významnost, ale i přesto poskytují několik zajímavých informací. Nákupům biopotravin v supermarketech dávají přednost především dotazovaní z mladších věkových skupin (do 25 let a mezi 25 – 35 lety). Pro dotazované lidi ve věku 45 – 55 let je důvodem pro nákup biopotravin především kvalita. I zde by bylo zajímavé hledat vztah věku a preference pro místo nakupování biopotravin na větším počtu zákazníků.



Obr. 8 Ordinační diagram vyjadřující vztah věku dotazovaných a variant odpovědí na otázky č. 3 až č. 5

Vysvětlivky:

Věkové rozmezí dotazovaných: do 25 – věk do 25 let; 25-35 – věk od 25 do 35 let; 35-45 – věk od 35 do 45 let; 45-55 – věk od 45 do 55 let; 55 a víc – věk od 55 a více let.

Varianty odpovědí a otázek:

otázka č. 3 „Jak často nakupujete biopotraviny?“;

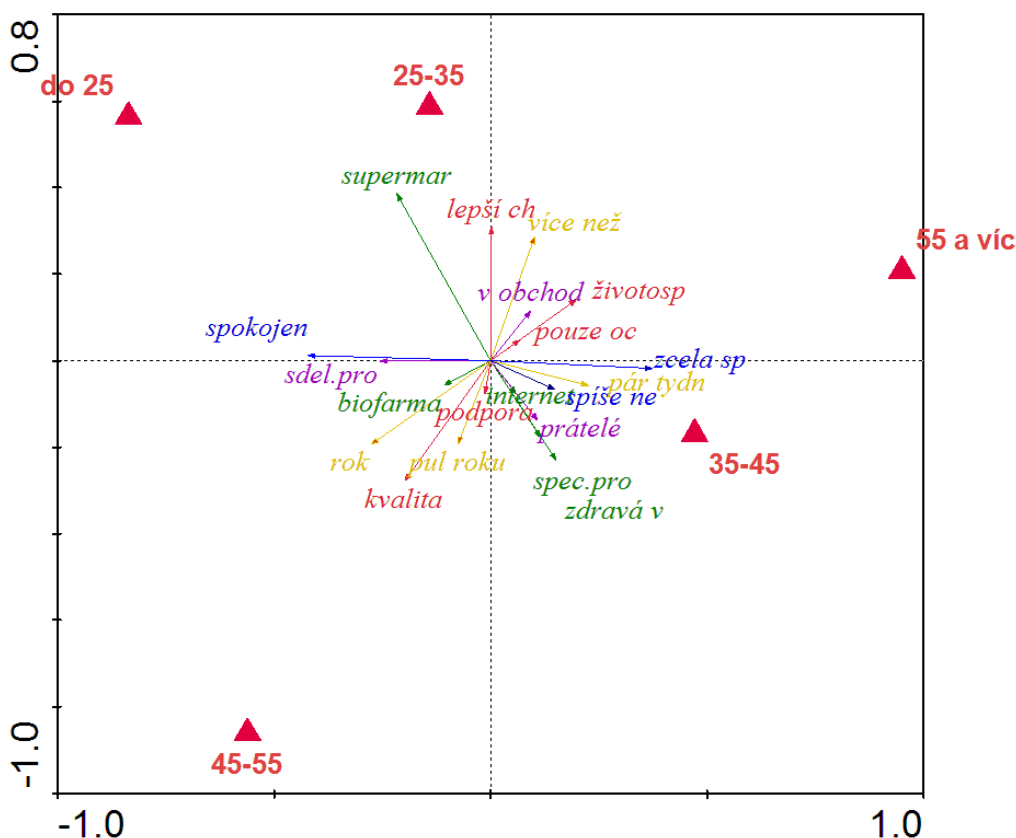
vyjimecn – výjimečně; denne – denně; nek.do t – několikrát do týdne; nek.do m – několikrát do měsíce

otázka č. 4 – „Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?“

cereální – Cereální výrobky; pecivo – Pečivo; ovoce. z – Ovoce, zelenina; mléčné v – Mléčné výrobky; nápoje – Mléčné výrobky; maso – maso; jiné – jiné

otázka č. 5 – „Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?“

do 250Kc – Do 250 Kč; 250-500 – 250-500 Kč; 500-1000 – 500-1000 Kč; 1000 a v – 1000 a více



Obr. 9 Ordinační diagram vyjadřující věku dotazovaných a variant odpovědí na otázky č. 6 až č. 10

Vysvětlivky:

Věkové rozmezí dotazovaných: do 25 – věk do 25 let; 25-35 – věk od 25 do 35 let; 35-45 – věk od 35 do 45 let; 45-55 – věk od 45 do 55 let; 55 a víc – věk od 55 a více let.

Varianty odpovědí a otázek:

otázka č. 6 „Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?“;

biofarmá – Na biofarmě; *supermar* – Super, hypermarkety; *spec.pro* – Speciální prodejny s biopotravinami; *zdravá v* – V prodejnách zdravé výživy; *internet* – Přes internet

otázka č. 7 – „Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?“

prátelé – Od přátel; *v obchod* – V obchodech; *sdel.pro* – Ve sdělovacích prostředcích;

otázka č. 8 – „Proč nakupujete biopotraviny?“

kvalita – Kvalita; *životosp* – Zdravější životospráva; *lepší ch* – Lepší chuť; *podpora* – Podpora ekologického zemědělství; *pouze oc* – Pouze ochutnávka;

otázka č. 9 – „Jak dlouho biopotraviny nakupujete?“

par tydn – Pár týdnů; *půl roku* – Půl roku; *rok* – Rok; *více než* – Více než rok;

otázka č. 10 – „Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?“

zcela sp – Zcela spokojen; *spokojen* – Spokojen; *spíše ne* – Spíše nespokojený;

5. 3 Vyhodnocení prodejnosti

5.3.1 Prodejna zdravé výživy - Uherské Hradiště

U této prodejny došlo v roce 2009 k nárůstu tržeb za biopotraviny na 700 000,- Kč, což představuje zhruba 60 % celkové tržby prodejny. Podle provedené analýzy prodejnosti jednotlivých výrobků patří mezi oblíbené biopotraviny zde patří různé druhy rýží, z luštěnin je oblíbená čočka červená. Rostlinná mléka a mléčné výrobky od firmy Lacrum Velké Meziříčí s.r.o. Různé druhy syrovátek, rýžové chlebíčky, hořké čokolády a třtinové cukry. Z koření si zákazníci oblíbili kurkumu od značky fa Sonnentor. Přehled vybraných nejprodávanejších biovýrobků je uveden v Tab. 16.

Tab. 16 Nejprodávanejší sortiment biovýrobků v Uherském Hradišti

Nejprodávanejší sortiment biovýrobků		
PRODUKT	FIRMA(DODAVATEL)	CENA/MNOŽSTVÍ
Rýže kulatozrná	Bionebio s.r.o.	38 Kč / 500 g
Rýže pestrobarevná	PRO-BIO	56 Kč / 500 g
Čočka červená	Bionebio s.r.o.	39 Kč / 500 g
Cizrna	PRO-BIO	28 Kč / 500 g
Rýžové mléko	PRO-BIO	52 Kč / litr
Rýžové chlebíčky	PRO-BIO	31 Kč / 100 g
Mouka hladká	PRO-BIO	37 Kč / 1 kg

5.3.2 Prodejna zdravé výživy - Brno

V brněnské prodejně zdravé výživy jsou často vyhledávanými produkty např. bujónové kostky Wurzl, houbové špaldoto, pohankové pukance, oblíbené jsou i různé druhy moštů a sirupů a překvapivě se dobře prodává špalodová káva. Dále zákazníci preferují mouku špaldovou, pšeničnou graham, jáhly, rýži natural nebo pšeničný bulgur.

Biopotraviny se v této prodejně na celkové tržbě podílejí přibližně 35 %. Přehled vybraných nejprodávanějších biovýrobů v této prodejně, jejichž dodavatelskou firmou je Vega Provita z Frýdku Místku je uveden v Tab. 17.

Tab. 17 Nejprodávanější sortiment biovýrobků v Brně

BRNO		
PRODUKT	FIRMA(DODAVATEL)	CENA
Bujónové kostky WURZL	Vega Provita Frýdek Místek	38 Kč
Houbové špaldoto	Vega Provita Frýdek Místek	55 Kč / 400 g
Rýže natural	Vega Provita Frýdek Místek	43 Kč / 500 g
Mouka špaldová	Vega Provita Frýdek Místek	40 Kč / 1 kg
Pohankové pukance	Vega Provita Frýdek Místek	22 Kč / 500 g
Jablečný mošt	Vega Provita Frýdek Místek	38 Kč / 1 litr
Špaldová káva	Vega Provita Frýdek Místek	53 Kč / 500 g

5. 4 Diskuse k uplatnění biopotravin na trhu

Lidé sice potraviny s označením BIO znají a rok od roku se nákup těchto produktů mezi spotřebiteli zvyšuje, ale je zde stále větší zastoupení těch, kteří v ně nevěří a nejsou ochotni vyšší cenu biopotravin zaplatit. Na českém trhu chybí jejich dostatečná nabídka a také informovanost obyvatelstva o pozitivních zdravotních aspektech, které na člověka biopotraviny mají (Barták, 2001).

Propagace ekologického zemědělství a biopotravin sice funguje formou různých veletrhů, biojarmarků, pořádáním soutěží i mediální podporou. Je však stále důležité zvyšovat povědomí lidí o této problematice formou dalších reklam v televizi, rádiu či novinách, neboť s propagací roste informovanost. Ve veřejnoprávní televizi by se mohly vysílat krátké upoutávky o biopotravinách. Další možností může být vytvořením propagačních materiálů,

kteřé budou informovat o zdravotních aspektech biopotravin a mohou být umístěny do různých zdravotnických zařízení. Podstatné je, aby lidé začali biopotravinám důvěřovat a měli o nich dostatečné množství informací.

Velmi důležité je také zajistit zvyšování podílu biopotravin vyráběných v České republice, případně pořádat různé kurzy a školení pro ekologické zemědělce a výrobce biopotravin. Určitě zajímavou výzvou může být zjednodušení legislativy upravující ekologické zemědělství a výrobu biopotravin.

Pro maloprodejce biopotravin je velkou výzvou hledání nových cest distribuce k zákazníkovi. Jednou z možností, která se v poslední době objevuje je snaha, zařadit biopotravinu do jídelníčků stravovacích zařízení a do školní jídelny. K tomu by měl pomoci projekt společnosti Country Life „Bioškoly“ (Country life, 2010). Cílem projektu je zavádění biopotravin do škol a předškolních zařízení a tím zajistit zdravé stravovací návyky dětí a podpořit místní ekologické zemědělce a venkov. Jak se v projektu uvádí, je vědecky dokázané, že řada nemocí vzniká již od útlého věku a proto je kvalitní a pestrá strava důležitá již od dětství. Projekt nabízí komplexní zajištění dodávek biovýrobků mezi domácími biofarmáři a školními zařízeními. Současně bude zajišťovat pořádání seminářů o biopotravinách, kurzy vaření, exkurze do místních biofarem apod. Tento způsob propagace by mohl již od roku 2010 pomoci ekozemědělcům a zvýšit zájem obyvatel o zdravější stravování (Country life, 2010).

V maloobchodních řetězcích bych doporučila změnit umístění biopotravin, které jsou většinou zařazeny do speciálních regálů. Větší prodejnost by mohlo zvýšit umístění biopotravin ke konvenčním potravinám, kde by byly zákazníkům více na očích. Dále by se v těchto prodejnách mohly uskutečňovat jejich ochutnávky, které by většina zákazníků určitě uvítala.

6 ZÁVĚR

Diplomová práce je věnována problematice biopotravin. Na základě dotazníkového šetření, které probíhalo v roce 2009 v Brně a Uherském Hradišti, můžeme vyhodnotit návyky a zvyklosti cílové skupiny, která nakupuje biopotraviny ve sledovaných prodejnách.

- Z výsledků a analýzy odpovědí z dotazníků je zřejmé, že existují výrazné preference některých odpovědí a místem, kde byl dotazník vyplňován, pohlavím a věkem respondentů. Dotazování v Brně mají větší zájem o denní nákup biopotravin a také o biomaso. V Brně je převažujícím důvodem pro nakupování biopotravin především správná životospráva a podpora ekologického zemědělství. Naopak v Uherském Hradišti převažuje jako motivace k nákupu biopotravin jejich kvalita. Preferovanějším místem nákupu v Brně jsou supermarkety a specializované prodejny. V Uherském Hradišti dávají přednost prodejnám zdravé výživy. Preferovaným sortimentem biopotravin pro muže jsou častěji nápoje a maso. Ženy dávají přednost spíše cereálním výrobkům, mléčným výrobkům a ovoci, zelenině a biopotraviny denně nenakupují. Ženy upřednostňují nakupování biopotravin ve speciálních prodejnách, pro muže je lákavější nákup přes internet. Pro ženy je důvodem pro nákup biopotravin především kvalita a podpora ekologického zemědělství. Je nutné si uvědomit, že vyplňování dotazníků se účastnila převaha žen a tím mohou být výsledky ovlivněny. Dotazování lidé ve věku 25 – 35 let nejčastěji nakupují denně a jejich měsíční útrata je přibližně v rozmezí 250 – 500 Kč, ze sortimentu preferují především maso. Dotazování ve věku 35 – 45 let nakupují několikrát do týdne a častěji si vybírají pečivo. Věková skupina ve věku 45 – 55 let nakupuje převážně ovoce a zeleninu v kvalitě bio a jsou to lidé, kteří především nakupují několikrát do měsíce. Nákupům biopotravin v supermarketech dávají přednost především dotazování z mladších věkových skupin (do 25 let a mezi 25 – 35 lety). Z výsledků je patrný značný rozdíl v četnosti nakupování, výběru sortimentu a jednotlivými věkovými skupinami. Tyto výsledky nejsou statisticky průkazné.
- V Uherském Hradišti patří mezi prodávanejší biopotraviny různé druhy rýží, luštěniny (čočka červená), rostlinná mléka a mléčné výrobky, syrovátka, rýžové chlebíčky, hořké čokolády a třtinové cukry.

- Ve sledované prodejně v Brně to jsou např. bujónové kostky Wurzl, rýže natural, různé druhy mouky (pšeničná, špaldová, žitná), pohankové pukance, jablené mošty, jablečné sirupy a špaldová káva.
- V prodejnách zdravé výživy bych majitelům doporučila rozšířit sortiment biopotravin o další produkty. Zaměřit se také na bionovinky a pořádat různé ochutnávkové akce, případně různé slevové akce, které by mohly nalákat nové zájemce o biopotraviny a pomáhat v udržení stálých zákazníků. Dalším způsobem, jak si zvýšit své tržby by mohlo být vytvoření internetového obchodu a prodej svých produktů přes internet. V dnešní uspěchané době je stále více lidí, kteří tento způsob nákupu volí čím dál častěji. Prodejna zdravé výživy v Brně se nachází v budově polikliniky v městské části Lesná. Majiteli bych tedy navrhovala vytvořit vlastní letáky se svými produkty, které bych umístila v čekárnách a lákala jimi potenciální zájemce na různé ochutnávky či slevy, případně obdobné návrhy jako u předchozí prodejny
- Vyšší produkce místních biopotravin bude přispívat k rozvoji ekologického zemědělství a tím bude docházet k přirozené podpoře a rozvoji venkova. Ekologické zemědělství může být vítanou možností pro vytvoření nových pracovních míst, která budou šetrná ke krajině a přírodě.

7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ABCERT. *Společnost Abcert*. [online].2006 [cit.2010-03-20].Dostupné na:
:http://www.abcert.cz/index.php?id=1

BARTÁK, RICHARD, J. *Vše o biopotravinách*. [online].2001 [cit.12.2.2010]
Dostupné na: http://www.vegetarian.cz/ostatni/bio_serial_1.html

BIOCONT. *Profil společnosti*. [online].2008 [cit.2010-03-20].Dostupné
na: http://www.biocont.cz/onas.html

BIOPOTRAVINAROKU. *Vítězové z předešlých let*. [online].2008 [cit.2010-03-05].
Dostupné na: http://www.biopotravinaroku.cz/historie.php

BIOPOTRAVINAROKU. *Pravidla soutěže* [online].2009 [cit.2010-03-05].
Dostupné na: http://www.biopotravinaroku.cz/pravidla.php

BODOKOVÁ, Světluše. *Češi loni nakoupili nejvíce biopotravin v maloobchodních
řetězcích*. [online].2009 [cit.2010-04-06]. Dostupné na:
http://www.celostnimediceina.cz/cesi-loni-nakoupili-nejvice-biopotravin-v-maloobchodnich-
retezcich.htm#ixzz0mli1H4ne

BODOKOVÁ, Světluše. *Kampaň na propagaci biopotravin v ČR je na startu*.
[online].2009 [cit.2010-04-02].Dostupné
na: http://www.celostnimediceina.cz/cesi-loni-nakoupili-nejvice-biopotravin-v-
maloobchodnich-retezcich.htm

BUCHTOVÁ, 2008. *Ekologické zemědělství a biopotraviny v kraji Vysočina*.
Diplomová práce. MENDELU Brno. MZLU v Brně, Brno, 84s.

COUNTRY LIFE. *Produkty ekofarem míří do vybraných škol a školek čtyř krajů ambicí inspirovat následovníky.* [online].2010 [cit.2010-04-01]. Dostupné na:
<http://www.biopotraviny.info/tzcf2010.html>

ČAPOUNOVA, K. a kol. *Ekologické zemědělství v České republice, ročenka 2007*, Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2007, ISBN 978-80-7084-6582,[cit.13.4.2010].Dostupné na:http://www.bioinstitut.cz/publikace/documents/RocenkaEZ_2007-cela-FINAL.pdf

ČERVENKA, J. KOVÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005. 111 s. ISBN 80-213-1404-4

HLADÍKOVÁ, Pavlína.2008: *Biopotraviny - jejich charakteristika a porovnání možností v ČR a SRN*, Bakalářská práce, Mendelu Brno,MZLU v Brně, 53s.

HLADÍKOVÁ,Soňa.2008.*Analýza nákupního a spotřebního chování v oblasti biopotravin.* Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích,95 s.[online].2008 [cit.2010-02-28].Dostupné na:http://theses.cz/id/mlrnku/downloadPraceContent_adipIdno_8893

JAVŮRKOVÁ, J. *Stav ekologického zemědělství v 25 členských státech EU*. Agra Focus, ÚZPI,2004,č.101,s.11-14. Dostupné na:<http://www.agronavigator.cz/ekozem/default.asp?ids=743&ch=94&typ=1&val=28845>

KEZ.*Kontrola ekologického zemědělství.*[online].2009[cit.2010-03-21].Dostupné na:
<http://www.kez.cz/>

KEZ.*Úplné znění zákona č.242/2000Sb.* [online].2010[cit.2010-03-25].Dostupné na
http://www.kez.cz/sites/default/files/dokumenty/2-1-Z242-uplne_zneni.pdf

KOUTNA, P.,2006:*Ekologické zemědělství*, Diplomová práce, Masarykova univerzita, Brno95s. Dostupné na: http://is.muni.cz/th/61152/pravf_m/ekologicke_zemedelstvi.doc

KOZEL, R. a kol. *Moderní marketingový výzkum. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.*

LEIBEL, M. IN URBAN, J. ,ŠARAPATKA B. a kol. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi, II. díl. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR, 2006, s. 13*

LEIBEL, Martin, *Ekologické zemědělství v roce 2010.* [online].2010 [cit.2010-04-06]. Dostupné na: http://www.vhpress.cz/clanky/bio1002_vyjimky2010e.pdf

MAŘÍKOVÁ, L. – *Biopotraviny (výsledky průzkumu).* [online].2010 [cit.2010-03-22]. dostupné online na www: <http://6842.vyplnto.cz>.

MATĚJOVSKÝ L., VONŠOVSKÁ I. *Ekologické zemědělství v ČR, Greenmarketing-popis ekologického zemědělství propagující své produkty v ČR.* [online].2007 [cit.2010-03-25]. Dostupné na: <http://www.pro-bio.cz/vyzkum/prace/97.pdf>

MOUDRÝ, J. -- PRUGAR, J. *Biopotraviny : hodnocení kvality, zpracování a marketing.* Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2002. 34 s. Příručka ekologického zemědělce. ISBN 80-7271-111-3.

MZe ČR. *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010* [online].2004 [cit.2010-02-25]. Dostupné na: <http://eagri.cz/public/eagri/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/akcni-plan/>

MZe ČR. *Loga pro ekologické zemědělství.* [online].2010b [cit.2010-04-02]. Dostupné na <http://eagri.cz/public/eagri/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znaceni/>

MZe ČR. *Postup při registraci pro podnikání v ekologickém zemědělství.* [online].2009 [cit.2010-03-02]. Dostupné na: <http://eagri.cz/public/eagri/zemedelstvi/casto-kladene-otazky/postup-pri-registraci.html>

MZe ČR. *Program Ekologické zemědělství a biopotraviny*. [online].2007 [cit.2010-04-05].Dostupné na:
<http://www.agronavigator.cz/ekozem/default.asp?ch=173&typ=1&val=57072&ids=1658>

MZe ČR. *Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2009*. [online].2010a [cit.2010-03-18].Dostupné na:
http://eagri.cz/public/eagri/file/48172/statistika_zakladni_31_12_2009.pdf

NAŘÍZENÍ RADY (ES) č.834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č.2092/91. Dostupné na www:
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:189:0001:0023:CS:PDF>

PRO-BIO LIGA. *Srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin v pražských obchodech a obchodních řetězcích*. [online].2009[cit.2010-03-11].Dostupné na
<http://www.enviport.cz/biospotrebitel-v-praze-ros-151151.aspx>

ŠARAPATKA, B. -- URBAN, J. *Ekologické zemědělství (II. díl)*. 1. vyd. Šumperk: PRO-BIO , 2005. 334 s. ISBN 80-903583-0-6.

TER BRAAK, C., J., F.: CANOCO – A FORTRAN program for canonical community ordination by [partial] [detrended] [canonical] correspondence analysis (version 4.0.). Report LWA-88-02 *Agricultural Mathematics Group*. Wageningen, 1998

URBAN, J. -- ŠARAPATKA, B. a kol. *Ekologické zemědělství: základy ekologického zemědělství, agroenvironmentální aspekty a pěstování rostlin*. 1. vyd. Praha: MŽP, 2003. 280 s. ISBN 80-7212-274-6.?

VÁCLAVÍK, T., ČÍTKOVÁ, Z., BYSTRICKÁ, Š. *Český trh s biopotravinami 2008*. Moravské Knínice: Green Marketing, 2008. 84 s. ISBN 978-80-254-2032-4.?

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Nejvíce biopotravin nakoupili v loni Češi v maloobchodních řetězcích*. [online].2009[cit.2010-03-02].Dostupné

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Biopotraviny z Číny pronikají stále víc do Evropy*. [online].2010 [cit.2010-04-10].Dostupné na:

<http://aktualne.centrum.cz/ekonomika/nakupy/clanek.phtml?id=665376>

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Český trh s biopotravinami roste*. [online].2009 [cit.2010-04-01].Dostupné na:http://www.agroweb.cz/Cesky-trh-s-biopotravinami-roste__s412x34682.html

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Bio koš maloobchod - srpen 2009*. [online].2009 [cit.2010-04-01].Dostupné na:<http://www.bio-info.cz/monitor/bio-kos-maloobchod-srpen-2009>

VÁCLAVÍK, Tomáš. 2008. *Trh s biopotravinami v České republice čeká velký růst*. [online].2008 [cit.2010-04-03].Dostupné na

<http://www.greenmarketing.cz/biozpravy/clanek.php?id=146>

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Nejvíce biopotravin nakoupili vloni Češi v maloobchodních řetězcích* [online].2009 [cit.2010-04-01].Dostupné

na:<http://www.enviweb.cz/clanek/biofood/77618/nejvice-biopotravin-nakoupili-vloni-cesi-v-maloobchodnich-retezcich>

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Jak vytvořit a úspěšně provozovat systém biobedýnek*. [online].2008 [cit.2010-04-01].Dostupné na:

http://eagri.cz/public/eagri/file/38610/Jak_vytvorit_a_uspesne_provozovat_system_biobedynek.pdf

VORLÍČEK, Petr. *Počet ekologických zemědělců již dosahuje čísla 3 000*. [online].2010 [cit.2010-03-08].Dostupné na: <http://www.asz.cz/cs/zpravy-z-tisku/ekologicke-zemedelstvi/pocet-ekologickyh-zemedelcu-jiz-dosahuje-cisla-3-000.html>

Weidenthaler, Petr. 2010. *Českou biopotravinu roku 2009 je švestkový biodžem*. [online].2009 [cit.2010-04-01]. Dostupné na <http://www.bio-info.cz/zpravy/ceskou-biopotravinu-roku-2009-je-svestkovy-biodzem>

8 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1 Český grafický znak používaný v ekologickém zemědělství

Obr. 2 Grafický znak loga společenství označující ekologickou produkci platné do 30.6.2010

Obr. 3 Nový grafický znak EU

Obr. 4 Ordinační diagram vyjadřující vztah místa vyplňování dotazníků a variant odpovědí na otázky č. 3 až č. 5

Obr. 5 Ordinační diagram vyjadřující vztah místa vyplňování dotazníků a variant odpovědí na otázky č. 6 až č. 10

Obr. 6 Ordinační diagram vyjadřující vztah pohlaví a variant odpovědí na otázky č. 3 až č. 5

Obr. 7 Ordinační diagram vyjadřující vztah pohlaví a variant odpovědí na otázky č. 6 až č. 10

Obr. 8 Ordinační diagram vyjadřující vztah věku dotazovaných a variant odpovědí na otázky č. 3 až č. 5

Obr. 9 Ordinační diagram vyjadřující věku dotazovaných a variant odpovědí na otázky č. 6 až č. 10

9 SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Srovnání základních statistických ukazatelů ekologického zemědělství

Tab. 2 Srovnání základních statistických ukazatelů ekologického zemědělství

Tab. 3 Vyplacené finanční prostředky v rámci agroenvironmentálních opatření v KČ

Tab. 4 Porovnání cen biopotravin a konvenčních potravin v roce 2006

Tab. 5 Přehled oceněných v jednotlivých kategoriích v roce 2008

Tab. 6 Přehled oceněných v jednotlivých kategoriích v roce 2009

Tab. 7 Výsledky odpovědí na otázky č.1 a č. 2 „Pohlaví“ a „Věk“

Tab.8Výsledky odpovědí na otázku č. 3,„Jak často nakupujete biopotraviny?“

Tab. 9 Výsledky odpovědí na otázku č. 4 „Které biopotraviny nakupujete nejčastěji?“

Tab. 10 Výsledky odpovědí na otázku č.5 „Kolik přibližně měsíčně utratíte za biopotraviny?“

Tab. 11 Výsledky odpovědí na otázku č. 6 Kde biopotraviny nejčastěji nakupujete?

Tab. 12 Výsledky odpovědí na otázku č. 7 „Jakým způsobem jste se dozvěděli o biopotravinách?“

Tab. 13 Výsledky odpovědí na otázku č. 8 „Proč nakupujete biopotraviny?“

Tab. 14 Výsledky odpovědí na otázku č. 9 „Jak dlouho biopotraviny nakupujete?“

Tab. 15 Výsledky odpovědí na otázku č. 10 „Jak jste spokojen se sortimentem biopotravin?“

Tab. 16 Nejprodávanější sortiment biovýrobků v Uherském Hradišti

Tab. 17 Nejprodávanější sortiment biovýrobků v Brně

10 PŘÍLOHY