UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Katedra geografie

Simona Kazíková

Alternativní potravinové sítě v Olomouci

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Lucia Brisudová

Olomouc 2023

Bibliografický záznam

Autor (osobní číslo): Simona Kazíková (R19205)

Studijní obor: Geografie pro vzdělávání / Německý jazyk se zaměřením na vzdělávání

Název práce: Alternativní potravinové sítě v Olomouci

Title of thesis: Alternative food networks in Olomouc

Vedoucí práce: Mgr. Lucia Brisudová

Rozsah práce: 49 stran, 2 vázané přílohy

Abstrakt: Bakalářská práce se zabývá typologizací a bližší charakteristikou alternativních potravinových sítí v globálním měřítku, ale také v podmínkách České republiky. Dále se zaměřuje na analýzu dat získaných z dotazníkového šetření, na základě kterých blíže představuje alternativní potravinové sítě a jejich uživatele v Olomouci. Obsahuje také jejich kategorizaci a mapovou prezentaci.

Klíčová slova: alternativní potravinové sítě, lokální potraviny, město Olomouc, spotřebitelé

Abstract: The bachelor's thesis deals with the typology and closer characterization of alternative food networks on a global scale, but also in the conditions of the Czech Republic. It also focuses on the analysis of data obtained from a questionnaire survey, on the basis of which it presents alternative food networks and their users in Olomouc in more detail. Also includes their categorization and map presentation.

Keywords: alternative food networks, local food, city of Olomouc, consumers

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, pod vedením Mgr. Lucie Brisudové, s využitím všech uvedených zdrojů.

V Olomouci dne 7. 5. 2023

…….

Simona Kazíková

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí mé práce Mgr. Lucii Brisudové za vstřícný přístup a cenné rady, které mi s trpělivostí a laskavostí poskytovala během celé její tvorby.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Přírodovědecká fakulta

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	**Simona KAZÍKOVÁ**
Osobní číslo:	**R19205**
Studijní program:	**B0114A330002 Geografie pro vzdělávání**
Studijní obor:	**Geografie pro vzdělávání maior**
	Německý jazyk se zaměřením na vzdělávání minor
Téma práce:	**Alternativní potravinové sítě v Olomouci**
Zadávající katedra:	**Katedra geografie**

Zásady pro vypracování

Alternativní potravinové sítě a jejich různé podoby představují aktuální a velmi důležitou součást prodeje potravin. Hlavním cílem bakalářské práce bude analyzovat alternativní potravinové sítě v Olomouci. V teoretické části bude pozornost věnována především charakteristice, vzniku a rozvoji alternativních potravinových sítí v globálním měřítku, ale také v podmínkách České republiky. Praktická část práce bude vycházet z dotazníkového šetření jehož cílem bude zjistit, jestli mají lidé žijící v Olomouci o těchto sítích povědomí, ale také které z nich využívají. Autorka se dále zaměří na kategorizaci potravinových sítí a mapovou prezentaci, která může následně sloužit i širší veřejnosti.

Rozsah pracovní zprávy:	**5 000 – 8 000 slov**
Rozsah grafických prací:	**Podle potřeb zadání**
Forma zpracování bakalářské práce:	**tištěná**

Seznam doporučené literatury:

CORSI, A., BARBERA, F., DANSERO, E., PEANO, C. (2018). Alternative Food Networks An Interdisciplinary Assessment: An Interdisciplinary Assessment. London: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90409-2.

DURAM, L, OBERHOLTZER, L. (2010): A geographic approach to place and natural resource use in local food systems. Renewable agriculture and food systems, 99–108.

FEENSTRA, G. W. (1997): Local food systems and sustainable communities. American Journal of Alternative Agriculture, 28–36.

GOODMAN, D., DUPUIS, E. M., GOODMAN, M. K. (2012). Alternative Food Networks: Knowledge, Practice and Politics. (1. vyd.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203804520.

JAROSZ, L. (2008): The city in the country: Growing alternative food networks in metropolitan areas. Journal of Rural Studies, 24(3), 231–244.

SPILKOVÁ, J. (2016): *Alternationí potravinové sítě – česká cesta*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3307-7.

SPILKOVÁ, J. (2017): Město a potraviny: alternativní způsoby produkce a spotřeby potravin. Geografické rozhledy, 26(5), s. 24–25.

Vedoucí bakalářské práce:	**Mgr. Lucia Brisudová**
	Katedra geografie

Datum zadání bakalářské práce: **27. ledna 2021**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2022**

L.S.

doc. RNDr. Martin Kubala, Ph.D.
děkan

prof. RNDr. Marián Halás, Ph.D.
vedoucí katedry

V Olomouci dne 27. ledna 2021

Obsah

1 Úvod a cíle **9**
2 Rešerše literatury 10
3 Základní charakteristiky APS 12
4 Typologie APS 13
5 Vznik alternativních potravinových sítí v České republice 15
6 Alternativní potravinové sítě v podmínkách České republiky 17
6.1 Farmářské trhy 17
6.2 Farmářské obchody 17
6.3 Bedýnková schémata 18
6.4 Komunitou podporované zemědělství (KPZ) 19
6.5 Komunitní zahrady 20
7 Metody zpracování 21
8 Analýza a výsledky dotazníkového šetření 23
8.1 Vzorek respondentů 23
8.2 Využití jednotlivých APS v Olomouci 26
8.3 Motivace k nákupu 32
8.4 Interaktivní mapa 35
9 Diskuse 37
10 Závěr 39
11 Summary 41
12 Zdroje 42
13 Seznam příloh 45

1 Úvod a cíle

Alternativní potravinové sítě (APS) představují v dnešní době jednu z cest k získání zdravých a kvalitních potravin lokálního původu. Jejich silný rozvoj zaznamenaly v poslední dekádě především velká města, protože v menších městech a vesnicích České republiky stále převládá trend samozásobitelství. APS začaly vznikat nejen z touhy po kvalitním jídle, ale také jako reakce na časté problémy týkající se nekvalitních potravin cizího původu distribuovaných v maloobchodních řetězcích (Spilková, 2016).

Postupem času se tak ve světě vyvinula řada nových forem potravinových řetězců, které dnes označujeme právě jako alternativní potravinové sítí. Příkladem jsou farmářské trhy, farmářské obchody, bedýnková schémata, komunitou podporované zemědělství, ale také produktové značky (Spilková, 2016). Jejich alternativa spočívá především v takzvaném obratu ke kvalitě. Jednotliví výrobci se tak snaží především distancovat od masové produkce potravin a dbát na přirozenost jejich produkce. APS tedy často stojí v opozici maloobchodním řetězcům, a proto je považujeme za alternativní způsoby nákupu potravin (Corsi et al., 2018).

Jak napovídá samotný název, hlavním cílem této bakalářské práce je analyzovat APS a jejich uživatele na území města Olomouce. Teoretická část se proto bude nejprve zaměřovat na vývoj, vznik a charakteristiku jednotlivých APS jak v globálním měřítku, tak v podmínkách České republiky. Další část práce bude zaměřena na samotnou analýzu APS v Olomouci a demografickou charakteristiku (pohlaví, věk a socioekonomický status) jejich uživatelů. Primární data budou získána dotazníkovým šetřením, jehož úkolem bude odpovědět na tyto výzkumné otázky:

1. Které APS využívají obyvatelé Olomouce nejvíce?
2. Jaká je motivace obyvatel k využívání těchto sítí?
3. Jaké jsou demografické charakteristiky uživatelů APS v Olomouci?

Závěrem celé práce bude interaktivní mapa, která zaznamená jednotlivé APS v Olomouci a může tak sloužit i širší veřejnosti.

2 Rešerše literatury

Pohledů na alternativní potravinové sítě (APS) existuje hned několik. V zahraničí se jim věnuje především řada odborných článku. Winter (2003) považuje APS za alternativu ke globálním systémům. Přesnější charakteristiku pak uvádí například Lucy Jarosz (2008) v článku *The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas.* Zaměřuje se zde především na vzdálenost mezi producentem a spotřebiteli, velikost farem, formy prodeje, ale také na jejich sociální a environmentální aspekty. Členění těchto sítí pak najdeme například u Venn a kol. (2006), kteří dělí APS podle vztahu mezi producenty a spotřebiteli. Další významnou publikací je například *Alternative Food Networks: An Interdisciplinary Assessment* (Corsi et al., 2018), která se na APS dívá nejen z hlediska geografického, ale i environmentálního, sociologického a ekonomického. Dále hodnotí APS z pohledu zákazníků a producentů. Za klíčový může být považován také přístup k místí komunitě, která přispívá k budování alternativních potravinových systémů, a tak i ke zlepšení ekonomiky v regionu. (Feenstra, 1997). Nejvíce informací o ekologických aspektech místí produkce pak přináší Duram & Oberholtzer (2010). Jiní autoři kladou důraz i na etické a estetické hodnoty lokální produkce (Goodman, 2013).

Jak už je patrné z výše uvedeného textu, záběr zahraničních zdrojů je širší a zaměřuje se na velké spektrum oblastí, protože v západní Evropě a Severní Americe mají APS delší tradici a existuje o nich tedy i více stěžejních publikací. V České republice patří APS stále k poměrně novým možnostem získání kvalitních potravin lokálního původu. Za stěžejní publikaci můžeme považovat *Alternativní potravinové sítě: česká cesta* (Spilková, 2016), ve které najdeme členění a popis jednotlivých sítí v podmínkách České republiky. Obecné shrnutí této problematiky můžeme najít v také článku *Město a potraviny: alternativní způsoby produkce a spotřeby potravin* (Spilková, 2017).

Podrobnější informace o jednotlivých APS najdeme i v dalších publikacích. Nejrozsáhlejší výzkum zabývající se farmářskými trhy provedla v našich podmínkách Fendrychová (2015). Její disertační práce *„Jiná" geografie alternativních potravinových sítí: farmářské trhy jako cestující concept* se zabývá především počátky farmářských trhů na našem území. V rámci této práce provedla šetření zaměřené na charakteristiku spotřebitelů a jejich hlavní motivaci k nákupu na farmářských trzích, jak na území města

Prahy, tak později i v dalších městech, kde se rozvinul tento koncept. Farmářským trhům a farmářským obchodům se věnovala rovněž Syrovátková (2016) ve své disertační práci *Alternativní potravinové sítě v postkomunistickém kontextu: Farmářské trhy a farmářské obchody v Česku*.

Dalším konceptům se pak věnují především různé metodiky a případové studie. U bedýnkových schémat poskytuje základní informace například brožura *Jak úspěšně vytvořit a provozovat systém „biobedýnek“* (Václavík, 2008). Komplexní vhled do komunitou podporovanému zemědělství najdeme v případové studii od Pařízkové (2013). V evropském měřítku pak přináší více informací (Valeška et al., 2016). O komunitních zahradách najdeme doplňují informace například v Metodice zakládání komunitních zahrad (Pokorná, 2020).

3 Základní charakteristiky APS

U alternativních potravinových sítí se nesetkáme s jednotnou definicí, všechny ale kladou důraz na zkracování řetězce mezi producentem a spotřebitelem, a na lokální původ potravin (Spilková, 2016). Širší charakteristiku APS najdeme například u Lucy Jarosz (2008), která charakterizuje APS čtyřmi hlavními způsoby: kratší vzdálenost, malá velikost farem a ohled na životní prostředí, speciální formy distribuce produktů, sociální a environmentální hodnoty.

Jde tedy přesněji o zkrácení vzdálenosti mezi místem, kde se potraviny pěstují a kde prodávají a později konzumují (Jarosz, 2008). Tuto cestu potravin tak z hlediska fyzické vzdálenosti nazýváme „food miles“ (Corsi et al., 2018, s.4). Kratší vzdálenost pomáhá snížit transportní náklady a šetří také fosilní paliva (Spilková, 2016). Tento pohled bývá ale i kritizován, protože pěstování některých potravin vyžaduje jiné přírodní podmínky a to s sebou může nést mnohem náročnější náklady na zdroje energie než samotný dovoz (Duram & Oberholtzer, 2010). Jedná se také zkrácení počtu zprostředkovatelů mezi producenty a spotřebiteli (Corsi et al., 2018). Nedochází tak většinou k překupování zboží a jde spíše o přímý marketing, který pomáhá zemědělcům získat a udržet si větší zisk (Spilková, 2016).

Druhým typickým rysem je způsob pěstování těchto potravin. Jsou pěstovány organicky na menších. Nevyužívají tedy syntetická hnojiva, pesticidy a geneticky modifikovaná osiva. Prodejci rovněž neuzavírají smlouvy s velkoobchodníky, spotřebiteli nebo supermarkety (Jarosz, 2008). Snižují tak dopady na životní prostředí, na rozdíl od konvenčních potravinových systémů (Corsi et al., 2018).

Pro APS jsou také charakteristické speciální formy distribuce produktů. Potraviny jsou často nabízeny na farmářských trzích, v potravinářských družstvech nebo v rámci komunitou podporovaného zemědělství. Prodej jednotlivých komodit je tedy sezónní (Jarosz, 2008). Umožňuje také přímý kontakt mezi prodejci a spotřebiteli, buduje důvěru a později případně i podporuje vznik komunity. Díky blízkému kontaktu s producentem pak spotřebitel ví, za jakých podmínek byl daný produkt vypěstován. Tyto sítě tak kladou velký důraz na sociální a environmentální hodnoty (Jarosz, 2008). Mají také významný

dopad na místní ekonomiku, protože může docházet k multiplikačnímu efektu na zaměstnanost a místní nákupy. (Corsi et al., 2018)

4 Typologie APS

APS můžeme členit na základě vztahu mezi producenty a spotřebiteli, a podle míry zapojení spotřebitelů do produkce potravin (Venn et al., 2006). Jednotná definice pojmů producent a spotřebitel ale neexistuje. Pro potřeby této práce za producenta považujeme farmáře, který obhospodařuje pouze menší část půdy a klade důraz na environmentální aspekty jeho produkce. Producenti jsou tak často vlastníky a provozovateli alternativních potravinových síti. Za spotřebitele pak může označit uživatele jednotlivých alternativních sítí. U Venn et al. (2006) se jedná o tyto čtyři typy.

1. **Producenti jako spotřebitelé**

V tomto případě potraviny pěstují nebo vyrábějí samotní spotřebitelé, kteří často propagující zdravý životní styl. Do této skupiny patří: Komunitní zahrady, komunitní centra, komunitní potravinová družstva, pozemková družstva (Venn et al., 2006). Do této kategorie můžeme tedy v našich podmínkách zařadit komunitní zahrady.

2. **Spolupráce producentů a spotřebitelů**

Jedná se o partnerství, které s sebou nese rizika a přínosy společného hospodaření. Spotřebitelé se podílí na nákladech zemědělské produkce a nesou spolu s producentem odpovědnost za úrodu. Do této kategorie tedy řadíme komunitou podporované zemědělství (Venn et al., 2006).

3. **Přímý prodej**

Třetí podskupinou jsou iniciativy přímého prodeje, které vynechávají v prodeji další zprostředkovatele. Výrobci jsou tedy v přímém kontaktu se zákazníky. Do této skupiny řadíme farmářské trhy, bedýnková schémata, přímý prodej na farmě, mobilní prodejny s potravinami, výrobní družstva (Venn et al., 2006).

4. Další zprostředkovatelé

Tito maloobchodníci se snaží prodávat kvalitní a často speciální zboží s vysokou přidanou hodnotou. Mohou tak být zaměřeny na turisty. Patří k nim online prodejci potravin, specializovaní velkoprodejci, turistické atrakce, značky (Venn et al., 2006). Můžeme je tedy považovat často za prostředníky prodeje farmářských výrobků. V našich podmínkách bychom zde mohli zařadit i farmářské obchody, protože majitelé těchto obchodů jsou ve většině případů pouze zprostředkovatelé (Spilková, 2016).

5 Vznik alternativních potravinových sítí v České republice

Postupem času získávaly velké obchodní řetězce špatnou pověst, protože se potýkaly s mnoha problémy souvisejícími s nízkou kvalitou nabízeného zboží. Jednalo se například o časté nemoci spojované s potravinářskými surovinami jako kulhavka, slintavka, ptačí chřipka atp. nebo také prodej závadných potravin (Spilková, 2012). Nákup potravin v supermarketech začal být také pro některé spotřebitele příliš anonymní (Spilková, 2016). Potravinový systém byl kritizován i kvůli negativním dopadům na udržitelnost životního prostředí. Kvůli výše uvedeným obavám, začali zákazníci vyhledávat nové alternativní cesty nákupu potravin (Forssell & Lankoski, 2015).

Prvním typem APS v České republice byly farmářské trhy. První z nich se konal na podzim v roce 2009 v Praze a zahájil tak jejich velký rozmach. K jejich dalšímu rozvoji také pomohly dotace z Ministerstva životního prostředí. V roce 2015 se jich na našem území konalo pravidelně přes 200 (Spilková, 2016).

Bezprostředně po vzniku farmářských trhů začaly vznikat i farmářské obchody. Pro mnohé producenty se začaly stávat výhodnější formou prodeje jejich výrobků. Mohli tak zvýšit svůj odbyt a nemuseli už řešit problémy s přesunem zboží mezi různými farmářskými trhy, které ne vždy umožňovaly kvalitní distribuci jejich zboží (Spilková, 2016).

Vedle těchto dvou fenoménů začaly v téže době vznikat také bedýnkové systémy. Tento koncept byl přejat z Německa a Švýcarska, kde se rozvíjely již od 60. let minulého století. V tomto případě spotřebitel odebírá bedýnku se sezónní zeleninou a ovocem, případně dalšími produkty. Na sjednaném místě a ve sjednanou dobu si ji pravidelně vyzvedává. (Spilková, 2016).

Od roku 2009 se u nás rovněž šířil koncept komunitou podporovaného zemědělství, který má původ v Japonsku. Zákaznici předem zaplatí místnímu producentovi a následně od něj pravidelně odebírají sezónní produkty. Na rozdíl od bedýnek ale dochází k užšímu spojení mezi prodejcem a spotřebitelem, protože společně nesou rizika spojená s neúrodou a živelnými pohromami. Spotřebitel se tak stává spíše partnerem (Spilková, 2016).

Dalším druhem APS vyskytujícím se v České republice jsou komunitní zahrady. Na první pohled můžeme mít pocit, že se jedná o staré dobře známé zahrádkářské kolonie.

Toto pojetí ale pochází z USA a je doplněno o komunitní aspekt. V této formě APS hospodaří společně určitá skupina lidí na pozemku ve městě. Mohou se starat o celý pozemek společně nebo pěstovat každý individuálně v kontejnerech naplněných zeminou (Spilková, 2016).

6 Alternativní potravinové sítě v podmínkách České republiky

Tato kapitola blíže představuje a definuje alternativní potravinové sítě typické pro podmínky České republiky. Členění se opírá a typologii APS dle Venn et al. (2006) a publikaci *Alternativní potravinové sítě: česká cesta* (Spilková, 2016). To především z důvodu, že není možné aplikovat některé zahraniční definice jednotlivých APS na naše podmínky (Syrovátková, 2016).

6.1 Farmářské trhy

Kodex farmářských trhů (2011) vydaný ministerstvem zemědělství České republiky definuje tyto trhy jako formu prodeje čerstvých zemědělských a potravinářských produktů především regionálního případně českého původu za účelem podpory menších producentů tohoto typu zboží. Klade důraz také na místo prodeje, které kromě prodeje zemědělských produktů slouží také jako místo setkávání občanů. Trhy se konají pravidelně v časových periodách a většinou pod otevřeným nebem. Prodej se řídí tržním řádem.

Farmářské trhy nabízí především zemědělské produkty, ale také zpracované potraviny (Spilková & Perlín, 2013). Můžeme zde také najít i řemeslné výrobky vyráběné v chráněných dílnách (Spilková, 2016). Prodej probíhá většinou samotným farmářem, mohou ho provádět ale i příbuzní nebo oprávněné osoby, které jsou proškolené a mají dostatečné informace o výrobcích, které prodávají. Tyto osoby by u sebe měli také mít písemnou autorizaci vytvořenou farmářem (Fendrychová, 2015). Jako u většiny APS, i zde chybí podrobný seznam všech trhů, které se v současnosti konají na našem území.

Nejžádanějšími komoditami na farmářských trzích v České republice jsou dle Fendrychové (2015) ovoce a zelenina, mléčné výrobky, pečivo, maso a uzeniny.

6.2 Farmářské obchody

Farmářské obchody se objevovaly na českém trhu hned vzápětí po farmářských trzích. Začaly tak pomalu nahrazovat jejich předchůdce – zdravé výživy. Na rozdíl od nich se ale farmářské obchody dbají více na vysokou kvalitu zboží, které pochází primárně od malých zemědělců z českého prostředí (Spilková, 2016).

Farmářské obchody můžeme v našich podmínkách definovat jako kamenné prodejny, ve kterých je nabízena široká škála farmářských výrobků lokálního původu (Spilková, 2016). Ve většině případů nejsou ale provozovány samotným farmářem, jako tomu bývá zvykem v zahraničí, ale ještě dalším zprostředkovatelem, který je majitelem daného obchodu Farmářské obchody jsou tak jasným důkazem toho, že definici jednotlivých APS musíme přizpůsobit podmínkám dané země (Syrovátková, 2016).

6.3 Bedýnková schémata

Rozvoj bedýnkových schémat u nás velmi úzce souvisí s rozvojem farmářských trhů. První bedýnky začaly být distribuovány farmáři v rámci farmářských trhů v Praze v roce 2011. Dodavatel nabízí různé hmotnostní velikosti bedýnek (z ČR většinou od 3 do 10 kg) plných sezónní zeleniny, případně ovoce. Bedýnky by měly být vyrobeny z recyklovatelného materiálu, jako jsou dřevo, papír, karton. Mohou být využity i plastové bedýnky, pokud jsou používány opakovaně. Bedýnky mohou být nahrazeny i taškami. Pro ty platí ale stejná pravidla. Dodavatel poté doručí bedýnku přímo na adresu spotřebitele nebo na předem určené místo. Dodávky probíhají v předem stanovených intervalech (Spilková, 2016).

Tato schémata s sebou nesou i řadu pozitiv pro zemědělce. Jedním z největších je přímá kontrola nad svým odbytem, protože se na prodeji nepodílí další zprostředkovatelé. Přímá kontrola také umožňuje větší kontakt se zákazníky. Zemědělec má tak dohled i nad kvalitou svých produktů. Dalším benefitem je pěstování velké škály zeleniny, pěstitel tím může předejít finanční ztrátě, kterou by mohlo způsobit omezené množství pěstovaných plodin. Široká škála plodin a střídání jejich pěstování na různých částech obhospodařované půdy má také pozitivní vliv na úrodnost půdy, kontrolu plevelů a škůdců a celkovou biodiverzitu hospodářství. Dále je sem řazeno experimentování s pěstováním nových plodin, využití veškeré produkce a snížení odpadu (některé produkty by neprošly přísnými kritérii maloobchodních řetězců). Dalším velkým bonusem je finanční jistota a s tím spojená finanční stabilita. Dodavatelé také oceňují jednoduchý marketing (Václavík, 2008).

Bedýnková schémata mají pro zemědělce ale i nevýhody. Zemědělci musí mít povědomí o pěstování velkého množství plodin. Rozmanitost bedýnek také vyžaduje dobré plánování a pečlivé řízení. To je spojeno i s potřebou dobrých skladovacích a balících prostor. Dodavatelé se také musí umět dobře vypořádat s nárazovými přebytky. Další velkou nevýhodou je, že mají omezenou možnost využití úspor z rozsahu, protože se vztahují především na zemědělce pěstující pouze několika plodin na velké ploše. (Václavík, 2008).

6.4 Komunitou podporované zemědělství (KPZ)

Za KPZ můžeme označit iniciativu, která se opírá o partnerství mezi producentem a spotřebitelem a je formálně stvrzená smlouvou (Pařízková, 2013). Obě skupiny spolu tedy sdílí rizika a odpovědnost produkce (Valeška et al., 2016).

V praxi poté funguje tak, že spotřebitel zaplatí za odběr sezónních produktů farmáři hromadně předem a poskytne mu tak i počáteční kapitál (Pařízková, 2013). Potraviny během sezóny pak odebírá v pravidelných intervalech na předem určeném místě. Producent se naopak zavazuje k tomu, že musí potraviny „pěstovat, zpracovávat a dodávat“ (Spilková, 2016, s. 92). Všechny výše uvedené povinnosti obou zapojených stran pak představují pro farmáře jistotu odbytu produktů, stálost zákazníků, a také jistotu peněžního příjmu (Pařízková, 2013).

V této formě APS se spotřebitelé také často sami angažují a vzniká tak komunita, která se se zapojuje do segmentu produkce potravinového řetězce. (Spilková, 2016). Někdy spotřebitelé svou účastí na KPZ odpracují svůj podíl, nebo alespoň jeho část, které by jinak museli zaplatit (Spilková, 2016). Podle míry zapojení spotřebitelů dělí Pařízková (2013) KPZ na:

1) **Skupina odběratelů napojená na existující statek**: Spotřebitelé se zkontaktují s farmářem, se kterým následně sdílí rizika a výnosy.
2) **Komunitní statek**: Skupina obyvatel zřídí a provozuje vlastní hospodářství. O náklady na produkci se starají sami, případně si najímají farmáře.

3) **Zemědělské družstvo**: Více hospodářů společně dodává stejným spotřebitelům. Může tak dojít ke specializaci farem a dodávky širšího množství produktů.
4) **Zemědělsko-spotřebitelské družstvo**: Funguje na podobném principu jako zemědělské družstvo, je do něj ale více zapojen samotný spotřebitel, který může být například spoluvlastníkem půdy.
5) **Biokluby:** Jedná se o organizované nebo neoficiální sdružení spotřebitelů, které nakupuje od farmářů lokální potraviny.

Projekty KPZ mohou mít různou velikost, od úzké skupiny osob až po stovky, případně tisíce členů. Nejčastěji se setkáváme s desítkami členů. Každé KPZ má pak v počátku koordinátora, který je seznámen s komplikacemi, které mohou nastat (Spilková, 2016).

I přesto, že má u nás zemědělství velkou tradici a více jak polovina naší půdy slouží zemědělským účelům, patří u nás tato forma APS k těm nejméně rozvinutým. (Spilková, 2016). První KPZ u nás byla založena v roce 2009, nese název Toulcův dvůr a nachází v Hostivaři (Valeška et al., 2016). Nejvíce informacích o různých KPZ na našem území najdeme na KPZinfo (*KPZinfo | místní jídlo bez kompromisů*, b.r.). I tato databáze ovšem nezaznamenává všechny KPZ.

6.5 Komunitní zahrady

Za komunitní zahradu považujeme plochu, která je spravována členy místní komunity (Pokorná, 2020) a slouží k pěstování potravin, případně květin (Spilková, 2016) na individuálních nebo komunitních záhonech. Jak už z uvedené definice vyplívá, nejde zde primárně jen o pěstování, ale také budování komunity (Pokorná, 2020). Tím se značně odlišují od typicky českých konceptů, kterými jsou soukromé zahrady u rodinných domů nebo také zahrádkářské kolonie spravované zahrádkářským svazem (Spilková, 2016). Pokorná (2020) je dle funkce dělí na čtyři základní typy: volnočasová, produkční, léčebně-terapeutická a výchovně-nápravná. U většiny zahrad se tyto funkce prolínají.

7 Metody zpracování

Praktická část bakalářské práce vychází především z dotazníkového šetření, zaměřeného na uživatele APS v Olomouci, a jeho následného vyhodnocení pomocí metod deskriptivní statistiky.

Samotné dotazníkové šetření bylo realizováno v dubnu 2023 a probíhalo ve dvou fázích. První fáze byla realizována online. Té předcházelo pilotní testování dotazníků, které mělo za cíl ověřit jeho funkčnost, zabezpečit srozumitelnost otázek a odstranit případné chyby. Při tomto testování byla také ověřena délka vyplňování tohoto dotazníku, která se vešla do pěti minut. Dotazník byl určen pro obyvatele Olomouce starší 18 let, kteří využívají alespoň jednu z APS (farmářské trhy, farmářské obchody, bedýnky nebo komunitní zahrady) obsahoval 14 otázek (příloha č.1) a byl rozdělen do dvou částí. V první části se vyskytovaly otázky otevřené a polootevřené, které byly za měřeny na APS. Druhá část se skládala z otázek uzavřených a byla zaměřena na základní demografické charakteristiky uživatelů. Distribuce dotazníku pak probíhala online, především na sociálních sítích. Aby byla pokryta celá síť uživatelů APS v Olomouci, byli osloveni také samotní producenti, kteří následně sdíleli tento dotazník na svých stránkách. I přes sdílení byla odezva poměrně malá a byly proto kontaktovány další stránky a skupiny, které se zabývají ekologickými aktivitami v Olomouci (Ostrov pro rodinu, Sluňákov).

V první fázi se podařilo získat 107 dotazníků, jednalo se však o 104 žen a pouze 3 muže. S ohledem na reprezentativnost vzorku pak byla provedena i druhá fáze dotazníkového šetření, která už probíhala v terénu. Dotazníkové šetření tak bylo v druhé fázi doplněno o 31 platných dotazníků, které byly většinou vyplňovány samotnými respondenty, aby se forma podobala co nejvíce online dotazníku, kdy není možná asistence tazatele. V pár případech respondent požádal alespoň o předčítání otázek a odpovědí. Tento sběr dat probíhal na olomoucké tržnici a byli oslovováni především muži.

Celkem se povedlo získat 138 zodpovězených dotazníků. Jedná se tedy o primární data (získaná dotazníkovým šetřením). Pro další výpočty bylo potřeba převést data do digitální podoby, aby mohli být následně podrobeny analýze v programu Microsoft

Excel. Nejprve byla provedena jejich kontrola, při které bylo zjištěno, že 20 ze 138 respondentů uvedlo, že nevyužívají ani jednu z APS, a neodpovídali tak jednomu z hlavních kritérií, že jsou uživateli APS zadaném v hlavičce dotazníku.

K vyhodnocení dat byly použity především metody četnosti výskytu jednotlivých prvků a následně provedena komparace těchto četností, tak aby odpovídali na stanové výzkumné otázky a případně určovaly další důležité vztahy mezi proměnnými. U otevřených otázek (lokace navštěvovaných APS) vyhodnocení předcházelo i rozčlenění míst do zastřešujících kategorií. Výsledky jsou v práci dále prezentovány prostřednictvím grafů a tabulek v následující kapitole.

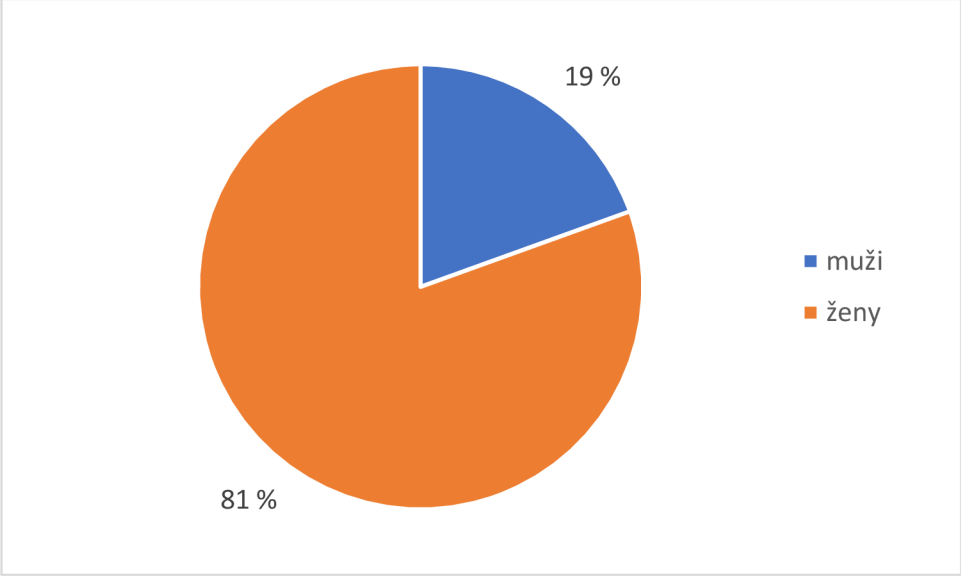
Pro naplnění dílčího cíle práce byly vyhledávány APS v Olomouci, které byly následně kategorizovány a jejich lokace přenesena do interaktivní mapy v prostředí Google My Maps. Kategorizace a výčet jednotlivých APS jsou dále představeny ve výsledcích práce.

8 Analýza a výsledky dotazníkového šetření

Kapitola se zaměřuje na prezentaci výsledků dotazníkového šetření. Cílem každé podkapitoly je odpovědět na výzkumné otázky a blíže představit některé další charakteristiky uživatelů a jednotlivých APS. Součástí jednotlivých podkapitol jsou také grafy a tabulky, které slouží k lepšímu pochopení dané problematiky.

8.1 Vzorek respondentů

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 118 respondentů z toho 81 % žen a 19 % mužů (Obr. 1). V tabulce 1 pak můžeme vidět rozvrstvení jednotlivých kategorií podle věku. Nejvíce zastoupenou skupinou byly ženy a muži ve věku 30-39 let. Jejich podíl na celkovém počtu respondentů činil 36,4 %.



Obr. 1 Podíl počtu mužů a žen
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Tab. 1 Podíl respondentů dle pohlaví a věkových kategorií

		Muži		Ženy		Respondenti celkem	
		Absolutní četnosti	*Relativní četnosti (%)*	*Absolutní četnosti*	*Relativní četnosti (%)*	*Absolutní četnosti*	*Relativní četnosti (%)*
Věk	**18-29**	4	17,4	28	29,5	32	27,1
	30-39	8	34,8	35	36,8	43	36,4
	40-49	4	17,4	11	11,6	15	12,7
	50-59	2	8,7	12	12,6	14	11,9
	60-69	3	13	6	6,3	9	7,6
	70 a více	2	8,7	3	3,2	5	4,2
	Celkem	23	100,0	95	100,0	118	100,0

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Jak je patrné z tabulky 2, dotazníkového šetření se zúčastnilo 63,6 % procent respondentů s vysokoškolským vzděláním. Další nejzastoupenější skupinu tvořili respondenti s dokončeným středoškolským vzděláním s maturitou. U mužů si můžeme také všimnout většího podílu respondentů se středoškolským vzděláním bez maturity.

Tab. 2 Struktura respondentů podle nejvyššího dokončeného vzdělání

		Muži		Ženy		Respondenti celkem	
		Absolutní četnosti	*Relativní četnosti (%)*	*Absolutní četnosti*	*Relativní četnosti (%)*	*Absolutní četnost*	*Relativní četnosti (%)*
Vzdělání	**ZŠ a bez vzdělání**	0	0,0	1	1,1	1	0,8
	SŠ bez maturity	2	8,7	1	1,1	3	2,5
	SŠ s maturitou	5	21,7	34	35,8	39	33,1
	Vysoká škola	16	69,6	59	62,1	75	63,6
	Celkem	23	100,0	95	100,0	118	100,0

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Z hlediska socioekonomického statusu byla u mužů nejvíce zastoupena skupina zaměstnaných (78,3 %), totéž platilo i u žen (57,9 %). Druhou nejzastoupenější kategorií žen byly ty, které jsou v současnosti na mateřské dovolené. U mužů pak dále převládali důchodci (13 %). U žen to byly naopak studující (12,6 %) (Tab. 3).

Tab. 3 Struktura uživatelů APS dle příslušnosti k socioekonomickému statusu

		Muži		Ženy		Respondenti celkem	
		Absolutní četnosti	*Relativní četnosti (%)*	*Absolutní četnosti*	*Relativní četnosti (%)*	*Absolutní četnosti*	*Relativní četnosti (%)*
Socioekonomický status	**Studuji**	1	4,3	12	12,6	13	11,0
	Jsem na mateřské dovolené	0	0,0	21	22,1	21	17,8
	Jsem zaměstnaný/á	18	78,3	55	57,9	73	61,9
	Jsem nezaměstnaný/á	1	4,3	1	1,1	2	1,7
	Jsem v důchodu	3	13,0	6	6,3	9	7,6
	Celkový součet	23	100,0	95	100,0	118	100,0

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Zkusíme-li najít další souvislosti mezi demografickými charakteristikami a užitím jednotlivých APS (Tab. 4), zjistíme že farmářské trhy využívají nejvíce studenti (45 %). Naopak farmářské obchody a komunitní zahrady ženy na mateřské dovolené (48,6 %). Oba respondenti, kteří odpověděli, že jsou nezaměstnaní, jsou zároveň uživateli bedýnkových schémat. Z důvodu nedostatečného zastoupení některých skupin respondentů, v tomto případně například nezaměstnaných, z toho nejde dělat finální závěry.

Tab. 4 Využití APS dle socioekonomického statusu respondentů

			Socioekonomický status					
			Studuji	**Jsem na mateřské dovolené**	**Jsem zaměstnaný/á**	**Jsem nezaměstnaný/á**	**Jsem v důchodu**	**Celkem**
Typ APS	**Farmářské trhy**	*Absolutní četnosti*	9	15	54	2	8	88
		Relativní četnosti (%)	45,0	40,5	43,2	40,0	57,1	43,8
	Farmářské obchody	*Absolutní četnosti*	8	18	54	2	6	88
		Relativní četnosti (%)	40,0	48,6	43,2	40,0	42,9	43,8
	Bedýnková schémata	*Absolutní četnosti*	3	3	14	1	0	21
		Relativní četnosti (%)	15,0	8,1	11,2	20,0	0,0	10,4
	Komunitní zahrada	*Absolutní četnosti*	0	1	3	0	0	4
		Relativní četnosti (%)	0,0	2,7	2,4	0,0	0,0	2,0
	Celkem	*Absolutní četnosti*	20	37	125	5	14	201

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Z hlediska věkové struktury v tabulce 5 nakupuje nejvíce na farmářských trzích věková kategorie 60-69 let. U farmářských obchodů je to pak věková kategorie 50-59 let. Nejvíce uživatelů bedýnkových schémat zastupuje kategorie 50-59 let.

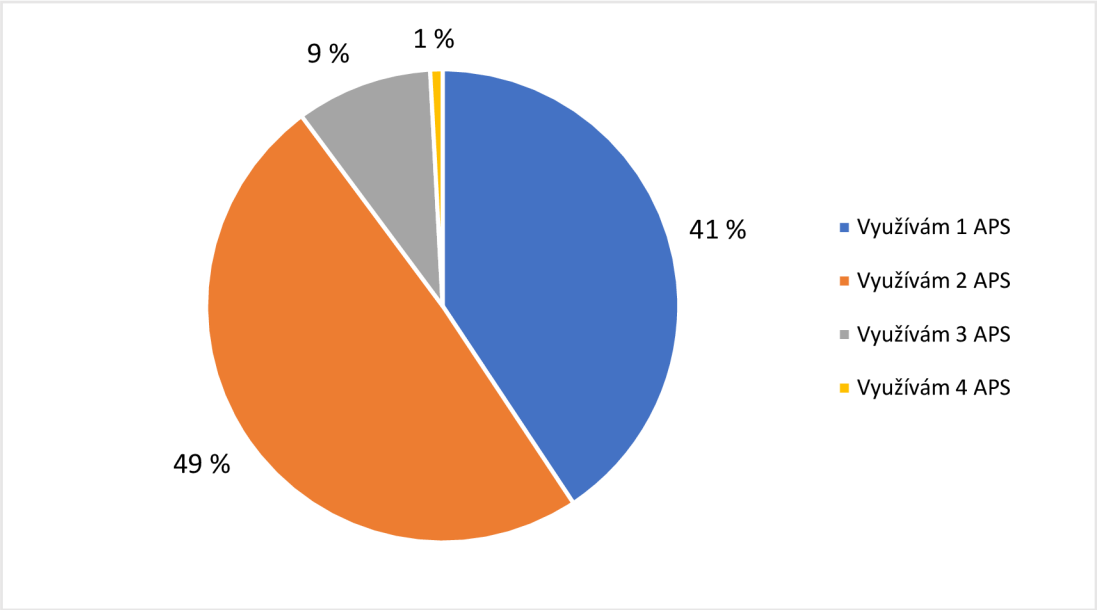
Tab. 5 Užití jednotlivých APS dle věkových kategorií respondentů

			Věk						
			18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70 a více	Celkem
Typ APS	Farmářské trhy	*Absolutní četnosti*	23	30	12	11	8	4	88
		Relativní četnosti (%)	46,9	36,6	48,0	45,8	61,5	50,0	43,8
	Farmářské obchody	*Absolutní četnosti*	20	37	10	12	5	8	88
		Relativní četnosti (%)	40,8	45,1	40,0	50,0	38,5	9,1	43,8
	Bedýnková schémata	*Absolutní četnosti*	6	12	2	1	0	0	21
		Relativní četnosti (%)	12,2	14,6	8,0	4,2	0,0	0,0	10,4
	Komunitní zahrady	*Absolutní četnosti*	0	3	1	0	0	0	4
		Relativní četnosti (%)	0,0	3,7	4,0	0,0	0,0	0,0	2,0
	Celkem	*Absolutní četnosti*	49	82	25	24	13	12	201

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

8.2 Využití jednotlivých APS v Olomouci

Využití jednotlivých APS v Olomouci bylo první důležitou otázkou. Respondentů, kteří užívají tyto sítě se zúčastnilo dotazníkového šetření 118, nejvíce respondentů (49,2 %) využívá 2 APS (Obr. 2).



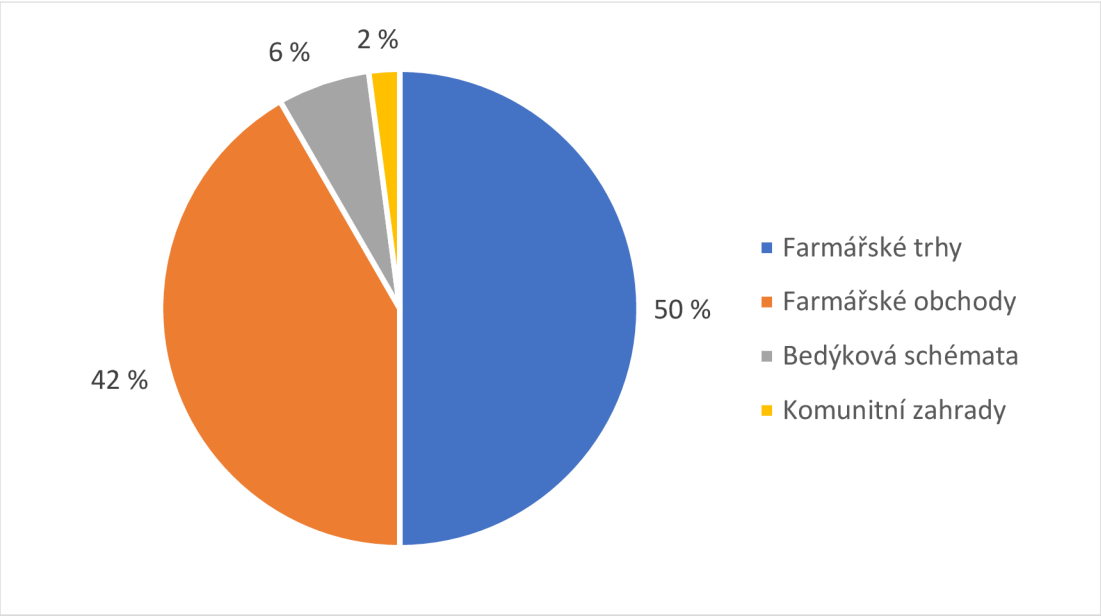
Obr. 2 Podíly uživatelů jednotlivých APS
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Jak je patrné z Tabulky 6, je tento trend stejný jak u žen (39 %), tak u mužů (10,2 %). Druhým nejzastoupenějším počtem je pouze jedna APS, nejvyšší podíl platí také pro obě pohlaví. Tito uživatelé nejvíce využívají farmářské trhy (Obr. 3)

Tab. 6 Podíly respondentů podle počtu užívaných APS

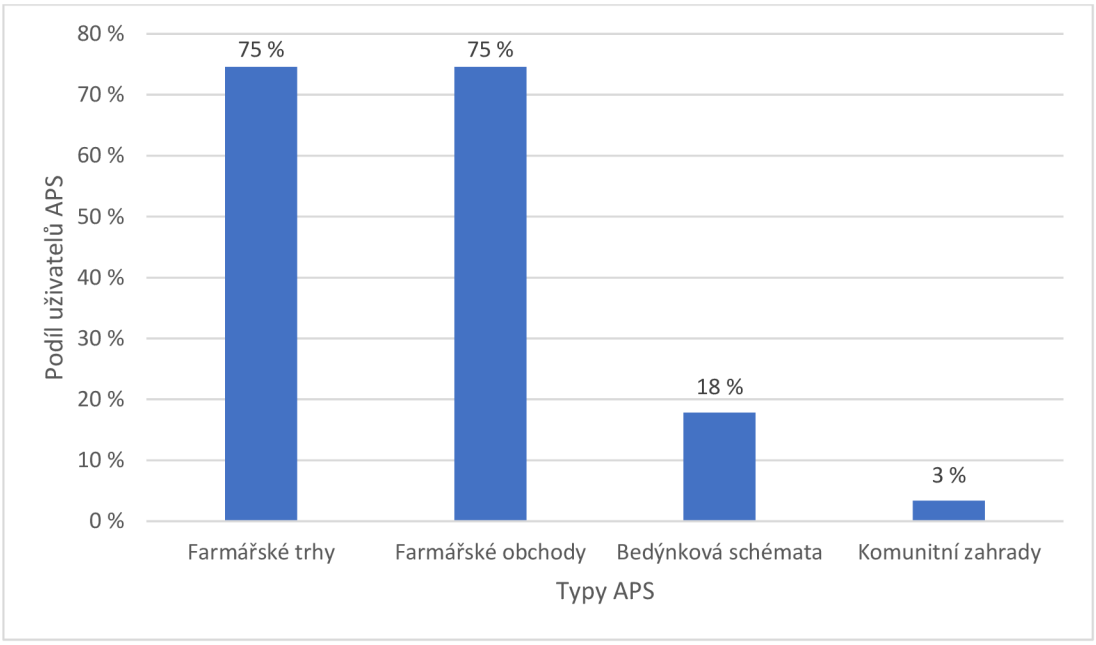
Počet využívaných APS	Pohlaví	Absolutní hodnoty	Relativní hodnoty (%)
1 APS	Ženy	38	32,2
	Muži	10	8,5
2 APS	Ženy	46	39,0
	Muži	12	10,2
3 APS	Ženy	10	8,5
	Muži	1	0,8
4 APS	Ženy	1	0,8
	Muži	0	0
Uživatelů APS celkem		118	100,0

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování



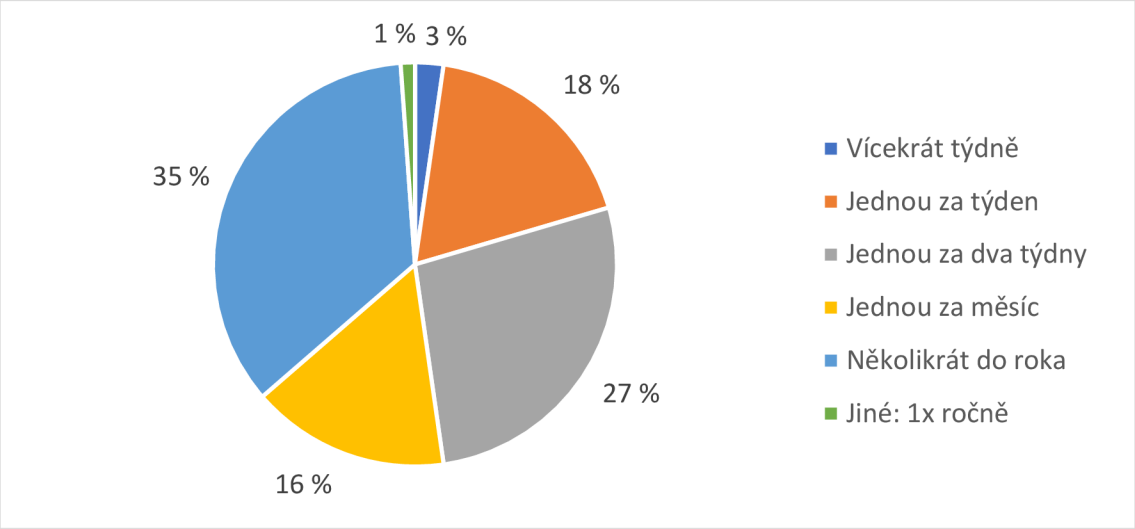
Obr. 3 Podíly nakupujících pouze v 1 APS
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Nejvíce využívanými typy APS v Olomouci jsou farmářské trhy a farmářské obchody (Obr. 4), přičemž 52,5 % ze všech respondentů užívá obě z těchto sítí.



Obr. 4 Využití jednotlivých APS v Olomouci v dubnu 2023
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Více než polovina oslovených respondentů zde nakupuje minimálně jednou měsíčně (Obr. 5). Nejvíce nakupovaným zbožím je jednoznačně ovoce a zelenina. Jelikož dotazníkové šetření probíhalo na jaře, objevuje se zde často také nákup sazenic a květin (Tab. 7).



Obr. 5 Podíly návštěvnosti farmářských trhů v Olomouci v dubnu 2023
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Tab. 7 Zboží nakupované respondenty na farmářských trzích v Olomouci

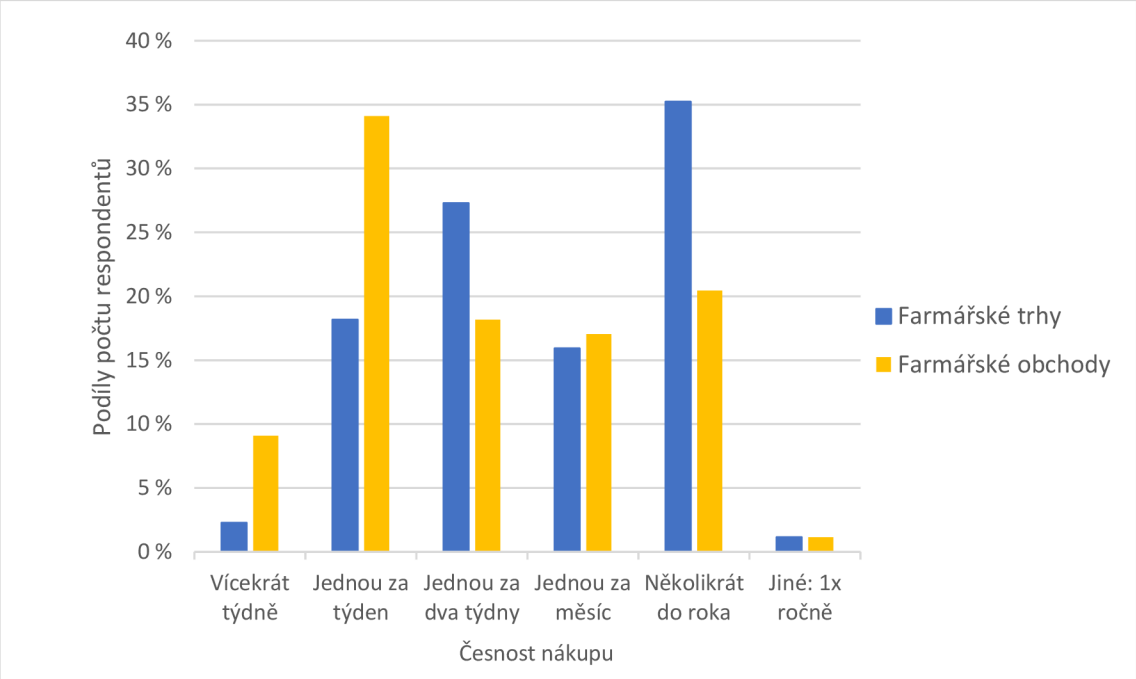
Nakupované zboží	Absolutní počet nakupujících	Relativní počet nakupujících (%)
Ovoce a zelenina	85	96,6
Mléčné výrobky	27	30,7
Maso	26	29,5
Pečivo	23	26,1
Květiny	8	9,1
Sazenice	6	6,8
Bylinky	3	3,4
Jiné	3	3,4
Celkem nakupujících na farmářských trzích		**88**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Většina olomouckých uživatelů farmářských trhů uvádí jako nejčastější místo nákupu *olomouckou tržnici*. Jedenáct uživatelů zmiňuje také *Šantovské trhy*. Často se zde objevují odpovědi týkající se nákupu na *náměstí* a *Floře Olomouc*. Nikde ale není dohledatelné, jestli se tyto trhy stále konají. Uživatelé o tom nemusí být dosud

informováni, protože teprve začíná hlavní prodejní sezóna. Kromě toho je v odpovědích zmíněn i tzv. prodej z pole projektu *ZE-ZA-HRÁTKY* a prodej ze dvora *Mezi poli*. Jednou z odpovědí byl i *Scuk.cz*. Jedná se o internetový farmářský trh. Zákazník si zde může nakoupit z široké nabídky produktů od lokálních farmářů a výrobců. Poté co si nákup objedná, vyzvedne si ho na odběrném místě nebo mu ho přivezou domů (*Scuk.cz - Nejen jídlo spojuje*, b.r.).

U farmářských obchodů jsou některé trendy mírně odlišné. Nejvýraznější změnu můžeme spatřit u četnosti nákupů, protože největší podíl respondentů nakupuje ve farmářských obchodech jednou týdně (Obr. 6). Další změnu můžeme vidět i v nakupovaném zboží. V porovnání s farmářskými trhy zde byly nejprodávanějším zbožím mléčné výrobky a až poté ovoce a zelenina. Mnohem větší odbyt zde mělo i pečivo (Tab. 8). Mezi nejvíce navštěvované obchody patří *Grunt Vlkovi, Sklizeno* a *To pravé z Hané.* Někteří respondenti zde z důvodu neznalosti terminologie uváděly i zdravé výživy. V nich bohužel není zaručena lokálnost produktů a jsou považovaný za předchůdce samotných farmářských obchodů (Spilková, 2016).



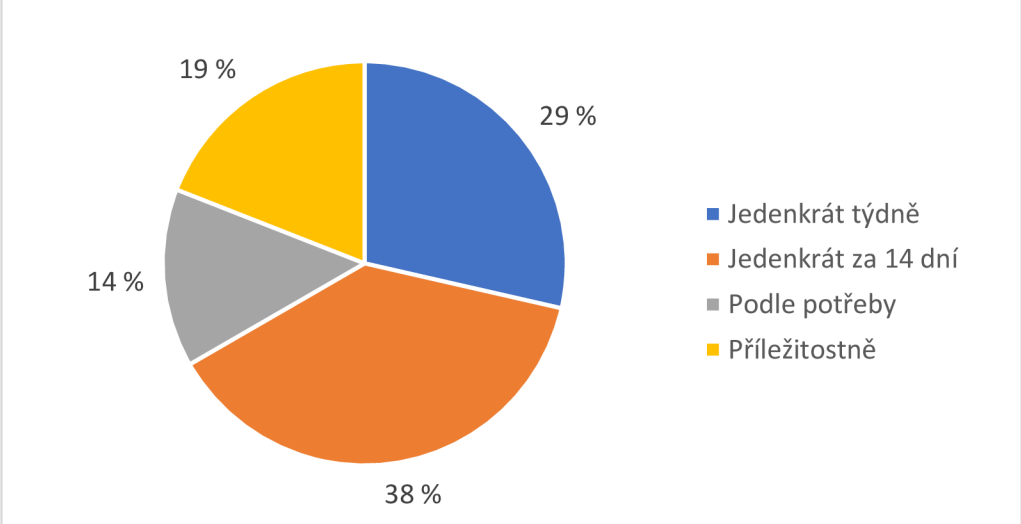
Obr. 6 Četnost nákupu ve farmářských obchodech v Olomouci v dubnu 2023
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Tab. 8 Zboží nakupované respondenty ve farmářských obchodech v Olomouci

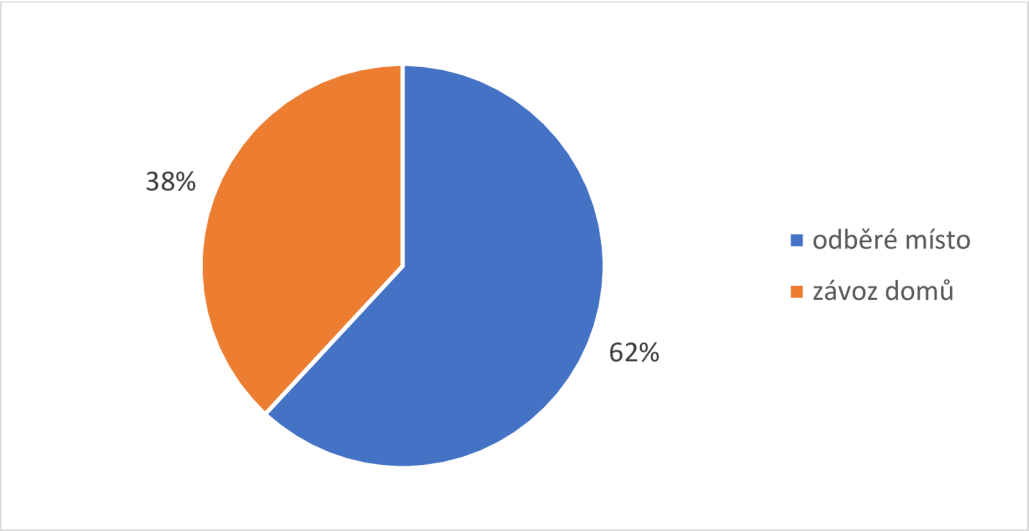
Nakupované zboží	Absolutní četnost nakupujících	Relativní četnost nakupujících (%)
Mléčné výrobky	65	73,9
Ovoce a zelenina	61	69,3
Pečivo	50	56,8
Maso	35	39,8
Pochutiny	8	9,1
Čaje	6	6,8
Obiloviny a luštěniny	3	3,4
Alkohol	2	2,3
Sirupy	2	2,3
Jiné	2	2,3
Celkem nakupujících na farmářských trzích		**88**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

V odpovědích se objevovala i bedýnková schémata (Obr. 4), i přestože se jedná o poměrně nový koncept. Nejvíce respondentů odebírá bedýnky od projektu *ZE-ZA-HRÁTKY*. Často se objevovaly také bedýnky z farmářského obchodu *Frutafarm* nebo *Zahradnictví Špinar*. Většina bedýnek bývá odebírána pravidelně, tj. jednou za týden nebo jednou za 14 dní (Obr. 7) na odběrném místě (Obr. 8). Objevila se zde ale také odpověď Lidl, která opět nespadá do této kategorie, protože se nejedná o klasický koncept bedýnkového schématu a nenabízí lokální potraviny. Můžeme ji považovat ale za jednu z cest udržitelnějšího nakupování. Bedýnky v Lidlu fungují na principu, že si zákazník koupí bedýnku s 3 kg ovoce a zeleninu, které je na hranici spotřeby a muselo by se jinak vyhodit.



Obr. 7 Relativní podíly četnosti odběru bedýnek
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)



Obr. 8 Podíly místa odběru bedýnek v Olomouci
(Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování)

Komunitní zahradu zvolili pouze 3 % respondentů (Obr. 4). Z toho pouze ve dvou případech se jednalo přímo o komunitní zahradu. Tito respondenti odpověděli, že jsou členy *Za()hrady*, která se nachází přímo v Olomouci. Další odpovědí byl *SouSad* (sousedský sad) v Droždíně, nedaleko Olomouce. Poslední odpovědí byly *Lazce/Hejčín*. Je možné, že respondent tím měl na mysli, že je součástí zahrádkářské kolonie, ty se ovšem neřadí do komunitních zahrad, protože spadají pod zahrádkářský svaz (Spilková, 2016).

8.3 Motivace k nákupu

Cílem bylo také zjistit, jakou mají uživatelé APS motivaci k nákupu v těchto sítích. Návštěvníci farmářských trhů v Olomouci uváděli jako nejčastější důvody preferenci lokálních potravin a podporu českého trhu (Tab. 9). Tyto důvody byly nejčastější motivací také pro nákup ve farmářských obchodech (Tab. 10) a odběru zeleninových bedýnek (Tab.11). U farmářských trhů se objevila ale také ve dvou případech odpověď, že je navštěvují kvůli specifické atmosféře.

Tab. 9 Důvody respondentů k nákupu na farmářských trzích

Důvody k nákupu	Absolutní počet odpovědí	Relativní počet důvodů (%)
Preferuji lokální potraviny	64	72,7
Chci podpořit český trh	58	65,9
Mám zájem o zdravé potraviny	41	46,6
Produkty mi více chutnají	38	43,2
Jiné	9	10,2
Celkem nakupujících na farmářských trzích		**88**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Tab. 10 Důvody respondentů k nákupu ve farmářských obchodech

Důvody k nákupu	Absolutní počet odpovědí	Relativní počet důvodů (%)
Chci podpořit český trh	63	71,6
Preferuji lokální potraviny	61	69,3
Mám zájem o zdravé potraviny	49	55,7
Produkty mi více chutnají	41	46,6
Jiné	8	9,1
Celkem nakupujících na farmářských trzích		**88**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Tab. 11 Důvody respondentů k odběru zeleninových bedýnek

Důvody odběru	Absolutní počet odpovědí	Relativní počet důvodů (%)
Preferuji lokální potraviny	16	76,2
Chci podpořit český trh	13	61,9
Mám zájem o zdravé potraviny	11	52,4
Produkty mi více chutnají	9	42,9
Jiné	1	4,8
Celkem nakupujících na farmářských trzích		**21**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Kromě těchto důvodů k nákupu byly také zkoumány důvody, proč respondenti některých APS nevyužívají. U farmářských trhů byl nejčastějším důvodem čas (Tab. 12). Může to být způsobeno například dobou, kdy se trhy konají. Na olomoucké tržnici se jedná o středu a sobotu od 7:00 do 12:00 (*Interactive, b.r.*). Ve středu tráví většina uživatelů APS v práci a o víkendu se může například vyskytovat mimo město. Další významným důvodem bylo, že nevědí, kde se trhy konají (Tab. 12).

Tab. 12 Důvody respondentů, proč nenakupují na farmářských trzích (FT)

Důvody, proč nenakupují na FT	Absolutní počet odpovědí	Relativní počet důvodů (%)
Nemám na ně čas	20	66,7
Nevím, kde se konají	9	30,0
Potraviny mi přijdou drahé	3	10,0
Jiné	5	16,7
Nevěřím tomu, že je kvalita produktů vyšší	3	10,0
Celkem nenakupujících na farmářských trzích		**30**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

U farmářských obchodů se nejčastěji objevovala odpověď, že respondenti neví, kde se tyto různé obchody nachází (Tab. 13). Dalšími nejčastějšími důvody, proč nenavštěvují farmářské obchody, byl dle tabulky 13 nedostatek času a vysoká cena zde nabízených potravin.

Tab. 13 Důvody respondentů, proč nenakupují ve farmářských obchodech (FO)

Důvody, proč nenakupují ve FO	Absolutní počet odpovědí	Relativní počet důvodů (%)
Nevím, kde se nachází	10	33,3
Nemám na ně čas	7	23,3
Potraviny mi přijdou drahé	6	20,0
Jiné	5	16,7
Nevěřím tomu, že je kvalita produktů vyšší	3	10,0
Celkem nenakupujících ve farmářských obchodech		**30**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

Jak můžeme vidět v tabulce 14, u bedýnkových schémat uvedlo nejvíce respondentů důvod, že nedokáží takové množství zeleniny spotřebovat. Reakcí na to může být i to, že letos začal projekt ZE-ZA-HRÁTKY nabízet bedýnky pro jednoho nebo dva lidi (*ZE-ZA-HRÁTKY | Bedýnky*, b.r.). Dalším nejčastějším důvodem bylo, že respondenti neví, kde se bedýnky objednávají. Několikrát se objevovala také odpověď, kdy měli respondenti s bedýnkami zkušenost, ale obsah jim nevyhovoval, raději si tedy koupí na trhu to, co opravdu potřebují; někteří také tvrdili, že neumí všechny typy zeleniny zpracovat a bedýnky tak plně nevyužijí.

Tab. 14 Důvody respondentů, proč neodebírají zeleninové bedýnky (ZB)

Důvody, proč neodebírají ZB	Absolutní četnosti důvodů	Relativní četnosti důvodů (%)
Nespotřebuji tolik zeleniny	24	24,7
Nevím, kde se objednávají	20	20,6
Jiné	19	19,6
Nemám na ně čas	14	14,4
Mám vlastní zeleninu	10	10,3
Potraviny mi přijdou drahé	8	8,2
Nevěřím tomu, že je kvalita produktů vyšší	2	2,1
Celkem nenakupujících ve farmářských obchodech		**97**

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023, vlastní zpracování

8.4 Interaktivní mapa

Dílčím cílem této práce bylo také vytvoření kategorizace a interaktivní mapy APS v Olomouci. Tomu předcházelo online vyhledávání jednotlivých APS. Ne všechny jsou ale dohledatelné na internetu, nebo nejsou informace o nich v současnosti aktuální. Například u farmářských trhů lze dohledat další dva, které se konaly v minulosti. Jedná se o Hanácký farmářský trh, který se konával na Horním náměstí, a Selský trh na výstavišti Flora Olomouc za pavilonem A ve Smetanových sadech. U Selských trhů došlo nejspíše pouze k přesunu na olomouckou tržnici, která od 1. února připadla právě do správy Flory Olomouc (*Interactive*, b.r.). U projektu ZE-ZA-HRÁTKY a KPZ Mezi poli se setkáme s prodejem zeleniny prostřednictvím bedýnek. U projektu ZE-ZA-HRÁTKY si předplatíme ale bedýnku o minimální váze 2 kg (*ZE-ZA-HRÁTKY | Bedýnky*, b.r.), zatímco u KPZ Mezi poli neseme zodpovědnost za úrodu spolu s farmářem (*Bedýnky | Mezi poli*, b.r.).

Na základě zjištěných informací, byla provedena rozčlenění těchto sítí do 5 kategorií: farmářské trhy, farmářské obchody, bedýnky, komunitou podporované zemědělství a komunitní zahrady, na které zaměřovalo i dotazníkové šetření. Poté byla vytvořená také mapová prezentace v prostředí My Google Maps (Příloha č. 2), kterou lze najít na webových stránkách APS Olomouc (apsol.webnode.cz).

Tab. 15 Kategorizace APS v Olomouci

Typ APS	Název APS
Farmářské trhy	Olomoucká tržnice
	Šantovské trhy
	Farmářské trhy v Ternu
Farmářské obchody	Grunt Vlkovi
	To pravé z Hané
	Sklizeno
	Frutafarm
	Scuk.cz
Bedýnková schémata	ZE-ZA-HRÁTKY
	Frutafarm
Komunitou podporované zemědělství	KPZ Mezi poli
Komunitní zahrady	Za()hrada

Zdroj: dotazníkové šetření, 2023; (*ZE-ZA-HRÁTKY | Bedýnky*, b.r.); (*Bedýnky | Mezi poli*, b.r.)

9 Diskuze

Výsledky analýzy dotazníkového šetření se nejvíce přibližují výzkumu věnovanému farmářským trhům v Praze na podzim roku 2010, na který následně navazoval také výzkum farmářských trhů mimo Prahu v létě 2012. (Spilková, 2016) Tento výzkum byl realizován Spilkovou a Syrovátkovou a jeho výsledky jsou blíže představeny v knize *Alternativní potravinové sítě: česká cesta* (Spilková, 2016). Dotazník zahrnoval otázky týkající se motivace k návštěvě trhů, četností návštěv, ale také otázky na bližší socioekonomické charakteristiky. Podobnost výzkumu se tak objevuje už ve stanovených výzkumných otázkách. Výzkumným vzorkem byli také uživatelé APS, v tomto případně pouze farmářských trhů. Další podobnosti najdeme u výzkumných otázek týkajících se právě důvodů a četnosti využití APS, ale také nakupovaného sortimentu (Spilková, 2016).

Z hlediska věkové struktury byly v tomto šetření nejvíce zastoupeny věkové skupiny okolo 30 let, stejně jako v případě naší provedené analýzy. Jednalo se rovněž nejčastěji o zaměstnané lidi s vysokoškolským vzděláním nebo se středoškolským vzděláním s maturitou. Jednou z nejčastějších motivací k nákupu byla v obou případech lokálnost produktů, ale také jejich kvalita. Spilková (2016) zde také uvádí výčet nejčastěji nakupovaných komodit, ve kterém můžeme též vidět podobnosti s naším výzkumem. U obou provedených šetření jednoznačně vítězí ovoce a zelenina. Zajímavostí ale je, že druhým nejkupovanějším sortimentem bylo na území maso, ryby a uzeniny, které se v našem případě nacházeli spíše na spodních příčkách. Jsou zde poměrně málo zastoupeny také květiny. To může být do určité míry ovlivněno sezónností, protože dotazníkové šetření v Praze bylo provedeno v podzimních měsících. V Olomouci naopak na jaře, kdy je obecně zájem o květiny a sazenice vyšší. U jiných komodit je ale situace podobná té farmářských trhů v Olomouci. Na rozdíl od této závěrečné práce se výzkum ale nezaměřuje na více druhů APS.

Jako motivace k návštěvě trhů je u Solanki & Inumula (2021) podobně jako v našem případě uvedena čerstvost, kvalita a výběr zboží, na rozdíl od našich podmínek ale není vyzdvihována i podpora místního trhu. Zajímavostí také je, že v případě Indie

tvoří většinu zákazníků muži. Charakteristika zákazníků tak může být nejspíše ovlivněna i kulturním kontextem. Kromě toho se výzkum zabývá také indickými kasty. Obecně platilo, že z čím vyšší kasty zákazník pocházel, tím více na trhu utratil peněz. Ačkoliv v našich podmínkách toto rozdělení neexistuje, můžeme v nich spatřovat jistou paralelu v tom, že farmářské trhy většinou využívají obyvatelé s vysokoškolským vzděláním a často tedy i s vyšším finančním příjmem. (Solanki & Inumula, 2021).

Motivací pro využití zeleninových bedýnek se pak věnovala Brown et al. (2009). V rámci dotazníkového šetření zjistila, že Angličany vedou k jejich užívání především altruistické důvody související s respektem k životnímu prostředí a také důvody spojené s podpory místní komunity. V komparaci s českými podmínkami jsou tyto důvody zcela odlišné, neboť u nás vítězila lokálnost potravin.

Jak je patrné z předešlé části, řada studií se věnuje především farmářským trhům. Je tedy těžký najít zdroje, které by se podrobněji věnovali všem zkoumaným APS. Za limity, které by mohly ovlivnit výsledky této práce bychom mohli považovat výzkumný vzorek populace, neboť primární data pochází většinou od žen s vysokoškolským vzděláním a není zde přibližně vyvážený poměr žen a můžu. Malé zastoupení některých skupin respondentů najdeme také u příslušnosti k socioekonomickému statusu a věku. Rozsáhlejší šetření s větším vzorkem respondentů, by tak mohlo přinést doplňující poznatky. Dalším limitem je sezónnost, která by mohla ovlivnit především nakupovaný sortiment. Pro zjištění vlivu tohoto faktoru by bylo vhodné realizovat šetření i v jiných měsících a poté výsledky komparovat. I přes výše zmíněné limity lze konstatovat, že práce přináší základní poznatky o využití těchto sítí a charakteristice jejich uživatelů.

10 Závěr

Bakalářská práce se zabývala alternativními potravinovými sítěmi (APS) v Olomouci. Hlavním cílem práce bylo analyzovat a kategorizovat APS, které se na území města nachází, a také uvést základní demografickou charakteristiku jejich uživatelů.

Samotné analýze předcházela rešerše sekundárních zdrojů souvisejících s touto problematikou, která poskytla základní teoretické východiska pro celou práci. V této části práce byli představeny historické souvislosti, zejména vývoj, charakteristika a vznik jednotlivých APS, jak v globálním měřítku, tak i v rámci České republiky. Konkrétně se jedná o farmářské trhy, farmářské obchody, bedýnková schémata, komunitou podporované zemědělství a komunitní zahrady.

Samotná analýza APS a demografická charakteristika jejich uživatelů vychází z dotazníkového šetření, ve kterém bylo osloveno 118 olomouckých uživatelů APS. Následně byla pomocí metod popisné statistiky provedena analýza těchto získaných dat.

V rámci této části práce byly zodpovězeny základní výzkumné otázky. Z odpovědí vyplývá, že uživatelé nejvíce nakupují na farmářských trzích (75 % respondentů) a ve farmářských obchodech (75 % respondentů). Nejméně jsou naopak využívány komunitní zahrady. Farmářské trhy nejvíce využívají studenti (45 % respondentů). Naopak farmářské obchody nejvíce využívají ženy na mateřské dovolené (48,6 % respondentů).

Důležitou otázkou byla také motivace spotřebitelů k využití APS. Nejčastějšími důvody k nákupu byly především preference lokálních potravin a podpora českého trhu. Kromě toho byly zjišťovány také důvody, proč některé APS nevyužívají. V tomto případě spotřebitelé často zmiňovali, že na ně nemají čas, anebo neví, kde se nachází. V případně zeleninových bedýnek 24,7 % uživatelů zmiňovalo důvod, že obsah celé bedýnky nespotřebují.

Z hlediska demografické charakteristiky bylo zjištěno, že spotřebitelé jsou nejčastěji ve věku 30-39 let (40,8 %) a dosahují většinou vysokoškolského vzdělání (63,6 %). Z hlediska socioekonomického statusu se řadí k zaměstnaným (61,9 %).

Na základně vyhledávání APS v Olomouci a získaných dat z dotazníku byla vytvořena kategorizace těchto sítí, na základně které byla vytvořena interaktivní mapa

(Příloha č.2) dostupná online na webových stránkách Alternativní potravinové sítě Olomouc (apsol.webnode.cz), a může tak sloužit i širší veřejnosti.

Práce se zaobírala poměrně širokým spektrem alternativních sítí. Pozornost by proto mohla být dále věnována více jednotlivým APS, a to více do hloubky. Další výzkum by mohl být také zaměřen na vliv sezónnosti v rámci užívání těchto sítí.

11 Summary

The bachelor thesis deals with alternative food networks (AFN) in Olomouc. The main aim of the thesis was to analyse and categorize the AFN located in the city of Olomouc, as well as to state the basic demographic characteristics of their users.

In the theoretical part of the thesis, historical contexts are presented, especially the development, characteristics and emergence of individual AFN, both globally and within the Czech Republic. Specifically, these include farmers' markets, farm shops, box schemes, community supported agriculture and community gardens.

The next part of the work is devoted to the analysis of data from the questionnaire survey, which was aimed directly at users of AFN Olomouc. The aim was to find out which networks are used the most and what are the demographic characteristics of their users. During the analysis, it was found that they do most of their shopping at farmers' markets and farm stores. Farmers markets are used the most by students. On the contrary, women on maternity leave use farm shops the most. Box systems and community gardens were used considerably less.

The motivation of consumers to use AFN was also an important issue. Preference for local food and support for the Czech market were the most common reasons for purchasing. In addition, the reasons why some do not use AFN are not used was investigated. In this case, consumers often mentioned that they do not have time for them or do not know where they are located. In the case of vegetable boxes, they often stated that they do not consume the contents of the entire box.

In terms of demographic characteristics, it was found that consumers are most often 30-39 years old and mostly university educated. From the point of view of socioeconomic profile, they are classified as employed. In conclusion, an online interactive map (apsol.webnode.cz) was created to present these individual networks in more detail and can thus serve the wider public.

12 Zdroje

Bedýnky | Mezi poli. (b.r.). Získáno 1. květen 2023, z https://mezipoli.cz/kpz/

Brown, E., Dury, S., & Holdsworth, M. (2009). Motivations of consumers that use local, organic fruit and vegetable box schemes in Central England and Southern France. *Appetite*, *53*(2), 183–188. https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.06.006

Corsi, A., Barbera, F., Dansero, E., & Peano, C. (Ed.). (2018). *Alternative Food Networks: An Interdisciplinary Assessment* (1st ed. 2018). Springer International Publishing : Imprint: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90409-2

Duram, L., & Oberholtzer, L. (2010). A geographic approach to place and natural resource use in local food systems. *Renewable Agriculture and Food Systems*, *25*(2), 99–108. https://doi.org/10.1017/S1742170510000104

Feenstra, G. W. (1997). Local food systems and sustainable communities. *American Journal of Alternative Agriculture*, *12*(1), 28–36. https://doi.org/10.1017/S0889189300007165

Fendrychová, M. L. (2015). *„Jiná“ geografie alternativních potravinových sítí: Farmářské trhy jako cestující concept*. https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/65488/140043174.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Forssell, S., & Lankoski, L. (2015). The sustainability promise of alternative food networks: An examination through “alternative” characteristics. *Agriculture and Human Values*, *32*(1), 63–75. https://doi.org/10.1007/s10460-014-9516-4

Goodman, D. (2013). *Alternative food networks: Knowledge, practice and politics*. Routledge.

Interactive, E. (b.r.). *Výstaviště Flora Olomouc, a. S.* Výstaviště Flora Olomouc, a. s. Získáno 5. květen 2023, z https://www.flora-ol.cz/mestska-trznice

Jarosz, L. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, *24*(3), 231–244. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2007.10.002

KPZinfo | místní jídlo bez kompromisů. (b.r.). Získáno 8. květen 2023, z https://kpzinfo.cz/

Pařízková, K. (2013). *Podporujme svého sedláka*. https://www.veronica.cz/soubory/kpz/pripadova_studie_KPZ.pdf

Pokorná, R. (2020). *Metodika zakládání komunitních zahrad*. Hlavní město Praha, Odbor ochrany prostředí MHMP. https://envis.praha.eu/publikace_zp/metodiky/metodikaMHMP_zakladaniKZ2020_web.pdf

Scuk.cz—Nejen jídlo spojuje. (b.r.). Scuk.cz. Získáno 8. květen 2023, z https://www.scuk.cz/

Solanki, S., & Inumula, K. M. (2021). Farmers Markets: An Analysis of the Determinants of Consumers Attitudes and Behavior. *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*, *11*(1), 63–70. https://doi.org/10.18488/journal.ajard.2021.111.63.70

Spilková, J. (2012). *Geografie maloobchodu a spotřeby: Věda o nakupování* (1. vyd). Univ. Karlova, Nakl. Karolinum.

Spilková, J. (2016). *Alternativní potravinové sítě: Česká cesta*. Univ. Karlova, Nakl. Karolinum. https://go.openathens.net/redirector/umoncton.ca?url=https%3A%2F%2Fsearch.ebscohost.com%2Flogin.aspx%3Fdirect%3Dtrue%26scope%3Dsite%26db%3Dnlebk%26AN%3D1467686

Spilková, J., & Perlín, R. (2013). Farmers' markets in Czechia: Risks and possibilities. *Journal of Rural Studies*, *32*, 220–229. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2013.07.001

Syrovátková, M. M. (2016). *Alternativní potravinové sítě v postkomunistickém kontextu: Farmářské trhy a farmářské obchody v Česku*.

Václavík, T. (2008). *Jak úspěšně vytvořit a provozovat systém „biobedýnek“*.

Valeška, J., Tichý, M., & Kotěra, J. (2016). *Komunitou podporované zemědělství v Evropě* (1. vydání). Ekumenická akademie.

Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E., & Tuomainen, H. (2006). Researching European 'alternative' food networks: Some methodological considerations. *Area*, *38*(3), 248–258. https://doi.org/10.1111/j.1475-4762.2006.00694.x

ZE-ZA-HRÁTKY | Bedýnky. (b.r.). Získáno 1. květen 2023, z http://www.zezahratky.cz/cz/bedynky.php

13 Seznam příloh

Příloha č. 1 Dotazník

Příloha č. 2 Ukázka interaktivní mapy APS Olomouc

Příloha č. 1 Dotazník

Dobrý den,

jsem studentkou Přírodovědecké fakulty **Univerzity Palackého v Olomouci** a chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku, který je součástí praktické části mojí bakalářské práce zaměřené na **Alternativní potravinové sítě v Olomouci**. Dotazník je zcela anonymní. Na základě výsledků budou odvozené obecné závěry. Dotazník je určen obyvatelům Olomouce ve věku od 18 let, kteří využívají alternativní potravinové sítě, jako jsou například farmářské trhy, farmářské obchody, zeleninové a ovocné bedýnky nebo komunitní zahrady. Vyplnění dotazníku by Vám nemělo trvat déle než 5 minut.

Předem moc děkuji za spolupráci.

Simona Kazíková, Katedra Geografie, Přf UP Olomouc

---

1) Navštěvujete v Olomouci farmářské trhy?

☐ **Ano, kde:** _____

1.a) Jak často navštěvujete farmářské trhy?

a) Vícekrát týdně
b) Jednou za týden
c) Jednou za dva týdny
d) Jednou za měsíc
e) Několikrát do roka
f) Jiné – jak často: _____

☐ **Ne**

1.b) Z jakých důvodů nenavštěvujete farmářské trhy?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Potraviny mi přijdou drahé
b) Nevím, kde se konají
c) Nemám na ně čas
d) Nevěřím tomu, že je kvalita produktů vyšší
e) Jiné – jaké: _____

2) Z jakých důvodů nakupujete na farmářských trzích?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Preferuji lokální potraviny
b) Produkty mi více chutnají
c) Mám zájem o zdravé potraviny
d) Chci podpořit český trh
e) Jiné – jaké: _____

3) Které produkty nakupujete na farmářských trzích nejčastěji?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Ovoce a zelenina
b) Maso
c) Mléčné výrobky
d) Pečivo
e) Jiné – jaké: _____

4) Nakupujete v Olomouci ve farmářských obchodech?

☐ **Ano, kde:** _____

4.a) Jak často navštěvujete farmářské obchody?

a) Vícekrát týdně
b) Jednou za týden
c) Jednou za dva týdny
d) Jednou za měsíc
e) Několikrát do roka
f) Jiné – jak často: _____

☐ **Ne**

4.b) Z jakých důvodů nenakupujete ve farmářských obchodech?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Potraviny mi přijdou drahé
b) Nevím, kde se nachází
c) Nemám na ně čas
d) Nevěřím tomu, že je kvalita produktů vyšší
e) Jiné – jaké: _____

5) Z jakých důvodů nakupujete ve farmářských obchodech?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Preferuji lokální potraviny
b) Produkty mi více chutnají
c) Mám zájem o zdravé potraviny
d) Chci podpořit český trh
e) Jiné – jaké: .....

6) Které produkty nakupujete nejčastěji?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Ovoce a zelenina
b) Maso
c) Mléčné výrobky
d) Pečivo
e) Jiné – jaké: _____

7) Odebíráte zeleninové a ovocné bedýnky?

☐ **Ano, dodavatel:** _____

7.a) Jak často odebíráte bedýnky během hlavní sezóny (od května do listopadu)**?**

a) Jedenkrát týdně
b) Jedenkrát za 14 dní
c) Jiné – jak často: _____

☐ **Ne**

7.b) Z jakých důvodů neodebíráte zeleninové a ovocné bedýnky?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Potraviny mi přijdou drahé
b) Nevím, kde se objednávají
c) Nemám na ně čas
d) Nevěřím tomu, že je kvalita produktů vyšší
e) Jiné – jaké: _____

8) Z jakých důvodů odebíráte bedýnky?
(můžete zvolit více odpovědí)

a) Preferuji lokální potraviny
b) Produkty mi více chutnají
c) Mám zájem o zdravé potraviny
d) Chci podpořit český trh
e) Jiné – jaké: _____

9) Bedýnky:

a) Si vyzvedávám na odběrném místě
b) Si nechávám dovézt domů

10) Jste členem komunitní zahrádky?

a) Ano, kde: _____
b) Ne

11) Nejvyšší dosažené vzdělání

a) Základní škola
b) Střední škola bez maturity
c) Střední škola s maturitou
d) Vyšší odborná škola
e) Vysoká škola

12) V současnosti
(vyberte jednu možnost, se kterou se nejvíce ztotožňujete)

a) Studuji
b) Jsem zaměstnaný/á
c) Jsem nezaměstnaný/á
d) Jsem na mateřské dovolené
e) Jsem v důchodu

13) Pohlaví

a) Muž
b) Žena

14) Věk

a) 18-29
b) 30-39
c) 40-49
d) 50-59
e) 60-69
f) 70 a více

Příloha č. 2 Ukázka interaktivní mapy APS Olomouc

APS Olomouc

Farmářské trhy

- Olomoucká tržnice
- Šantovské trhy

Farmářské obchody

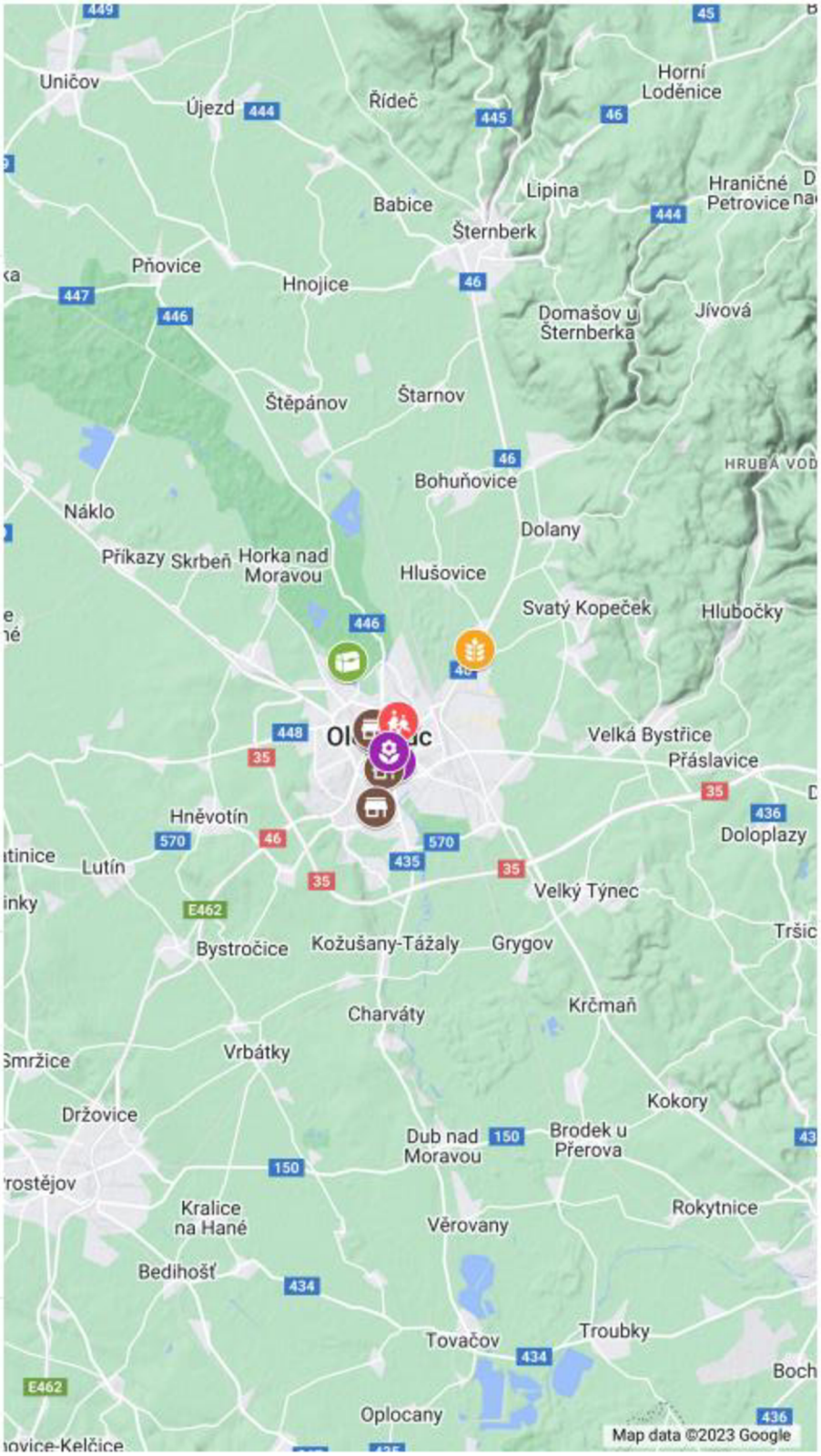
- Grunt Vlkovi
- To pravé z Hané
- Sklizeno
- Frutafarm
- Scuk

Bedýnková schémata

- Ze-za-hrátky

Komunitou podporované zemědělství (KPZ)

- Mezi poli

Komunitní zahrady

- Za()hrada