

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE
PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA



Spotřebitelská poptávka a trh biopotravin

Lenka Šimonová

Vedoucí diplomové práce:

Doc. Ing. PhDr. Karel Šrédl, CSc.

Čestné prohlášení

P r o h l a š u j i ,

že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně, pouze za odborné účasti a odborného vedení vedoucího diplomové práce. Dále prohlašuji, že veškeré podklady a materiály, z nichž jsem čerpala při zpracování diplomové práce, jsem uvedla v seznamu použité literatury.

XII. listopadu 2008

Poděkování

Chtěla bych především poděkovat panu doc. Ing. PhDr. Karlu Šrédlovi, CSc. za odbornou pomoc, ochotu a trpělivost prokázanou při zpracování mé diplomové práce.

Dále bych ráda poděkovala panu Jaroslavu Košťálovi ze společnosti TNS Aisa za odbornou radu při sestavování a vyhodnocování dotazníků a také mým blízkým, kteří se mnou měli velkou trpělivost.

**Spotřebitelská poptávka a trh
biopotravin**

**Consumer demand and ecological
foods market**

SOUHRN

Tato diplomová práce je napsána na téma „Spotřebitelská poptávka a trh biopotravin“. První část práce je teoretická, popisuje vývoj ekologického zemědělství, základní vlastnosti biopotravin a stav současné nabídky a poptávky po biopotravinách v ČR. Druhá část je praktická, v níž byla provedena analýza poptávky po biopotravinách na konkrétním tržním segmentu za pomoci kvantitativního šetření, které přineslo, s využitím techniky dotazování, odpovědi na jednotlivé otázky týkající se současných spotřebních zvyků a motivů skupiny konzumentů biopotravin a skupiny konzumentů konvenčních potravin.

Z kvantitativní sondy, která byla provedena na 120 náhodných respondentech, vyplynulo, že rozhodujícím kritériem pro nákup a spotřebu biopotravin je cena. Od této veličiny je více či méně odvozena téměř celá poptávka po biopotravinách.

SUMMARY

This graduation theses is written on the theme of "Consumer demand and ecological foods market". The first part of the work is theoretical, describes the development of ecological agriculture, basic properties of bioproducts and the loom of current demand and supply of biofoods in the Czech Republic.

The second part of the work is practical with implementation of supply of biofoods analysis in the concrete market segment by means of quantitative investigation, with came to answers by utilization of interrogative mode for particular questions related to the current consumer norms and motives of the biofoods consumer's group and conventional foods consumer's group.

The quantitative sonde which was performed on the 120 passing informonts resulted that the dominant criterion for buying and consumption of bioproducts is the price. From this value is less or more derivated almost whole demand on this goods.

KLÍČOVÁ SLOVA

- ekologické zemědělství
- bioprodukt
- biopotravina
- bio kvalita
- nákupní chování
- poptávka
- spotřebitelská poptávka

KEY WORDS

- ecological agriculture
- organic produkt
- organic food
- bio quality
- shoping behaviour
- demand
- consumer demand

OBSAH

1. ÚVOD	11
2. CÍL PRÁCE A METODIKA	13
3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ	14
3.1. Vývoj ekologického zemědělství	14
3.2. Legislativa ekologického zemědělství	17
3.3. Státní podpora ekologického zemědělství	18
3.4. Akční plán ČR pro rozvoj EZ do roku 2010	19
3.5. Vývoj ekologického zemědělství v EU	22
3.6. Ekologické zemědělství a biopotraviny ve světě	25
4. ZÁKLADNÍ VLASTNOSTI BIOPOTRAVIN	27
4.1 Certifikační organizace pro bioprodukty v ČR	27
4.2 Systém kontroly a certifikace	30
4.2.1 Kontrolní systém ekologického zemědělství v ČR	31
4.2.2 Certifikace	33
4.3 Ceny biopotravin a konvenčních potravin	34
5. TRH BIOPOTRAVIN A JEHO CHARAKTERISTIKA	36
5.1. Tržní poptávka	37
5.2. Elasticita poptávky	37
5.2.1. Důchodová elasticita poptávky	38
5.2.2. Cenová elasticita poptávky	39
5.2.3. Křížová elasticita poptávky	40
5.2.4. Vztahy mezi elasticitami	41
5.3. Poptávka po biopotravinách	41
5.4. Nabídka biopotravin	42
5.5. Podpora prodeje biopotravin	43
6. ANALÝZA POPTÁVKY PO BIOPOTRAVINÁCH NA KONKRÉTNÍM TRŽNÍM SEGMENTU	45
6.1 Přípravná část	45
6.2 Sestavení dotazníku	47
6.3 Pilotní testování	48
6.4 Realizační část – sběr dat	48

6.5 Příprava dat	48
6.6 Analýza dat – zhodnocení hypotéz	49
6.7 Analýza dat – dotazníkové šetření	51
7. ZÁVĚR	68
8. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	71
9. PŘÍLOHY	73

1. ÚVOD

Biopotraviny jsou fenoménem současné doby, který je užitečné sledovat ze společenské perspektivy. Různé sociální skupiny chápou biopotraviny odlišným způsobem. Alternativní životní filosofie se stává moderní a potřebná pro stále větší počet obyvatel v dnešní přetechnizované společnosti. Stále více se setkáváme s rezidui škodlivých a jedovatých látek v potravě a jejich zvyšující se kumulací. Příkladem jsou chemické látky používané v zemědělství a dále také přídatné látky (aditiva), které se při průmyslové výrobě přidávají do potravin. Prodlužují dobu trvanlivosti, upravují a zvýrazňují jejich chuť a barvu. Jsou to tzv. „éčka“. Některá z nich jsou neškodná, jiná naopak mohou mít nepříznivý vliv na zdraví člověka, který je konzumuje. Změna způsobu života začíná změnou stravy. Zdravý životní styl znamená vycházet vstříc potřebám organismu a adekvátně je uspokojit. Nerespektování dopadu potravní pyramidy na zdravotní stav člověka má za následek vznik nemocí moderní společnosti (rakovina, srdeční choroby, degenerativní nemoci, alergie, cukrovka, obezita atd.). Je možná léčba stravou – konzumace biopotravin. Zdravá strava vzniká jen ve zdravém životním prostředí. Důležitost je kladena na etické a ekologické využívání darů přírody.

Obchod s bioprodukty a biopotravinami patří v posledním desetiletí mezi rychle se rozvíjející tržní odvětví. Dostatečná a kvalitní nabídka bioproduktů platí již řadu let ve většině zemí bývalé Západní Evropy za samozřejmost. U nás se obchod s tímto typem produktů rozjíždí pozvolna od devadesátých let a poptávka po bioprodukcí rok od roku roste. Ve statistikách je uvedeno, že ve druhé polovině 90. let poptávka začala dramaticky růst, obvykle se jednalo o roční přírůstek kolem 20%. Je známo, že zatímco průmyslové farmy bojují s masivními přebytky, ekologičtí zemědělci často nestačí pokrýt zájem zákazníků.

Tato práce se snaží poukázat na specifické motivy spotřebitelů biopotravin a to, jak jejich očekávání ve vztahu k biopotravinám následně ovlivňují podobu prvovýrobního, zpracovatelského a spotřebního sektoru v ČR.

V rámci této diplomové práce bude realizována kvantitativní empirická sonda, která s využitím techniky dotazování přinese částečnou odpověď na rozdíly spotřebních motivů skupiny konzumentů biopotravin a skupiny konzumentů konvenčních potravin. Účelem takto omezeného výzkumu bude zkoumání motivačních faktorů a bariér, které ovlivňují rozhodování o nákupu biopotravin.

2. CÍL PRÁCE A METODIKA

Cílem této práce je v rámci objektivních a subjektivních možností (vyplývajících z účelu předkládané práce a vlastních schopností) uskutečnit samostatné šetření. Vedle existující charakteristiky vývoje ekologického zemědělství, základních vlastností biopotravin a stavu současné nabídky a poptávky po biopotravinách v ČR realizovat také průzkum současných spotřebních zvyků a motivů skupiny konzumentů biopotravin a skupiny konzumentů konvenčních potravin. Objektem studie byli spotřebitelé, kteří žijí v Karlovarském kraji a reprezentují různé stupně vzdělání, druhy povolání i odlišný životní styl. Za účelem zodpovězení uvedené otázky byla uskutečněna kvantitativní sonda, která s využitím techniky dotazování měla poskytnout informace pro odpovědi na jednotlivé otázky. Sestavením standardního výzkumného nástroje (dotazníku) byly zjišťovány údaje o aktuálním spotřebním chování a další identifikační údaje, které ukazují na aktuální spotřební chování při nákupu konvenčních potravin a biopotravin.

Dotazníky byly distribuovány náhodně v nákupním centru Varyáda v Karlových Varech od 13.3. do 14.3.2008. Byla očekávána vysoká návratnost, neboť dotazníky byly rozdány a vybrány diplomantkou osobně. Cílovou dotazovanou populací byli obyvatelé Karlových Varů a okolí různých věkových kategorií, podílející se na nákupu potravin. Co se týkalo správnosti vyplňování, nenastaly žádné komplikace, jelikož byl dotazník dostatečně srozumitelný. Celkem bylo osloveno 130 náhodně vybraných respondentů. Zpět bylo vráceno 120 vyplněných dotazníků. Data byla zpracována a vyhodnocena.

Za účelem sestavení konceptuálního rámce výzkumu byla prostudována domácí i zahraniční literatura zabývající se problematikou ekologického zemědělství a biopotravin. Také odborná literatura a další informační prameny.

Teoretické poznatky byly získávány zejména ze základní literatury pojednávající nejvíce o ekologickém zemědělství a biopotravinách. Dále jsem využila znalosti získané studiem na České zemědělské univerzitě v Praze – fakultě provozně ekonomické.

(Práce je psána v textovém editoru Microsoft Word 2003 a Microsoft Excel 2003.)

3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

3.1 Vývoj ekologického zemědělství

V České republice se vznik ekologického zemědělství datuje od roku 1990, kdy byly za součinnosti Ministerstva zemědělství ČR, Sdružení Libera a Svazu PRO-BIO (svazy sdružující ekologické farmáře) položeny základy celého systému. Koncem roku 1990 byly uvolněny první finanční prostředky na podporu vzniku ekologicky hospodařících podniků. Dotace pokračovaly až do roku 1992 a byly zřejmě hlavním důvodem nárůstu ploch až na přibližně 15 tis. ha. V té době v ČR působilo pět svazů ekologických zemědělců. Rozhodnutí MZe ČR zrušit dotace způsobilo v letech 1993-1996 stagnaci ploch, ale zároveň mělo pozitivní vliv na kvalitativní rozvoj ekologického zemědělství. Řada podniků hospodařících ekologicky jen z důvodů dotací ukončila svou činnost, počet svazů se redukoval na dva a MZe ČR se věnovalo především přípravě metodických a legislativních kroků a sjednocování celého hnutí. V roce 1994 bylo rozhodnuto o zavedení jednotné ochranné známky pro biopotraviny a to zejména z důvodů marketingu a zviditelnění produkce na veřejnosti. V této době začali působit na českém trhu větší zpracovatelé a obchodníci a postupně se zvyšovalo povědomí spotřebitelů o tomto typu produkce. (MZe ČR)

Velký význam na rozvoj hnutí měla také mezinárodní pomoc. Metodická pomoc celosvětového hnutí ekologických zemědělců IFOAM, finanční i vzdělávací podpora švýcarského sdružení SVWL, pomoc americké Nadace Bratrů Rockefellerových věnovaná na zahraničního poradce a hlavního koordinátora vývoje pana Bo van Elzakkera i pomoc německé nadace Heinricha Bolla na vydávání knih a informační systémy pro ekologické zemědělství apod. Posledními důležitými kroky pak bylo v roce 1998 obnovení finanční podpory pro ekologické farmáře a v roce 1999 vznik nezávislé kontrolní organizace K.E.Z. o.p.s., která je zárukou dodržování přísných pravidel ekologického hospodaření. (www.agris.cz)

Ekologické zemědělství je dnes v ČR stabilizovaný zemědělský systém, který je státem podporován a je dobrou alternativou vývoje zemědělství v ČR do budoucnosti.(Mze ČR)

Tab. č.1 – Stav ekologického zemědělství

	31.12.2006	31.12.2007
Počet ekofare	963	1 318
Výměra zemědělské půdy v ekologickém zemědělství (ha)	281 535	312 890
Podíl ekologického zemědělství na celkové výměře zemědělské půdy (%)	6,61	7,35
Výměra orné půdy (ha)	23 478,57	29 5052
Výměra trvalých travních porostů (ha)	232 189,53	257 899
Výměra trvalých kultur (sady) (ha)	1 195,61 (sady + vinice)	1 625
Výměra trvalých kultur (vinice) (ha)		245

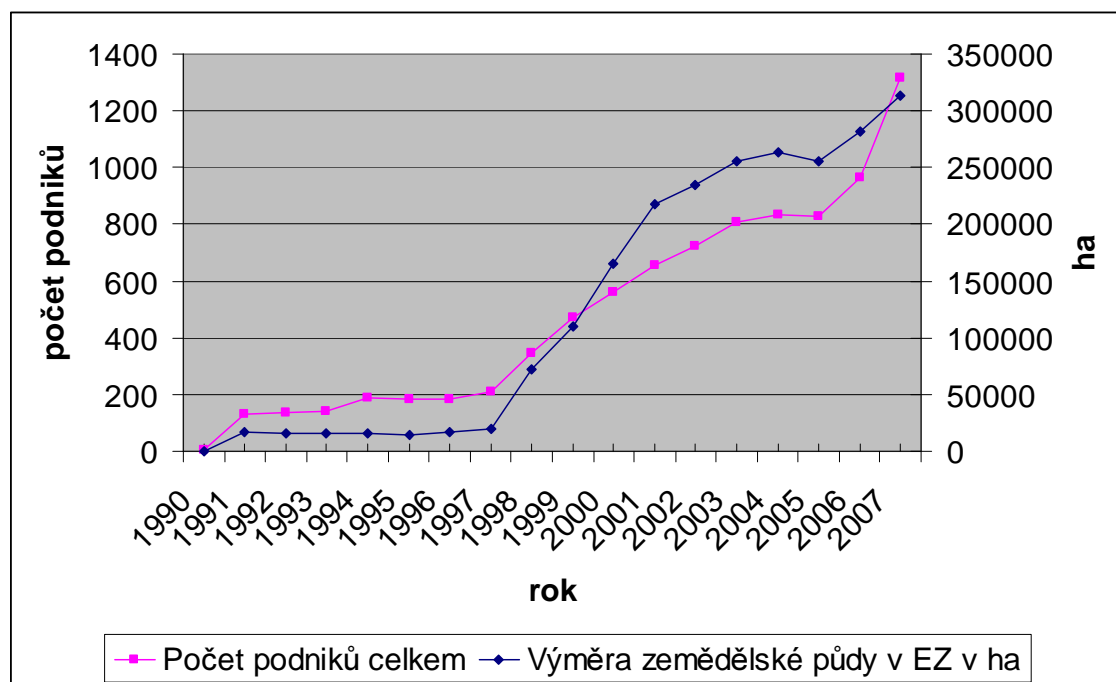
Pramen: Mze ČR

Tab. č. 2 -Vývoj výměry zemědělské půdy v ekologickém zemědělství ČR

Rok	Počet podniků celkem	Výměra zemědělské půdy v EZ v ha	Procentický podíl ze zem. půdního fondu
1990	3	480	-
1991	132	17 507	0,41
1992	135	15 371	0,36
1993	141	15 667	0,37
1994	187	15 818	0,37
1995	181	14 982	0,35
1996	182	17 022	0,40
1997	211	20 239	0,47
1998	348	71 621	1,67
1999	473	110 756	2,58
2000	563	165 699	3,86
2001	654	217 869	5,09
2002	721	235 136	5,50
2003	810	254 995	5,97
2004	836	263 299	6,16
2005	829	254 982	5,98
2006	963	281 535	6,61
2007	1318	312 890	7,35

Pramen: Mze ČR

Obr. č.1 Vývoj výměry zemědělské půdy v ekologickém zemědělství ČR



Pramen: Mze ČR

Tab. č. 3 - Podíl jednotlivých kultur na celkové výměře ekologického zemědělství (%)

Plochy	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006	rok 2007
Orná půda	8,78	8,31	7,70	7,50	8,1	8,34	9,43
TTP	89,69	90,13	90,86	89,40	82,4	82,5	82,42
Trvalé kultury	0,45	0,38	0,36	0,40	0,30	0,42	0,60
Ostatní plochy	1,08	1,18	1,08	2,70	9,2	8,74	7,55
Celkem	100	100	100	100	100	100	100

Pramen: Mze ČR

3.2 Legislativa ekologického zemědělství

K této problematice se na stránkách Mze ČR uvádí: “V roce 2000 byl schválen zákon o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb., který je v souladu s legislativou EU. Zákon stanovil pravidla pro pěstování rostlin a chov hospodářských zvířat, dále pro zpracování, dovoz, vývoz a označování bioproduktů a biopotravin včetně všeobecných požadavků a kontrolních postupů.

S účinností od 30.12.2005 začal platit zákon č. 553/2005 Sb., kterým se mění zákon č.242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Smyslem novely bylo vypustit ze zákona č.242/2000 Sb. všechna ustanovení, která jsou duplicitní s evropskou legislativou EZ (nařízení Rady (EHS) 2092/91 o ekologickém zemědělství). Došlo tak ke zjednodušení legislativy ekologického zemědělství. Úplné znění zákona č. 242/2000 Sb. vyšlo ve Sbírce zákonů jako zákon č 30/2006 Sb., dne 2.2.2006. S účinností od 1.2.2006 začala také platit nová prováděcí vyhláška MZe č. 16/2006 Sb., která nahradila všechny dosud platné prováděcí vyhlášky k zákonu č. 242/2000 Sb. Od 1.2.2006 jsou tak zrušeny prováděcí vyhlášky č. 53/2001 Sb., 263/2003 Sb. a 174/2004 Sb. V rámci legislativních změn došlo k výraznému zjednodušení právních předpisů pro EZ.

Od roku 2006 se změnil postup při registraci v ekologickém zemědělství. V praxi je nezbytné postupovat tak, že žadatel nejdříve zkontaktuje kontrolní organizaci, kterou si vybere, přihlásí se u ní ke kontrole a certifikaci a uzavře s ní smlouvu o kontrole. Kontrolní organizace poté provede vstupní kontrolu podniku a vystaví příslušné potvrzení, které tvoří přílohu žádosti o registraci, která se podává na MZe. Žádost o registraci má rozsah 1 strany A 4. V současné době si ekologičtí podnikatelé tří kontrolních organizací (KEZ o.p.s., ABCERT GmbH a Biokont CZ, s r.o.) je bude kontrolovat. Všechny organizace jsou pro svou činnost pověřeny MZe a jsou akreditovány podle norem ČSN EN 45 011 a ČSN EN ISO/IEC 17020 (dříve ČSN EN 45 004).

Zcela nová pravidla budou platit podle nařízení EU o ekologickém zemědělství č.834/2007/ES, které ruší a nahrazuje od 1.1.2009 nařízení 2092/91/ES v oblasti označování biopotravin. Biopotraviny budou muset být povinně označeny logem EU včetně informace o původu surovin, zda pochází pouze z jednoho státu, zda byly

suroviny vyprodukované v rámci států EU, nebo zda suroviny pochází ze třetích zemí. Pro biopotraviny pocházející ze třetích zemí bude používání EU loga a informace o původu dobrovolné. Každá biopotravina bude muset být povinně označena kódem kontrolní organizace ekologického zemědělství, která ji certifikovala. I nadále budou používána národní nebo soukromá loga pro označování biopotravin. Slovní označení „ekologický“ a „biologický“, včetně jejich odvozenin jako „bio“ a „eko“ bude možné používat pouze na obalech biopotravin. To platí již podle současného nařízení (EHS) 2092/91 a označování klasických potravin těmito výrazy je ze strany Mze přísně postihováno. Hlavním cílem pravidel v oblasti označování biopotravin je zlepšit informovanost spotřebitelů a ulehčit spotřebitelům identifikaci biopotravin na trhu.“

3.3 Státní podpora ekologického zemědělství

Rychlý rozvoj ekologického zemědělství a růst počtu ekologických farem v posledních letech byl způsoben především obnovením státní podpory, která je v České republice s čtyřletým přerušením v letech 1993 – 1997 poskytována od konce roku 1990.

Od roku 2007 je podpora ekologickým zemědělcům vyplácena v rámci Programu rozvoje venkova 2007 – 2013 (do r. 2006 dotační podpora EZ jako agroenvironmentální opatření v rámci Horizontálního plánu rozvoje venkova). Program rozvoje venkova byl definitivně schválen ze strany Evropské komise, která se podílí na financování plateb z 80%, zbývajících 20% je hrazeno ze státního rozpočtu ČR.(MZe ČR)

Tab. č. 4 - Vyplacené finanční prostředky – dotace na plochu zařazenou do ekologického zemědělství v letech 1998 – 2007

Rok	Vyplacené finanční prostředky
1998	48 091 000
1999	84 168 000
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	zažádáno o 540 395 786

Pramen: Mze ČR

3.4 Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010

Vzhledem k vývoji ekologického zemědělství v EU vypracovalo Ministerstvo zemědělství ČR tzv. akční plán.

Obecným cílem je dynamicky se rozvíjející sektor ekologického zemědělství, který spojuje zájmy zemědělce, výrobce, obchodníka a spotřebitele.

Hlavní cíle akčního plánu ČR jsou následující:

- 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 ekologického zemědělství 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 ekologického zemědělství
- Zlepšit odborné poradenství, vzdělávání a výzkum v ekologickém zemědělství
- Dosáhnout v roce 2010 podíl cca 10% zemědělské půdy v ekologickém zemědělství na celkové výměře zemědělské půdy

Priority akčního plánu ČR:

1. Vztah ekologického zemědělství k životnímu prostředí a pohodě zvířat(welfare)

Vazba ekologického zemědělství na ochranu životního prostředí je široce chápána jako cesta k udržitelnému rozvoji. Pohoda zvířat je jedním ze základních principů ekologického zemědělství, který v posledních letech nabývá na významu a důležitosti. V rámci akčního plánu je zdůrazněno zlepšování životních podmínek a welfare zvířat především prostřednictvím zlepšování chovatelských technologií a výživy zvířat jako faktorů ovlivňujících např. kvalitu produkce. Výrazný je nárůst zájmu spotřebitelů o kvalitu potravin ve spojení se zachováním a zlepšováním životního prostředí a krajiny.

2. Posílení důvěry spotřebitele – propagace

Posílení důvěry spotřebitele a zajištění trvalé informovanosti o otázkách ekologického zemědělství a ekologické kvality potravin se považuje za prvořadý úkol. V této souvislosti je důležité vysvětlit spotřebiteli základní rozdíly mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím a mezi biopotravinami a konvenčními potravinami. Zároveň je nutná prevence situací, ve kterých je důvěra ztracena. Pro posílení důvěry spotřebitele v ekologickém zemědělství je důležité zajistit absenci geneticky modifikovaných organismů v EZ, v opačném případě bude důvěra spotřebitelů ztracena. Spotřebitelé ve většině případů odmítají geneticky modifikované potraviny konzumovat a požadují jejich značení. Lze předpokládat, že z tohoto důvodu budou mít na trhu komparativní výhodu právě biopotraviny, které spotřebitelé aktivně vyhledávají také proto, že neobsahují geneticky modifikované organismy.

3. Zpracování a marketing

Otázka zpracování a marketingu produktů ekologického zemědělství je hodnocena jako jedno z nejslabších míst, které je klíčové pro rozvoj EZ v ČR. Je nezbytné zajistit podporu sdružování producentů a zpracovatelů, podporovat regionální zpracovatele, působit na prodejce. Také je žádoucí podporovat investice do zpracování biopotravin, provádět průzkumy trhu a marketingové studie a zařadit problematiku zpracování a marketingu do Kodexu ekologického zemědělství, výroby a prodeje biopotravin.

4. Schopnost podnikat a ekonomická životaschopnost

V ekologickém zemědělství ČR je nejvíce rozvinutá produkce obilovin, bylinných čajů a koření, mléka a mléčných výrobků a hovězího masa. Producentů zeleniny, ovoce, olejnin, nebo vepřového a drůbežího masa je velmi málo, také celková plocha orné půdy je nedostatečná. Zpracovatelský sektor dosud nedostatečně zareagoval na současný rozvoj ekologického zemědělství, množství a sortiment produktů EZ, jen velmi málo podniků se dosud zaměřilo na jejich zpracování. Pro zvýšení ekonomické životaschopnosti farem je důležité využít také regionální dimenzi ekologického zemědělství, např. výrobu regionálních specialit nebo agroturistiku.

5. Výzkum – vzdělání – poradenství

Vzdělávání a poradenství v ekologickém zemědělství není dostatečně řešeno. Pro zlepšení této situace je nezbytné rozšířit nabídku vzdělávacích a poradenských aktivit, zajistit jejich dobrou profesionální úroveň a zvýšit zájem o účast v nich. Aktuální informace z oblasti ekologického zemědělství je třeba zpřístupňovat více způsoby tak, aby byly všeobecně dosažitelné. Lépe koordinovat aktivity jednotlivých útvarů Mze s výzkumnými pracovišti a nevládními organizacemi. Také se navrhuje využít v oblasti vzdělávání a poradenství technické a odborné zázemí středních zemědělských škol a univerzit při pořádání odborných seminářů, při vydávání učebních textů apod.

6. Nástroje politiky – politická řešení

Akční plán pro ekologické zemědělství je významným nástrojem státní politiky v oblasti rozvoje EZ. Přijetí akčního plánu pro rozvoj ekologického zemědělství zakládá možnost obhajoby požadavků ČR na vyšší podpory ze společných zdrojů EU v oblasti II. pilíře společné zemědělské politiky a strukturální politiky. Také se navrhuje využívat biopotravinu státní správou. Zde je nutné jednání zaměstnanců státní správy zabývajících se problematikou EZ se zástupci prodejen a jídelen o zařazení biopotravin do jejich sortimentu.

Na růst trhu s biopotravinami bude mít zajisté pozitivní vliv úspěšný start příslušných programů Akčního plánu rozvoje ekologického zemědělství, především informační a

vzdělávací kampaň o ekologickém zemědělství a biopotravinách , mířená na spotřebitele. (Akční plán ČR do roku 2010, 2004)

3.5 Vývoj ekologického zemědělství v EU

Za poslední dvě desetiletí se plocha ekologicky obdělávané zemědělské půdy v Evropě rozšířila ze 100 000 hektarů na 5,4 mil. hektarů.

Belgie - v roce 2002 zde bylo 710 farem s certifikátem „ekologické“, které hospodařily na 1,78% zemědělské půdy v zemi. Průměrná rozloha ekofarmy je 30,4 hektarů, farmy se většinou zabývají chovem skotu.

Dánsko - v roce 2002 zde hospodařilo 717 ekofarem na 235 136 hektarech zemědělské půdy, tj. 5,5% z celkové výměry. Dánsko patří mezi země EU s největším podílem ekofarem na celkovém počtu farem. Produkce se zaměřuje především na mléko a chov krav bez tržní produkce mléka, pěstování objemných krmiv a obilovin.

Estonsko – v roce 2002 hospodařilo 583 farem na 30 263 hektarech zemědělské půdy tj. 3,02% celkové výměry. Většina ekofarem má smíšenou výrobu, chov skotu a ovcí.

Finsko – v roce 2002 bylo za ekologicky obhospodařovanou půdu uznáno 7% celkové zemědělské půdy.

Francie - v roce 2003 byla plocha ekologického zemědělství 7,86% z celkové zemědělské půdy a počet ekologických farem byl 11 377. Ekofarmy jsou především zaměřeny na trvalé travní porosty a na orné půdě se pěstují hlavně obiloviny, olejniny, luštěniny, ovoce, zeleninu, hrozny a krmné plodiny.

Irsko – patří mezi zaostávající státy v rozvoji ekologického zemědělství. V roce 2002 bylo využito jen 30 tis. hektarů pro ekologickou produkci, což se rovná 0,7% celkové výměry. Hlavní ekoprodukty jsou zelenina, mléko, hovězí a ovčí maso.

Itálie - má ze všech evropských zemí největší rozsah ekologického zemědělství. Ve světovém měřítku je na třetím místě za Austrálií a Argentinou. V roce 2002 hospodařilo na 1,2 mil hektarů asi 50 tisíc ekofare. Jedna třetina koprodukce je určena pro export. Na ekologické zemědělství navazuje agroturistika, v současné době je v Itálii při ekofarmách asi 700 rekreačních zařízení. Vyrábí se hlavně ovoce, zelenina, olivový olej a sýry.

Kypr - v roce 2002 ekologicky hospodařili na 166 hektarech zemědělské půdy, asi 45 ekofare. Hlavní ekologické produkty jsou obiloviny, zelenina, ovoce, hrozny, aromatické byliny, olivy a olivový olej, čaj.

Litva – počet ekofare je asi 700 tj. cca 0,5% zemědělské půdy. Hlavní ekologické produkty jsou pšenice, žito, oves, ječmen, léčivé rostliny, ovoce, zelenina a mléko.

Lotyšsko – působilo 550 ekofare, hospodařily na 24,5 tisících hektarech zemědělské půdy, tj. 1% z celkové výměry. Ekofarmy pěstují kukuřici, brambory, zeleninu a také se věnují chovu dojnic.

Lucembursko – ekologickým zemědělstvím se zabývá 50 farem, které hospodaří na 2 tisících hektarech zemědělské půdy. Ekologicky vyrobená zelenina tvoří polovinu veškeré produkce zeleniny.

Maďarsko – ekologické zemědělství provozuje asi 1000 farem a obhospodařují 1,77% zemědělské půdy. Spotřebitelská poptávka po biopotravinách je slabá. Většina ekologických produktů (až 95%) se vyváží. Produkce je zaměřena hlavně na pšenici, olejnici, kukuřici, luštěniny, ovoce, zeleninu, med.

Malta – ekologické zemědělství se neprovozuje.

Německo - v roce 2002 hospodařilo 15 626 ekofarem na téměř 697 tisících hektarech zemědělské půdy, tj. 4,06% z celkové výměry. V roce 2003 průměrná výměra ekologických podniků dosáhla 44,6 hektarů zemědělské půdy. Ekofarmy se především soustřeďují na péči o louky a pastviny, produkci luštěnin, ovoce, zeleniny, chov skotu, ovcí a koz.

Nizozemí – v roce 2002 zde hospodařilo 1560 ekofarem na 2,10% zemědělské půdy. 45% ekologické produkce tvoří živočišné výrobky, 24% zahradnické výrobky a 22% ostatní hlavní rostlinné výrobky.

Polsko - v roce 2003 bylo zaregistrováno 1 977 ekofarem (0,09% všech hospodářství), které hospodařily na 53,5 tisících hektarech zemědělské půdy, tj. 0,29% zemědělské půdy v zemi.

Portugalsko - na konci 90. let zde zaznamenalo ekologické zemědělství rychlou expanzi. Počet farem se zvýšil ze 73 v roce 1993 na 1 059 v roce 2002. Průměrná ekologická farma hospodaří na 81 hektarech, konvenční farmy na 9,2 hektarech zemědělské půdy. Výroba ekologických produktů se zvyšuje, ale růst domácí spotřeby zaostává. Hlavními obory ekologické produkce je obhospodařování luk, pastvin, pěstování oliv a obilovin.

Rakousko – má nejsilnější ekologické zemědělství v EU, hospodaří téměř na 10% zemědělské půdy. V současné době ekologicky hospodaří asi 20 000 podniků. Hlavními produkty jsou hovězí maso a mléko.

Řecko - zde má ekologické zemědělství ve srovnání s ostatními státy EU zanedbatelnou úlohu. Ekologické farmy se v roce 2002 podílely na celkovém počtu jen 0,74% a na zemědělské půdě 0,81%. Jde o velmi malá hospodářství, která hospodaří v průměru na 4,8 hektarech zemědělské půdy. Hlavními produkty jsou olivy, olivový olej, víno, citrusové ovoce, mléčné produkty, ovčí a kozí mléko, maso.

Slovensko – ekologické zemědělství tvoří 58 706 hektarů, tj. 2,4% z celkové výměry půdy a z toho zauímají plodiny na orné půdě 20 706 hektarů a 37 782 hektarů trvalé travní porosty. Většina vyrobených ekologických produktů jde na export do EU.

Slovinsko - v roce 2002 hospodařilo 1 150 ekofarem, které obhospodařovaly 1,34% celkové zemědělské půdy. Hlavními produkty jsou ovoce, zelenina, víno, hovězí maso a mléko, ovčí a kozí maso a mléko.

Španělsko - ekologicky obdělávaná půda je 665 055 hektarů (2,5% celkové rozlohy zemědělské půdy). Průměrná ekofarma hospodaří na 28 hektarech zemědělské půdy, průměrná velikost farmy konvenční je 18 hektarů.

Švédsko - v roce 2002 zde hospodařilo 5 268 ekofarem na 214 000 hektarech zemědělské půdy (6,97% zemědělské půdy). Průměrná farma zabírá 40,6 hektarů, z nichž 67% zabírají plochy s trvalými travními porosty a 30% obiloviny.

Velká Británie - představuje třetí největší odbytový trh po USA a Německu. V roce 2002 zde hospodařilo 4 057 ekofarem na 724 tisících hektarech půdy (4,59% z celkové výměry zemědělské půdy). (Červenka, Kovářová, 2005)

3.6 Ekologické zemědělství a biopotraviny ve světě

V celosvětovém měřítku je ekologicky obhospodařováno téměř 31 milionů hektarů zemědělsky využívaných ploch na celkem 633 891 ekologických farmách. Největší plochy v systému ekologického zemědělství se nacházejí v Austrálii, Argentině, Číně a USA. K největšímu nárůstu ekologických ploch došlo za poslední dva roky v USA, Číně, Kanadě, Argentině, Itálii a Polsku. Celosvětový odbyt biopotravin dosáhl hranice 30,9 mld. EUR a biopotraviny tvoří nejrychleji rostoucí segment trhu s potravinami. Nejvíce peněz utratí za biopotraviny spotřebitelé ve Švýcarsku, USA a Singapuru. Největší evropský trh s biopotravinami je v Německu, následuje Velká Británie, Itálie a Francie.

Největší podíl biopotravin na spotřebě potravin je v Rakousku (5,7%) a Švýcarsku (4,5%). Švýcaři mají také největší spotřebu biopotravin na obyvatele a rok (103 EUR). (www.agronavigator.cz/ekozem/)

4. ZÁKLADNÍ VLASTNOSTI BIOPOTRAVIN

Biopotraviny jsou potraviny vyrobené z tzv. bioproduktů. Bioprodukty jsou suroviny rostlinného nebo živočišného původu, které se získávají v ekologickém zemědělství. Důležitou vlastností bioproduktů je snížený obsah nežádoucích kontaminujících látek (reziduích pesticidů, umělých hnojiv, potravinových aditiv, těžkých kovů). Oproti konvenčním potravinám mají zvýšený obsah některých živin (vitamínů, minerálních látek), vyšší obsah vlákniny, výraznější sensorické vlastnosti (chuť, vůně). Naopak nevyhovující je omezený sortiment a vyšší cena v porovnání s konvenčními potravinami, která souvisí s vyššími náklady. Každý takový výrobek musí mít osvědčení o původu bioproduktu. Bioproduktem může být například zelenina, ovoce, obiloviny, luštěniny, olejiny, ale také mléko, vejce nebo zvířata v kusech. Biopotraviny jsou označeny grafickým znakem BIO (popřípadě jeho schválenými modifikacemi) s nápisem „Produkt ekologického zemědělství.“ (viz obr. č.2). Tato značka zaručuje, že produkty byly kontrolovány na každém kroku od výrobce až ke konečnému spotřebiteli. Správně označený bioprodukt nese číslo kontrolní organizace: CZ-KEZ. Značka BIO Produkt ekologického zemědělství označuje pouze takové potraviny, které pocházejí z ekologicky hospodařících farem. Na těchto organických farmách jsou suroviny produkovány podle zásad, které jsou stanoveny přísnými předpisy a v České republice upraveny zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Označovat potraviny, na kterou nebylo vydáno osvědčení o biopotravině slovem „bio“ nebo „eko“ nebo grafickým znakem a jakýmkoli údaji poukazujícími na ekologický, organický, přírodní či biologický způsob výroby, je zakázáno.

4.1 Certifikační organizace pro bioprodukty v ČR

Pravidla ekologického zemědělství a výroby biopotravin jsou jasně upravena naší i evropskou legislativou (Zákon č. 242/2000 Sb., Nařízení Rady (EHS) 2092/91), jejich dodržování je tak garantováno státem. Ministerstvo zemědělství pověřuje k činnosti kontrolní organizace, které přímo na ekologických farmách a ve výrobnách biopotravin

dodržování pravidel kontrolují. Certifikovanou biopotravinu pozná spotřebitel podle národního loga „BIO“ a kódu příslušné kontrolní organizace, kterými jsou KEZ o.p.s., ABCERT GmbH a BOKONT CZ, s.r.o. Biopotraviny mohou být označeny také logem EU, jehož použití na obale biopotravin je od roku 2009 povinné pro všechny členské státy EU.(www.asz.cz)

Obr. č. 2 – Celostátní značení ekologického zemědělství a biopotravin v ČR



Pramen: www.biospotrebitel.cz

Tato známka se smí objevit jenom na produktech, které byly vyrobeny v souladu se zákonem č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Nad dodržováním zásad ekologické produkce bdí nezávislá kontrolní organizace. Garantem ochranné známky BIO, ručící za její správné použití, je Ministerstvo zemědělství ČR.

Biopotraviny vyprodukované v Evropské unii mívají kromě loga národních kontrolních organizací také logo biopotravin EU.

Obr. č. 3 – Značení biopotravin pro státy EU



Pramen: www.biospotrebitel.cz

KEZ

Obecně prospěšná společnost podle zákona č. 248/1995 Sb. byla založena v roce 1999 Svazem producentů a zpracovatelů biopotravin PRO-BIO, Nadačním fondem pro ekologické zemědělství FOA a Spolkem poradců ekologického zemědělství EPOS.

Kontrola a certifikace podnikatelů, jejich produktů a výrobků (osvědčování) je prováděna na základě pověření Mze podle § 29 zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství v rozsahu tohoto zákona a Nařízení Rady (EHS) č. 2092/91 o ekologickém zemědělství a k němu se vztahujícím označování zemědělských produktů a potravin.(www.kez.cz)

ABCERT

Vykonává kontrolní činnost v oblasti ekologického zemědělství a biopotravin s pověřením MZe ČR.

Zahrnuje následující oblasti:

- kontrola a osvědčování bioprodukce dle zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství
- kontrola dodržování Nařízení Rady Evropské unie o ekologickém zemědělství č. 2092/91
- kontrola podle směrnic národních a mezinárodních organizací, jako jsou Bioland, Demeter, Naturland, NOP, QS, BioSuisse atd.
- kontrola na základě standardů jako např. Eurepgap/IFA
- osvědčování výrobních a prodejních pravidel dle požadavků obchodních organizací
- ověřování značení “bez použití GMO”

Nabídka služeb firmy ABCERT se zaměřuje na osvědčování produktů získaných v systému ekologického zemědělství v podnicích, které se zabývají:

- pěstováním a chovem
- zpracováním
- dovozem
- obchodem
- skladováním

Kontrolní činnost rovněž zahrnuje ověřování výrobců a zpracovatelů krmiv pro ekologické chovy zvířat, což vyplývá z požadavku Nařízení Rady EU o ekologickém zemědělství č. 2092/91.(www.abcert.cz)

BIOKONT CZ, s.r.o.

Společnost je pověřená Ministerstvem zemědělství ČR výkonem kontrolní a certifikační činnosti v systému ekologického zemědělství podle zákona 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a Nařízení rady 2092/1991 o ekologickém zemědělství. Je akreditována Českým institutem pro akreditaci o.p.s. Praha (národní akreditační organ) jako:

Certifikační orgán č. 3159 (CO) – předmětem akreditace je certifikace bioproduktů, biopotravin a procesu výroby bioproduktů a biopotravin

Inspekční orgán č. 4039 (IO) – předmětem akreditace je provádění inspekční činnosti orgánu typu A v procesu výroby bioproduktů, biopotravin, dovozů bioproduktů a biopotravin ze třetích zemí, smluvních dodávek, zpracování krmiv a krmných směsí, hnojiv, kompostů a substrátů.(www.biokont.cz)

4.2 Systém kontroly a certifikace

Skutečná ekologická kvalita a pravost biopotravin a bioproduktů je zaručena nezávislým certifikačním a kontrolním systémem. Dodržování stanovených pravidel je přísně kontrolováno. Kontrola probíhá na všech stupních výroby a zpracování. Ekologičtí zemědělci, zpracovatelé biopotravin i obchodníci s bioprodukcí jsou zařazeni do systému nezávislé a nepřetržité kontroly. Nejméně jednou za rok se provádí řádná ohlášená kontrola. Také se provádí neohlášené kontroly, které jsou dvojího druhu:

1. nařízené (jsou cílené a využívány v případech problematických podniků nebo pokud vznikne podezření z nedodržování platných požadavků nebo na použití nepovolených prostředků či postupů)
2. namátkové

Kontrola a certifikace jsou personálně odděleny. Výsledky kontrol, které provádí Kontrolní oddělení KEZ, posuzují pracovníci Certifikačního oddělení KEZ. Odepření vydání osvědčení a udělení nápravných opatření je v pravomoci KEZ.

Kontrolní oddělení

Skládá se z několika hlavních činností. Patří sem inspekce žadatelů a ekologických podnikatelů (provádění kontrol), odborné posuzování a vyhodnocování žádostí o registraci, plánování a koordinace kontrolní činnosti, přidělování podniků inspektorům ke kontrolám, sledování plnění termínů, výkon a vyhodnocování kontrol, dohled nad činností inspektorů, příprava podkladů pro oddělení certifikace pro rozhodování o osvědčování, vyhodnocování a zpracování statistik a školení inspektorů.

Certifikační oddělení KEZ

Skládá se z několika hlavních činností, jako jsou analyzování a posuzování výsledků kontrol, vydávání osvědčení, odepření vydání osvědčení o biopotravinách, potvrzování osvědčování pro prodej na základě žádosti ekologického podnikatele, výrobce biopotravin nebo distributora a zveřejňování seznamů osvědčených biopotravin.

K provádění dozorové činnosti si ministerstvo zemědělství zřizuje Certifikační výbor Ministerstva zemědělství.

4.2.1 Kontrolní system ekologického zemědělství v ČR

Dozor vykonává Ministerstvo zemědělství jako státní dozorový orgán nad dodržováním zákona o ekologickém zemědělství u ekologických podnikatelů a subjektů zpracovávajících, dovážejících a uvádějících do oběhu ekologické potraviny.

Dozorové a kontrolní orgány mají několik úkolů.

1. Dozorový organ:

- schvalování kontrolního pracoviště
- dozor nad kontrolním procesem
- evidence a registrace podniků
- ukládání sankcí za závažné přestupky
- udělování zmocnění k prodeji bioproduktů ze třetích zemí
- podávání zpráv komisi EU

2. Kontrolní orgán:

- hlášení podniku dozorovému orgánu
- vykonávání kontroly v podnicích
- certifikace
- ukládání sankcí za menší přestupky
- podávání zpráv dozorovému orgánu

Druhy kontrol

- 1) **Vstupní kontrola** – provádí se u podniků, které podávají žádost o registraci, nebo u podniků, které významně zvyšují výměru půdy ekofarmy.
- 2) **Řádné kontroly** – celková kontrola podniku se provádí minimálně jedenkrát ročně a jedná se o ohlášenou kontrolu, protože inspektor ohlásí termín kontroly předem.
- 3) **Namátkové kontroly** – jsou většinou prováděny mimo časový harmonogram kontrol. Mohou být ohlášené nebo častěji neohlášené.
- 4) **Nařízené kontroly** – mohou být ohlášené nebo neohlášené. Provádějí se většinou u problémových podniků, když vznikne podezření z porušení pravidel ekologického zemědělství, nebo je třeba ověřit plnění uložených či dohodnutých nápravných opatření.
- 5) **Revizní inspekce** – provádějí se na základě písemné žádosti, stížnosti nebo při odvolání ekologického podnikatele.

Kontrolu provádějí zvláště vyškolení inspektoři, které schválil Certifikační výbor ministerstva zemědělství.

Kontrolou se rozumí získávání informací o stavu shody vstupů, procesů, zařízení a výrobků se specifickými a všeobecnými požadavky zákona a prováděcí vyhlášky o ekologickém zemědělství. Výsledky kontroly jsou inspektorem zaznamenány v inspekční zprávě a slouží jako podklad pro rozhodování o certifikaci bioproduktů a biopotravin. Kontrola je prováděna u všech subjektů, které jsou u ministerstva zemědělství přihlášeny nebo registrovány jako ekologičtí podnikatelé. (Červenka, Kovářová, 2005)

4.2.2 Certifikace

Certifikací se rozumí potvrzení, že výrobek a proces jeho získání vyhovuje specifickým a všeobecným požadavkům zákona a vyhlášky o ekologickém zemědělství. O vydání certifikačního osvědčení rozhoduje Certifikační oddělení KEZ. V roce 2003 bylo vydáno v ČR celkem 694 osvědčení o původu bioproduktu a 359 osvědčení o původu biopotraviny.

V současné době existují v ekologickém zemědělství a výrobě biopotravin 4 certifikační programy, které provádí KEZ, o.p.s.:

1) Základní certifikační program

Jde o základní program podle zákona o ekologickém zemědělství č. 242/2002 Sb., kterým KEZ plní své závazky, což je kontrola ekologického zemědělství a výroby biopotravin.

2) Certifikační program BIO

Jedná se o certifikaci produktů pocházejících z ekofare, které nesplňují definici bioproduktů a biopotravin. Tento program je poskytován za úplatu a je službou výrobcům a jejich zákazníkům ekologickým zemědělcům. Usnadňuje jim orientaci na trhu povolených vstupů do ekologického zemědělství. Zájemce o osvědčení takových výrobků podává žádost o certifikaci. Vyhovuje-li žádost podmínkám programu, je s ním uzavřena licenční smlouva, je zaregistrován u Úřadu průmyslového vlastnictví a kontrolní orgán podnik zařadí do kontroly. Na tyto výrobky se certifikáty vydávají na základě inspekce a platí jeden rok.

3) Program “Česká kvalita”

Značka Česká kvalita je v ekologickém zemědělství a výrobě biopotravin používána v rámci státem podporovaného národního programu. Jeho cílem je podpora podnikatelských subjektů. Je to doplňkový certifikační program s cílem zlepšit propagaci českých ekologických výrobků na trhu.

4) Program certifikace podle IFOAM

IFOAM (Mezinárodní federace hnutí ekologických zemědělců). Tento program ekologickým podnikatelům umožňuje získat certifikaci dle požadavků IFOAM. Je potřebná pro vývoz bioproduktů a biopotravin do třetích zemí, které nejsou členy EU.

4.3 Ceny biopotravin a konvenčních potravin

Za nákup složený ze čtyřiceti běžně kupovaných potravin utratíte v bio kvalitě zhruba 80% více než za stejný nákup konvenčních potravin.(www.agronavigator.cz/ekozem/)

Je známo, že biopotraviny jsou dražší než potraviny z konvenčního zemědělství z několika důvodů:

- ekologická produkce je časově náročnější a vyžaduje mnohem více lidské práce
- výroba má charakter hlavně menších farem, zpracovávají se menší množství různorodých výrobků
- produkty se zpracovávají sezonně, odpadá tedy chemické ošetření před skladováním, zpracováním a expedicí
- při výrobě a zpracování se nepoužívají syntetické přídavky a stabilizátory, proto je technologie mnohem náročnější a tím stoupá i riziko ztrát
- na kontrolu biopotravin je kladen větší nárok, např. jako ochrana spotřebitele i výrobce před nepravými biopotravinami
- zvýšení nákladů často způsobuje i komplikovanější organizace odbytu a prodeje

Tab. č. 5 – Cenové srovnání biopotravin a konvenčních potravin

BIO	KONVENČNÍ POTRAVINY
Vídeňské párky – 139 Kč/200g	Vídeňské párky – 15,80 Kč/200g
Vepřová šunka – 99,90 Kč/180g	Vepřová šunka – 19,60 Kč/180g
Uherák – 479 Kč/kg	Uherák – 463 Kč/kg
Mléko – 26 Kč/litr	Mléko – 10,90 Kč/litr
Vejce – 30-38 Kč/6 ks	Vejce – 16,50 Kč/6 ks
Slunečnicový chléb – 66 Kč/500g	Slunečnicový chléb – 24,90 Kč/500g
Ananasový kompot – 62 Kč/370ml	Ananasový kompot – 23,90 Kč/565g
Oříšková tyčinka – 28 Kč/40g	Oříšková tyčinka – 9,50 Kč/32g
Víno bílé – 106 Kč/0,75l	Víno bílé – 75,90 Kč/0,75l

Zdroj: Chebský deník 2. října 2006, strana 26

Biopotraviny jsou řádově dražší o 20-40%, protože mají vyšší náklady během celého výrobního procesu. V ekologickém zemědělství nelze zkracovat proces živočišné a rostlinné výroby chemickými látkami a průmyslovými hnojivy. Ekozemědělci většinou mají nižší výnosy, výrazně větší podíl manuální práce a také vyšší náklady spojené s certifikací, což se odrazí ve vyšší ceně finálního produktu. Bio by mělo být v podstatě vždy dražší, i když se dá v některých případech vyrábět za stejné ceny nebo i nižší ceny. Ty jsou závislé na způsobu výroby a užitých technologiích v daném odvětví. Následně se cena odráží na množství stálých zákazníků. Ještě nedávno byli konzumenty biopotravin hlavně vegetariáni a ekologové. V dnešní době vzbuzují biopotraviny velký zájem, jelikož se současná populace snaží pečovat o své zdraví, nebo má zdravotní potíže. Další početnou skupinou mezi konzumenty jsou maminky s dětmi, které biopotravinám přikládají velký význam a věří, že dělají pro své děti a jejich zdraví to nejlepší. Ale je mezi námi mnoho skeptiků, kteří biopotravinám nepřikládají žádný význam a uznávají jiný životní styl, než zdravý způsob života.

5. TRH BIOPOTRAVIN A JEHO CHARAKTERISTIKA

Trh s bioprodukty je součástí potravinového trhu a ten zase částí trhu všeobecného. Nelze ho vyčlenit jako nezávislý prvek, proto je nutné akceptovat faktory ovlivňující trh jak na straně nabídky tak i poptávky.

Preference spotřebitelů určují spotřebitelskou poptávku po zboží. Jaké množství určitého statku lidé kupují v daném čase závisí na jeho ceně. Samozřejmě existují i další důležité specifické faktory, které ovlivňují poptávku.

Chování jednotlivce, stejně jako všech ekonomických subjektů, je možno vysvětlit na základě porovnávání efektů ekonomické aktivity a “újmou” (výdajů, nákladů) s touto aktivitou spojených. Efektem je v případě jednotlivce užitečnost plynoucí ze spotřeby jednotlivých statků, “újmou” je vynaložení důchodu na nákup těchto statků. (Soukupová, 1993)

Spotřebitel, který jedná racionálně, v rámci svého omezeného důchodu, maximalizuje užitečnost. Užitečnost plyne z preferencí spotřebitele.

Soukupová uvádí, že: “Každé dvě spotřební situace (dva spotřební koše statků) mohou být porovnávány z hlediska preference spotřebitele. Pro každé dva spotřební koše A a B musí nastat jedna ze tří následujících situací:

- A je preferováno před B, neboli $A > B$;
- B je preferováno před A, neboli $A < B$;
- A i B jsou indiferentní, stejně atraktivní, neboli $A = B$.”

Otázka preference je velice složitá. Zahrnuje mnoho faktorů, například faktory biologické, psychologické, kulturní, společenské atd.

Je možno říci, že na nízké úrovni vývoje společnosti, při nízké životní úrovni, je klíčová otázka přežití, zatímco s rozvojem společnosti roste význam komfortu. I zde však

společenské a psychologické faktory preference ovlivňují. Pro rozvinutější společnost a s růstem životní úrovně nabývají na významu faktory jako společenské postavení, estetické cítění apod. (Soukupová, 1993)

5.1 Tržní poptávka

Individuální poptávka po určitém zboží je funkcí ceny tohoto zboží, cen ostatních zboží a důchodu spotřebitele.

Tržní poptávka (MD) = součet individuálních poptávek jednotlivých spotřebitelů. Graficky se odvozuje horizontálním součtem individuálních křivek poptávky.

Individuální poptávku je možné vyjádřit funkcí:

$$X_i = D_i (P_1, P_2, \dots, P_n, I)$$

- kde X_1 až X_i je poptávané množství jednotlivých zboží, D_1 až D_i je funkční závislost P_1 až P_n jsou ceny jednotlivých zboží a I je důchod spotřebitele. (Macáková, Soukupová, 1998)

5.2 Elasticita poptávky

Elasticita vyjadřuje citlivost reakce určitého subjektu na nějaký podnět. Obecně můžeme sledovat citlivost změny proměnné A v závislosti na změně B :

$$A = f(B, \dots).$$

Elasticita proměnné A vzhledem k proměnné B (A = závisle proměnná) je vyjádřena procentní změnou proměnné A vyvolanou změnou proměnné B o jedno procento:

$$E_{BA} = \frac{\% \text{ změna } A}{\% \text{ změna } B}$$

5.2.1 Důchodová elasticita poptávky

Důchodová elasticita poptávky se vyjadřuje jako podíl procentní změny poptávaného množství a procentní změny důchodu spotřebitele. Koefficient důchodové elasticity poptávky udává, o kolik procent se změní poptávané množství X , když se změní důchod spotřebitele o jedno procento.

$$\text{Důchodová elasticita poptávky} = \frac{\% \text{ změna } X}{\% \text{ změna } I}$$

Pro jednotlivé druhy statků je i různá důchodová elasticita poptávky:

1) Normální statky $\rightarrow E_{DI} > 0$

- s růstem důchodu roste poptávané množství. Podíl procentních změn je kladný

a) luxusní statky – poptávané množství roste rychleji než důchod $\rightarrow E_{ID} > 1$

- změna I o 1% vyvolá změnu X vyšší než 1%

b) nezbytné statky – poptávané množství roste pomaleji než důchod $\rightarrow E_{ID} < 1$

- změna I o 1% vyvolá změnu poptávky po nezbytném statku nižší než 1%

2) Méněcenné statky $\rightarrow E_{DI} < 0$

- s růstem důchodu klesá poptávané množství. Podíl procentních změn je záporný.

Součet důchodových elasticit všech spotřebovávaných statků vynásobených jejich podílem na důchodu spotřebitele je roven jedné.

Růst důchodu způsobí růst poptávky po normálním statku, z čehož plyne posun křivky poptávky doprava. Posun je větší v případě elastické poptávky a v případě neelastické poptávky je menší.

Růst důchodu způsobí pokles poptávky po méněcenném statku, z čehož plyne posun křivky poptávky doleva a snížení poptávaného množství.

5.2.2 Cenová elasticita poptávky

Cenová elasticita poptávky vyjadřuje citlivost reakce spotřebitele na změnu ceny statku. Vyjadřuje se jako podíl procentní změny poptávaného množství a procentní změny ceny.

$$\text{cenová elasticita poptávky} = \frac{\% \text{ změna } X}{\% \text{ změna } P_X}$$

Koeficient cenové elasticity poptávky (E_{DP}) udává, o kolik procent se změní poptávané množství statku X , když se jeho cena změní o jedno procento.

Cenová elasticita poptávky je zpravidla záporná ($E_{DP} < 0$), protože mezi vývojem poptávaného množství a ceny je nepřímý vztah.

1) Jednotkově elastická poptávka ($E_{DP} = -1$)

Procentní změna poptávaného množství je stejná jako procentní změna ceny (s opačným znaménkem).

2) Neelastická poptávka ($E_{DP} > -1$)

Procentní změna poptávaného množství je menší než procentní změna ceny.

3) Elastická poptávka ($E_{DP} < -1$)

Procentní změna poptávaného množství je větší než procentní změna ceny.

V extrémním případě dokonale neelastické poptávky $E_{DP} = 0$ a v případě dokonale elastické poptávky $E_{DP} = \infty$

Cenová elasticita poptávky ovlivňuje nejen tvar a sklon křivky poptávky, ale i tvar křivky PCC (cenová spotřební křivka).

Změna poptávaného množství X v důsledku změny P_X se projeví na celkových výdajích za toto zboží ($P_X \cdot X$). V závislosti na cenové elasticitě poptávky po daném statku mohou nastat různé případy:

- 1) **Jednotková elasticita poptávky** – se změnou P_X se výdaje na zboží X ($P_X \cdot X$) nemění. Nemění se ani výdaje na zboží Y ($P_Y \cdot Y$). Jelikož je i cena P_Y konstantní, nemění se poptávané množství zboží Y . Se změnou P_X se mění pouze množství statku X .
- 2) **Neelastická poptávka** – pokles P_X vede k poklesu výdajů na X ($P_X \cdot X$) a k růstu výdajů na statek Y , tj. ($P_Y \cdot Y$) což vede k růstu poptávaného množství Y .
- 3) **Elastická poptávka** – pokles P_X vede k růstu výdajů na X ($P_X \cdot X$) a k poklesu výdajů na Y ($P_Y \cdot Y$) což vede k poklesu poptávaného množství Y .

Cenová elasticita poptávky po statku X ovlivňuje vztah mezi změnou ceny a množstvím na trhu. Určitá změna nabídky způsobí:

- v případě elastické poptávky malou změnu ceny a velkou změnu rovnovážného množství,
- v případě neelastické poptávky velkou změnu ceny a malou změnu rovnovážného množství.

Existují faktory , které ovlivňují cenovou elasticitu poptávky jako jsou:

- a) charakter statku
- b) existence a míra dostupnosti substitutů,
- c) podíl výdajů na daný statek na důchodu spotřebitele
- d) délka časového období

5.2.3 Křížová elasticita poptávky

Křížová elasticita poptávky vyjadřuje citlivost změny poptávaného množství X na změnu ceny druhého statku P_Y . Koefficient křížové elasticity poptávky E_{DC} je podíl procentní změny poptávaného množství X a procentní změny P_Y .(Macáková, Soukupová, 1998)

Hodnota koeficientu křížové elasticity poptávky napovídá, do jaké míry jsou statky navzájem nahraditelné:

- $E_{DC} > 0 \rightarrow \Delta X/\Delta P_Y$ je kladné. Jedná se o *substituty*.
- $E_{DC} < 0 \rightarrow \Delta X/\Delta P_Y$ je záporné. Jedná se o *komplementy*.

5.2.4 Vztahy mezi elasticitami

Pro vztah mezi elasticitami poptávky – důchodovou, cenovou a křížovou platí, že se jejich součet rovná nule (za předpokladu, že poptávka po statku X závisí pouze na I , P_X a P_Y):

$$E_{DP} + E_{DC} + E_{DI} = 0$$

Poptávková funkce je matematicky homogenní funkcí nultého stupně, což znamená, že při stejném zvýšení všech cen i důchodu spotřebitele se poptávka nezmění. (Macáková, Soukupová, 1998)

5.3 Poptávka po biopotravinách

Poptávku po biopotravinách všeobecně ovlivňuje mnoho faktorů, jako například:

- reklama
- vlastní přesvědčení
- zdravá výživa, osvěta
- skandály s potravinami
- zvědavost
- výše příjmů
- stravovací zvyklosti
- úroveň vzdělání a informovanosti

Největší vliv na poptávku po biopotravinách má garantovaná pravost ekologického výrobku, kvalita produktu, kontrola produkčního procesu a spolehlivost dodavatelů a výrobců. Středně významné ovlivnění poptávky způsobuje prodejní cena, záruční doba, obchodní rozpětí a chuť bioproduktu. Nejméně je poptávka ovlivněna známostí značky, balením a servisem dodavatele. (Moudrý, Prugar 2002)

5.4 Nabídka biopotravin

Sortiment biopotravin na českém trhu je ve srovnání s vyspělými zeměmi malý, kdežto v zahraničí je sortiment daleko rozšířenější, protože se vzrůstající poptávkou roste i nabídka sortimentu. V Evropě jsou na trhu více než 50 let, kdežto u nás jsou v raném stadiu. Biopotraviny zatím nejsou v ČR stejně dostupné jako konvenční potraviny, ale trh s biopotravinami se dynamicky rozvíjí. To napoví následující kategorie výrobků v kvalitě BIO jako např. bezlepková strava, kojenecká a dětská výživa, pečivo, rostlinné maso, sladkosti, čokolády, kaše, vločky, tyčinky, oplatky, sušené ovoce, marmelády, ovocné kompoty, pomazánky, oleje, tuky, olivy, koření, mořské speciality a řasy, konzervy, zavařeniny, omáčky, sladidla, cukr, med, obiloviny, luštěniny, rýže, mouky, těstoviny, kuskus, přílohy, polévky, bujóny, vývary, uzeniny, pivo, ovocné limonády apod. Přesto některé druhy potravin nebudou nikdy u nás dostupné z důvodu klimatických rozdílů a požadavků na náročnost produkce. Mnoho potravin se k nám dováží i přesto, že bychom mohli být soběstační vlastní výrobou.

Na stránkách www.biosfera.cz jsou uvedeny nejvíce kupované výrobky:

1. Goji kustovnice čínská – 100g (Čína)
2. Panenský kokosový olej BIO 300ml (Filipíny)
3. Konopná semena BIO 200g (Rakousko)
4. Slunečnicová semena BIO 250g (ČR)
5. Tataráček 48g (ČR)
6. Svačinka valašská BIO 48g (ČR)
7. Švestky bez pecek BIO 100g (Velká Británie)

8. Rozinky Sultánky BIO 200g (Turecko)

9. Konopná semena vyloupaná BIO 100g (Rakousko)”

Zde je vidět, že opravdu většina nakupovaných biopotravin a bioproduktů pochází ze zahraničí.

Spotřebitelé mají několik možností, kde biopotraviny nakupovat. Můžeme je běžně koupit většinou v prodejnách zdravé výživy, specializovaných bioprodejnách, přímo na ekologických farmách (tzv. ze dvora), tržnicích, supermarketů a hypermarketů či dokonce na internetu. Tesco a Plus mají dokonce svoje vlastní retailové značky (Tesco Organic a Plus Plus).

V České republice je asi 300 prodejen zdravé výživy, ve kterých se nabízejí biopotraviny, více než 50 z nich je sdruženo ve Svazu ekologických zemědělců PRO-BIO. Bioprodejny PRO-BIO nabízejí 30 – 90% ze svého sortimentu v kvalitě bio. (www.pro-bio.cz)

Autorka Anna Michalová ve své knize uvádí: ”V prodejnách svazu PRO-BIO by měl mít zákazník záruku určité šíře sortimentu biopotravin i kvality a fundovanosti obsluhy. V zahraničí, kde je paleta biopotravin nepoměrně širší, mají tyto prodejny i přes 99 procent sortimentu v biokvalitě a zákazník může nakupovat bez obav z toho, že by kupoval konvenční produkty.”

5.5 Podpora prodeje biopotravin

Z již provedených průzkumů je známé, že poptávka po biopotravinách roste, ale jejich produkce v České republice stagnuje a v regálech obchodů vítězí dovoz.(www.pro-bio.cz)

Důvodem je, že český zákazník stále nesáhá hluboko do peněženky a také odborníci hovoří o nedostatečném povědomí občanů a přínosu biopotravin pro přírodu a zdraví. Dalo by se tedy říci, že ekozemědělci nebo prodejci biopotravin se dostatečně nevěnují

marketingu. V porovnání s reklamou na konvenční výrobky je rozsah propagace biopotravin velmi malý. Pravidelně je reklama na bioprodukty zveřejňována v Bionovinách, v Bioměsíčníku a Bulletinu ekologického zemědělství. Jsou zde zveřejňovány i adresy prodejen a biozemědělců, kteří prodávají své produkty přímo, kalendáře akcí.

Mezi hlavní podpůrná opatření pro podporu prodeje biopotravin, aby se dostala do podvědomí ostatních spotřebitelů, patří propagační akce, reklama a veřejné informace.

Reklamní materiály (letáky, prospekty, plakáty a brožurky) částečně financuje i Ministerstvo zemědělství ČR, Svaz PRO-BIO a obchodní společnosti.(Moudrý, Prugar 2002)

Důraz by měl být kladen na zajištění dostupnosti kvalitních a aktuálních informací v oblastech podnikání v ekologickém zemědělství a jejich distribuci vhodnou formou všem cílovým skupinám. Mezi tyto informace lze zařadit zejména výsledky výzkumu dokumentující environmentální a zdravotní přínosy ekologického zemědělství a konzumace biopotravin. Je to určitě úspěšný krok k rozvoji ekologického zemědělství a zpracování biopotravin v ČR.

Autorka knihy Michalová píše, že :“ Zatímco potravinářství v Evropě stagnuje, rozvíjí se dnes produkce biopotravin jako jediné odvětví ročně o mnoho procent.“

6. ANALÝZA POPTÁVKY PO BIOPOTRAVINÁCH NA KONKRÉTNÍM TRŽNÍM SEGMENTU

Za účelem sestavení konceptuálního rámce výzkumu byla prostudována domácí i zahraniční literatura zabývající se problematikou ekologického zemědělství a biopotravin, odborná literatura a další informační prameny.

Tato část je postavena na kvantitativním empirickém výzkumu, jehož cílem je popsat rozdíly spotřebních motivů skupiny konzumentů biopotravin a skupiny konzumentů konvenčních potravin zaměřených hlavně na informovanost o biopotravinách a míněním o jejich vhodnosti, což je podstatnou součástí nákupního chování.

Pro účely této diplomové práce jsem zvolila metodu kvantitativního šetření založeného na dotazníkovém sběru dat. Práce nepracuje s reprezentativním vzorkem. Respondenti byli vybíráni náhodně.

6.1 Přípravná část

Výzkumný problém: Informovanost o biopotravinách a mínění o jejich vhodnosti

OH: S vyšší sociálně-ekonomického postavení domácnosti roste informovanost o biopotravinách a přesvědčení o jejich vhodnosti pro výživu.

Přirozený systém tvoří tyto proměnné:

Nezávisle proměnné – socioekonomické postavení a sociálně demografická podmíněnost

- pohlaví
- věk
- příjmová kategorie
- vzdělání
- bydliště
- zaměstnání

- rodinný stav
- závislé děti v domácnosti
- nákupní zvyklosti domácnosti (frekvence a délka nákupu) v oblasti biopotravin

Závisle proměnné – informace a přesvědčení

- přesvědčení spotřebitelů o pozitivním vlivu biopotravin na zdraví
- přesvědčení spotřebitelů o pozitivním vlivu biopotravin na životní prostředí
- informovanost spotřebitelů o biopotravinách a vyhledávání informací
- zdravý životní styl – (někteří dnešní) lidé se snaží žít zdravě
- záruka pravosti biopotravin a bioproduktů – značení výrobků pocházejících z ekologického zemědělství, biopotravin (logo)

Vnější proměnné

- informační zdroje ovlivňující nákup
- dostupnost biopotravin v místě obvyklého nákupu

Pracovní hypotézy, které by měl výzkum potvrdit či vyvrátit:

- Lidé využívají k vyhledávání nových informací o biopotravinách spíše internet než běžné noviny a časopisy.
- Biopotraviny nakupují spíše lidé s příjmem vyšším než 20 000,-Kč měsíčně než lidé s nižším příjmem.
- Výrazným problémem pro většinu spotřebitelů je relativně vysoká cena biopotravin.
- Lidé jsou přesvědčeni, že biopotraviny jsou pro děti vhodnější než konvenční potraviny.
- Většina respondentů se domnívá, že produkce biopotravin má kladný vliv na životní prostředí.
- Povědomí o kvalitě bioproduktů a biopotravin mají lidé spíše ve městě než na venkově.
- Lidé s nižším vzděláním nedůvěřují označení bio v takové míře jako osoby vysokoškolsky vzdělané.
- Lidé budou více nakupovat biopotraviny, když bude lepší jejich dostupnost.

- Biopotraviny nejčastěji nakupují respondenti ve věku 30 až 39 let.
- Respondenti s příjmem vyšším než 20 000,-Kč měsíčně nakupují biopotraviny déle než respondenti s měsíčním příjmem nad 10 000,-Kč.
- Respondenti nad 40 let věří nejvíce, že konzumace biopotravin má pozitivní vliv na jejich zdraví.
- Lidé častěji nakupují biopotraviny v prodejně zdravé výživy než v super/hypermarketu.
- Dostatek informací je rozhodující pro nákup biopotravin.

6.2 Sestavení dotazníku

Předpokladem úspěšného provedení terénní části výzkumu je dobře sestavený dotazník. K jeho tvorbě je třeba respektovat určité obecně platné zásady. Dotazník by měl být krátký, věcný a srozumitelný. Velice důležité je, aby zkoumaná osoba otázce správně porozuměla. „Správně porozumět znamená, že respondent pochopí otázku přesně tak, jak to měl výzkumník na mysli, a dále to znamená, že všichni dotazovaní musí pochopit otázku naprosto stejným způsobem. (Disman, 2007)

Otázky jsou uzavřeného typu, např. Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání? V této otázce je správná pouze jedna odpověď a na výběr je šest možností. Nebo otázky polouzavřené (polootvřené) typu, např. Kde kupujete nebo byste hlavně kupoval(a) biopotraviny?, kde kromě uvedených odpovědí je ještě ponechána další možnost odpovědět. A posledním typem je otázka filtračního typu, např. Jestliže nakupujete u Vás doma biopotraviny, jak často je nakupujete? Je to otázka, která vylučuje odpověď osoby, která nenakupuje biopotraviny. Dále je důležité položit otázky skutečně nutné, správně vytvořené (reliabilita a validita otázek) a dotazník by měl mít určitou logiku.

6.3 Pilotní testování

Na základě výše stanovených hypotéz byl vytvořen dotazník. Pro ověření správnosti sestavení dotazníku a doladění nejasností je nutné provést tzv. pilotní testování. Bylo provedeno s pěti dotazníky na osobách k tomu svolných. Po provedení pilotního výzkumu byly provedeny pouze menší úpravy týkající se formulace některých otázek pro lepší srozumitelnost a změněna pořadí některých otázek.

6.4 Realizační část – sběr dat

Dotazníky byly distribuovány náhodně v nákupním centru Varyáda v Karlových Varech od 13.3. do 14.3.2008 včetně. Zde se nachází několik obchodů, které navštěvují všechny společenské vrstvy a věkové skupiny obyvatel. Celkem bylo osloveno 130 náhodně vybraných respondentů. Dotazníky jsem osobně rozdala a poprosila respondenty o vyplnění a navrácení zpět. Oslovení respondenti byli velice vstřícní, až na několik málo respondentů, kteří nechtěli spolupracovat vůbec, a to bez ohledu na dané téma. Zpět jsem obdržela 120 vyplněných dotazníků.

6.5 Příprava dat

Každý ze 120 vyplněných dotazníků, které se mi vrátily, jsem očíslovala a zkontrolovala logiku odpovědí (např. respondent, který nekupuje biopotraviny, v druhé otázce nevyplnil, jak dlouho už biopotraviny kupuje). Následně jsem provedla kódování odpovědí. Poté jsem vložila data do Excelu v tomto stylu: respondent q1 q2 q3 q4 q5 q6 qk. Kde Ri byla řádka (respondent 1.....120) a Qi byl sloupec (otázka 1 až 23). V dalším kroku byla data z Excelu transformována do souboru ve formátu SPSS. Tabulky vyprodukované pomocí speciálního makra „T&M“, který patří společnosti TNS AISA (navazuje na SPSS). Tabulky viz. příloha.

6.6 Analýza dat – zhodnocení hypotéz

OH: S vyšší sociálně-ekonomického postavení domácnosti roste informovanost o biopotravinách a přesvědčení o jejich vhodnosti pro výživu.

Obecná hypotéza je potvrzena, jelikož povědomí o biopotravinách je skutečně nižší u lidí s nízkým příjmem.

- Lidé využívají k vyhledávání nových informací o biopotravinách spíše internet než běžné noviny a časopisy.

Hypotéza je potvrzena. Internet převažuje nad běžnými novinami a časopisy.

- Biopotraviny nakupují spíše lidé s příjmem vyšším než 20 000,-Kč měsíčně než lidé s nižším příjmem.

Hypotéza je potvrzena, biopotraviny nakupují lidé s příjmem vyšším než 20 000,-Kč minimálně 1 x týdně ze 45% a také za ně utratí měsíčně nejvíce, což je 501 až 1000Kč.

- Výrazným problémem pro většinu spotřebitelů je relativně vysoká cena biopotravin.

Hypotéza je potvrzena. Když lidé biopotraviny nekupují, opravdu jako hlavní faktor uvádějí vyšší cenu.

- Lidé jsou přesvědčeni, že biopotraviny jsou pro děti vhodnější než konvenční potraviny.

Hypotéza je potvrzena.

- Většina respondentů se domnívá, že produkce biopotravin má kladný vliv na životní prostředí.

Hypotéza je potvrzena.

- Povědomí o kvalitě bioproduktů a biopotravin mají lidé spíše ve městě než na venkově.

Hypotéza potvrzena.

- Lidé s nižším vzděláním nedůvěřují označení bio v takové míře jako osoby vysokoškolsky vzdělané.

Hypotéza je zamítnuta. Nejvíce důvěřují označení bio respondenti středoškolsky vzdělaní s maturitou.

- Lidé budou více nakupovat biopotraviny, když bude lepší jejich dostupnost.

Hypotéza zamítnuta. Lidé si myslí, že dostupnost je dostačující.

- Biopotraviny nejčastěji nakupují respondenti ve věku 30 až 39 let.

Hypotéza zamítnuta. Nejčastěji nakupují biopotraviny respondenti ve věku 50 až 59 let.

- Respondenti s příjmem vyšším než 20 000,-Kč měsíčně nakupují biopotraviny déle než respondenti s měsíčním příjmem nad 10 000,-Kč.

Hypotéza je potvrzena. 15-20 let nakupují biopotraviny lidé s příjmem nad 25 000,-Kč, kdežto od nedávna (3-5let) nakupují biopotraviny také lidé v nižších příjmových skupinách.

- Respondenti nad 40 let věří nejvíce, že konzumace biopotravin má pozitivní vliv na jejich zdraví.

Hypotéza je zamítnuta. Největší význam biopotravin na zdraví příkládá skupina do 19 let.

- Lidé častěji nakupují biopotraviny v prodejně zdravé výživy než v super/hypermarketu.

Hypotéza je zamítnuta. Respondenti nejvíce nakupují biopotraviny v super/hypermarketu.

- Dostatek informací je rozhodující pro nákup biopotravin.

Hypotéza je zamítnuta. Pro nákup biopotravin je nejvíce rozhodující cena a dále i chuť, a to i vzhledem k jejich informovanosti.

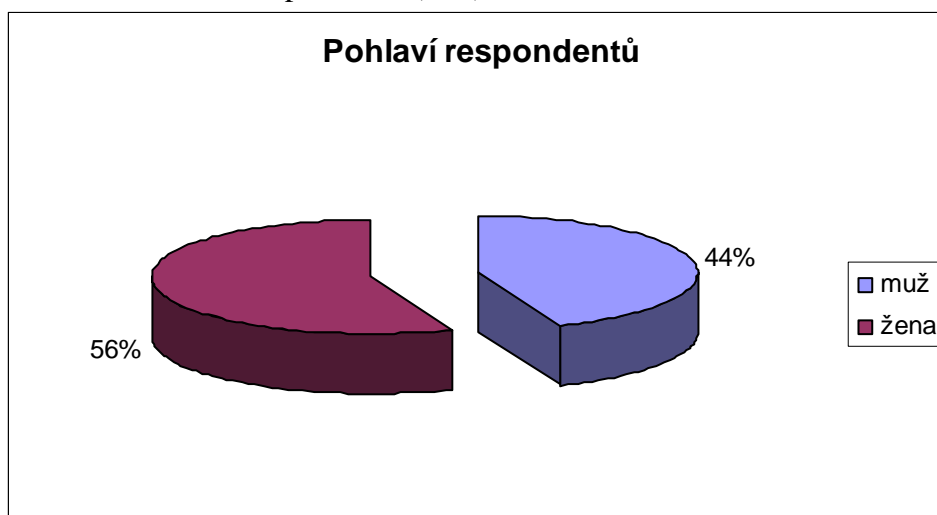
6.7 Analýza dat – dotazníkové šetření

Odpovědi na 23 otázek (viz. příloha č.1), které potvrzují či vyvracejí jednotlivé stanovené hypotézy.

1. Jste:

Mého průzkumu se zúčastnilo 120 respondentů, z čehož bylo 56% žen a 44% mužů.

Obr. č. 4 – Pohlaví respondentů (v %)

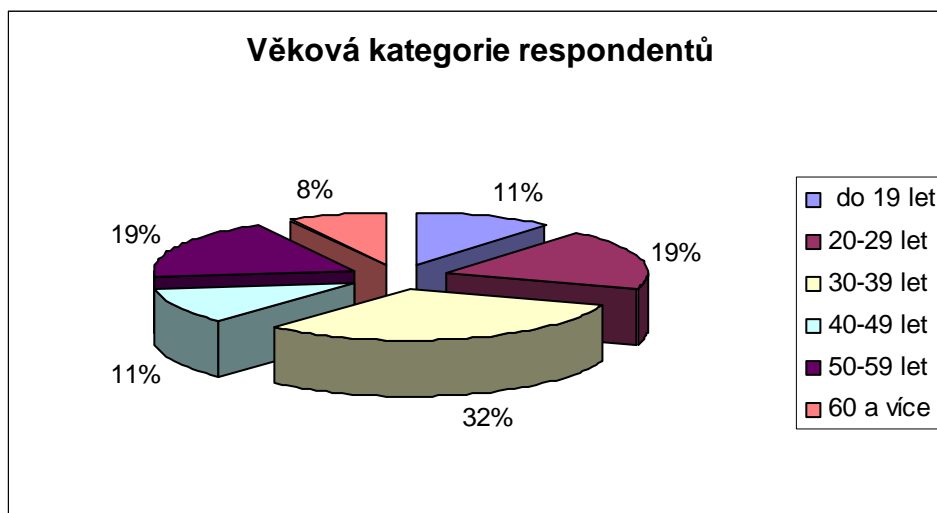


Pramen: Vlastní

2. Do které věkové kategorie spadáte?

Nejsilnější zúčastněnou kategorií mého výzkumu byla skupina 30 -39 let (32% oslovených respondentů). Toto věkové rozmezí poukazuje, že jsou největší nákupní silou vůbec. Také to jsou lidé se zakládající nebo již existující rodinu a s ní souvisejí časté nákupy a taktéž nemalé náklady na chod domácnosti.

Obr. č. 5 – Věková kategorie respondentů (v %)

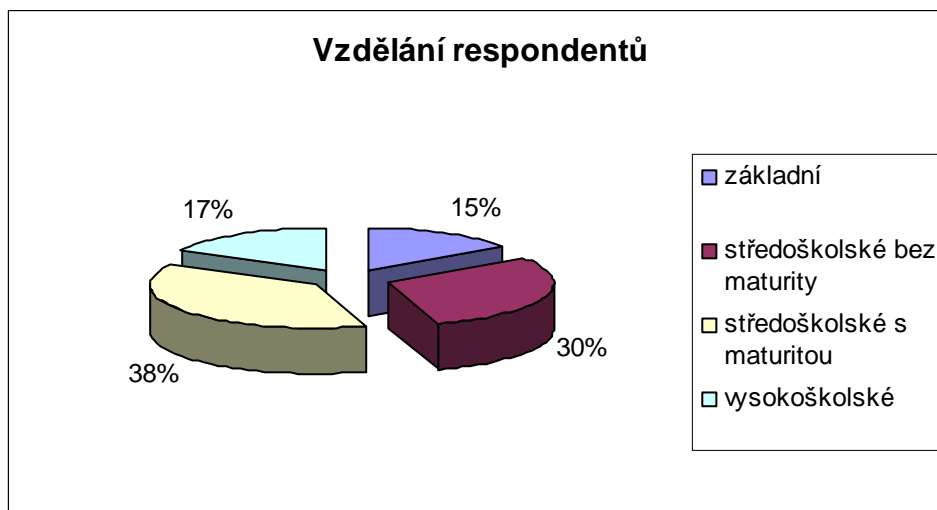


Pramen: Vlastní

3. Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání?

Nejvyšší dosažené vzdělání, které bylo u dotázaných nejčastější, je středoškolské s maturitou (38% oslovených respondentů). Je asi nejběžnějším dosaženým vzděláním dnešní populace, protože je považované v podvědomí lidí jako nutné dosažitelné minimum pro slušné uplatnění na trhu práce.

Obr. č. 6 – Vzdělání respondentů (v %)

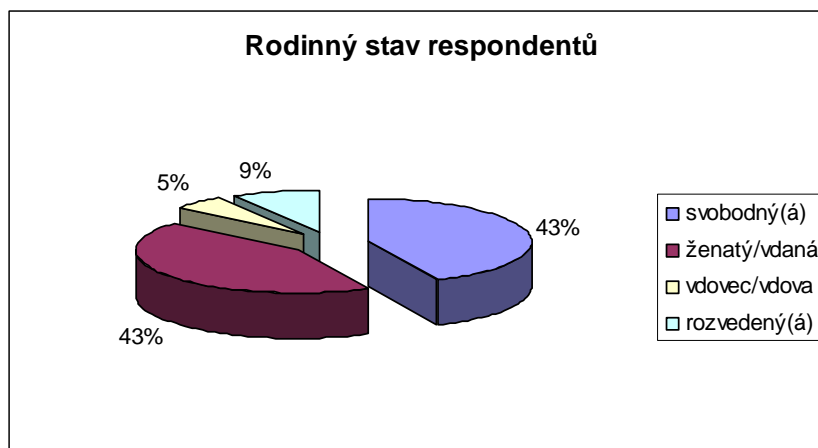


Pramen: Vlastní

4. Jaký je Váš rodinný stav?

Nejvíce oslovených respondentů bylo ženatých/vdaných a svobodných. Výsledek je shodný v obou případech (43% dotazovaných osob).

Obr. č. 7 – Rodinný stav respondentů (v %)

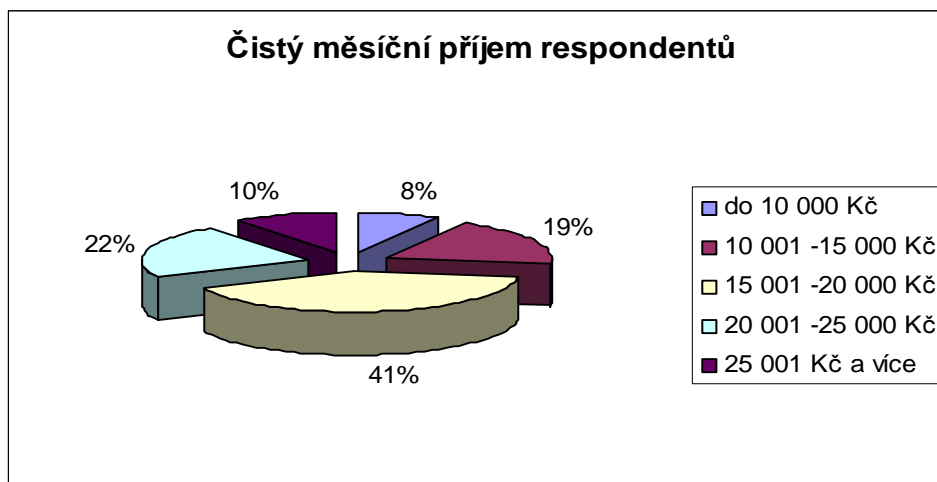


Pramen: Vlastní

5. Jaký je Váš čistý měsíční příjem? Uved'te prosím jednu z následujících příjmových kategorií, do které spadáte?

Čistý měsíční příjem respondentů spadá do kategorie 15 001,-Kč až 20 000,-Kč (41% oslovených respondentů). Což značí o tom, že je to nejčastější příjmová skupina převážně v zaměstnaneckém poměru.

Obr. č. 8 – Čistý příjem respondentů

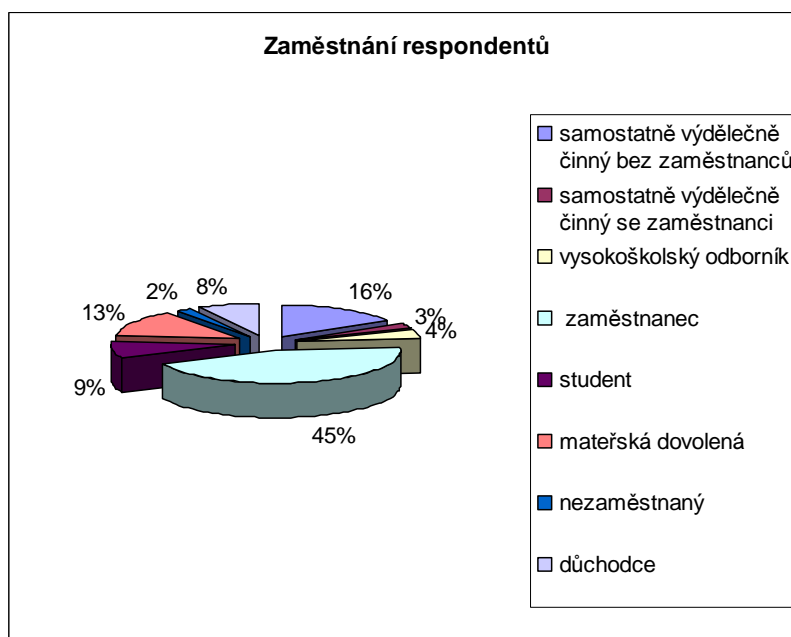


Pramen: Vlastní

6. Jaké je Vaše zaměstnání/profese?

Nejvíce respondentů bylo zaměstnáno v soukromém či státním sektoru (45% oslovených respondentů). V dnešním přesyceném trhu a přetlaku firem je velmi složité se úspěšně uplatnit jako osoba samostatně výdělečně činná, nebo osoba která založí svou vlastní úspěšnou společnost.

Obr. č. 9 – Zaměstnání respondentů (v %)

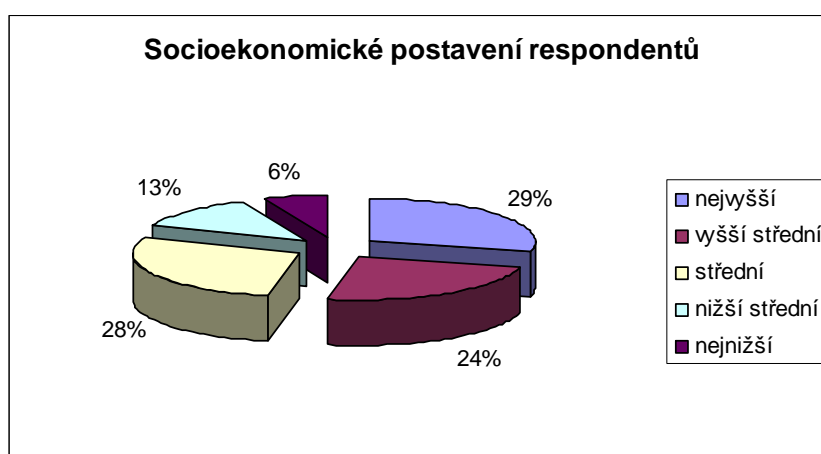


Pramen: Vlastní

7. Jaké si myslíte, že je sociálně ekonomické postavení vaší domácnosti?

Následující zjištění mě velice překvapilo. Většina z dotázaných respondentů uvedla, že sociálně ekonomické postavení jejich domácnosti je nejvyšší (29% oslovených). Z oslovených respondentů se největší skupina cítí nejvýše postavena, ale jde o subjektivní názor oslovených osob, tak nevíme, zda je pravdivý. Svědčí to ale o tom, že většina lidí se cítí být spokojena a zabezpečena.

Obr. č. 10 – Socioekonomické postavení respondentů (v %)

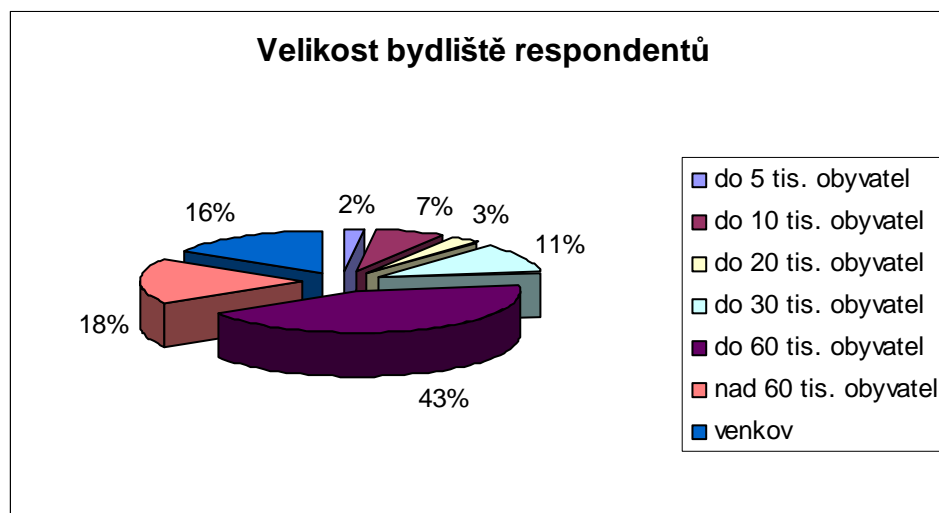


Pramen: Vlastní

8. Bydlíte na venkově nebo ve městě?

Vzhledem k tomu, že byl průzkum proveden ve městě Karlovy Vary, žije většina oslovených respondentů ve městě. Ale je tu i určité nemalé procento lidí žijících na vesnici. Většina dotázaných respondentů žije ve městě do 60 tis. obyvatel (43% dotázaných respondentů).

Obr. č. 11 – Velikost bydliště respondentů (v %)

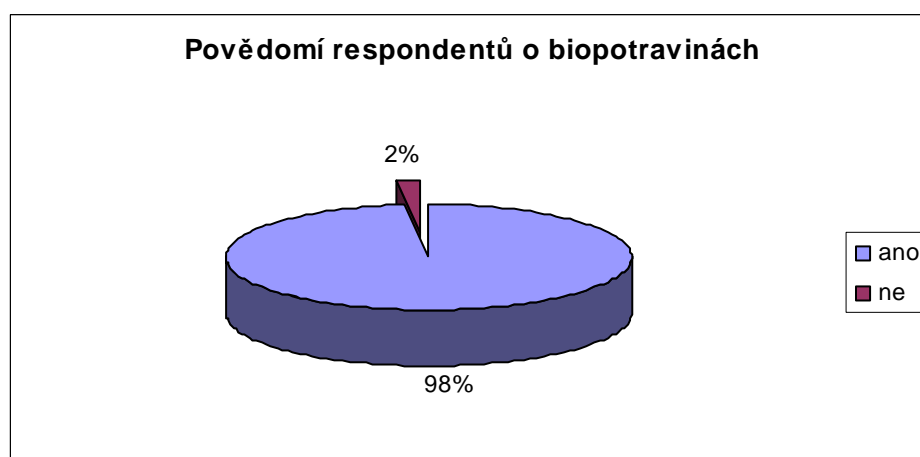


Pramen: Vlastní

9. Slyšel(a) jste už někdy o biopotravinách?

V dnešní době se stává alternativní životní filosofie moderní a potřebná pro stále větší počet obyvatel. Mnoho lidí se snaží žít a jíst zdravě, proto o biopotravinách v dnešní době slyšel téměř každý. Ze 120 oslovených pouze 2% osob na našem trhu nezaregistrovaly biopotraviny.

Obr. č. 12 – Povědomí respondentů o biopotravinách (v %)

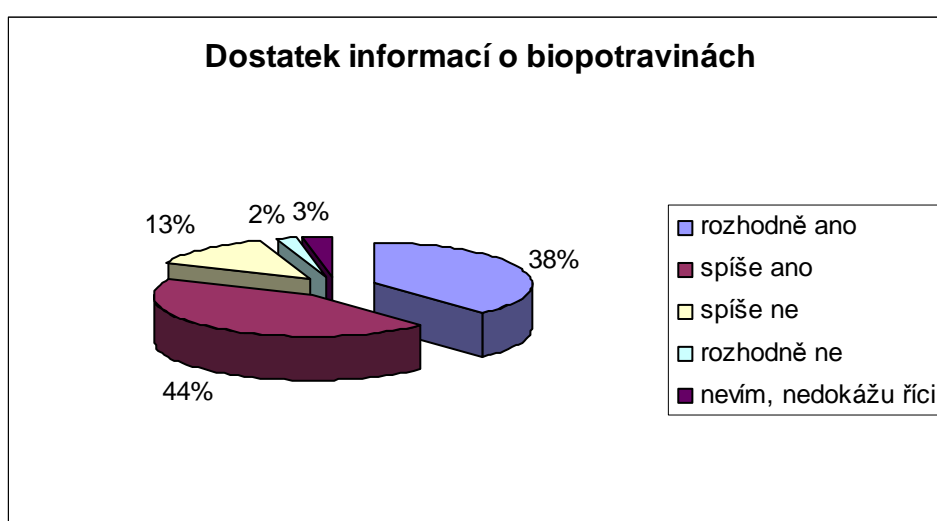


Pramen: Vlastní

10. Myslíte si, že Vy osobně, máte dostatek informací o biopotravinách?

Dnešní moderní doba si žádá všeobecně informovanou populaci. Respondenti z průzkumu mají dostatek informací o biopotravinách. Celých 38% má rozhodně dostatek informací a 44% si myslí, že spíše mají dostatek informací o biopotravinách. Celkově se dá říci, že ze 120 oslovených 82% má velice dobré informace týkající se biopotravin.

Obr. č. 13 – Dostatek informací o biopotravinách

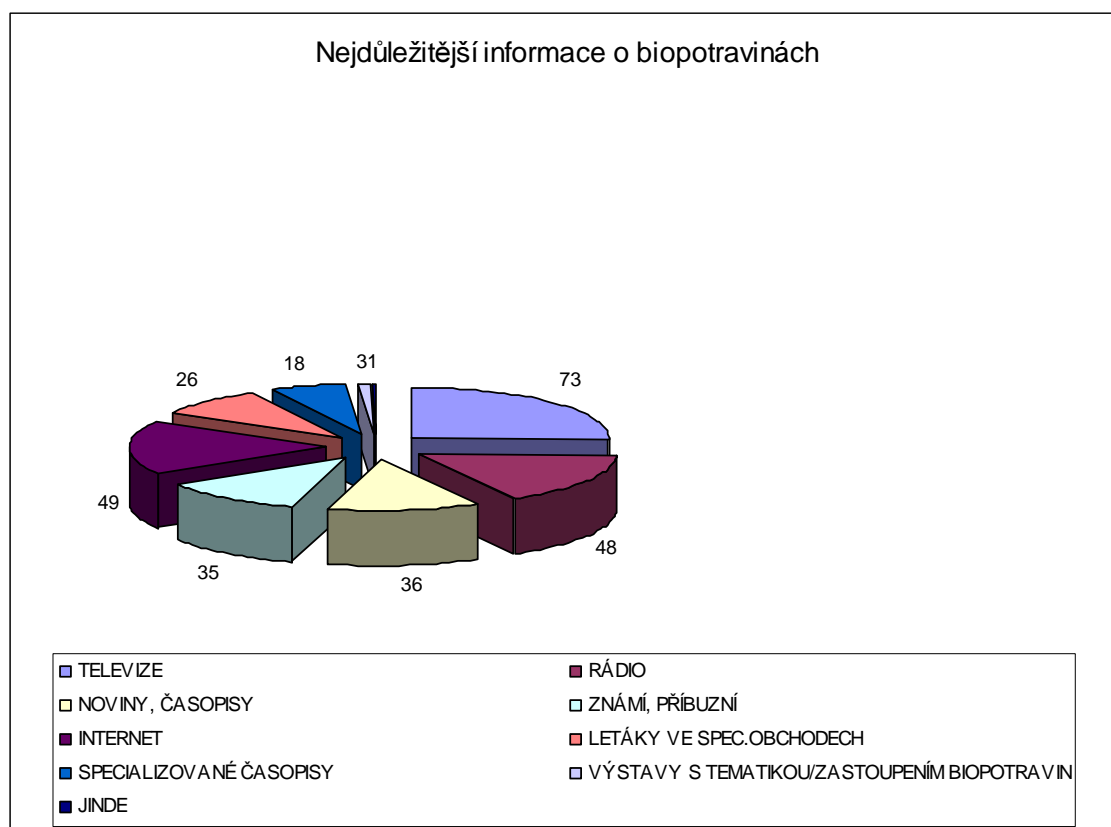


Pramen: Vlastní

11. Pokud se o biopotravinách Vy osobně informujete, odkud získáváte důležité informace? Uveďte prosím čísla nejvýš tří informačních zdrojů v pořadí od nejdůležitějšího po 3. nejdůležitější:

3 nejdůležitější informační zdroje oslovených respondentů jsou v pořadí televize, internet, rádio. Nejčastějším informačním zdrojem je televize, protože nechybí v žádné domácnosti. Zanedlouho ji podle mého názoru určitě předčí internet, protože je stále dostupnější.

Obr. č. 14 – Nejdůležitější informace o biopotravinách (počet osob)

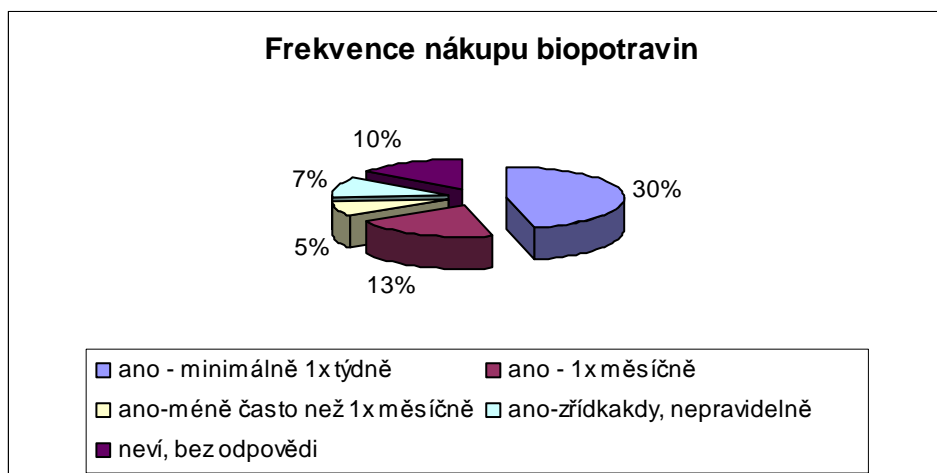


Pramen: Vlastní

12. Jestliže nakupujete u Vás doma biopotraviny, jak často je nakupujete?

Ze 120 dotázaných osob 35% respondentů biopotraviny nenakupuje vůbec. Z 65% kupujících jich 30% nakupuje velmi často a to minimálně jedenkrát týdně.

Obr. č. 15 – Frekvence nákupu biopotravin (v %)

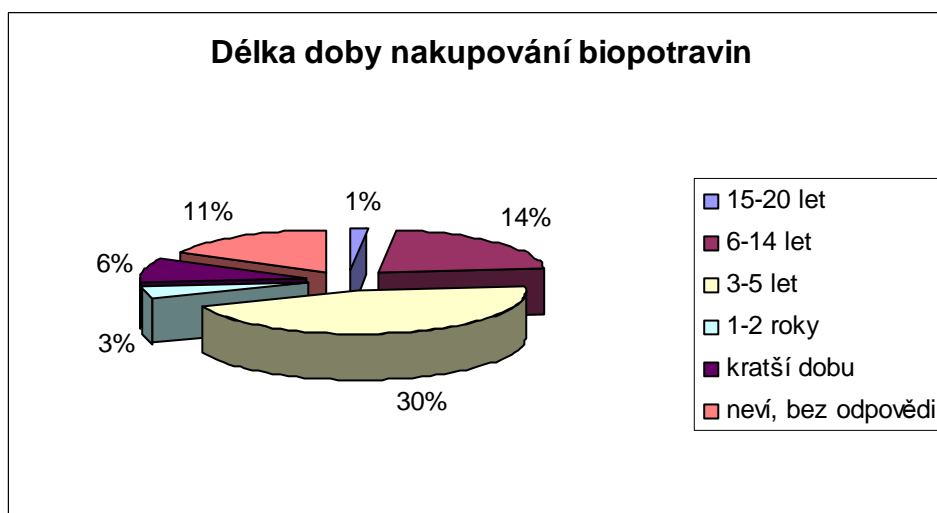


Pramen: Vlastní

13. Jak dlouho už u Vás doma kupujete biopotraviny?

Biopotraviny jsou v podvědomí spotřebitelů v zahraničí téměř 50 let a hodně oblíbené a konzumované od 90. let i dříve. V České republice, jak různé průzkumy ukázaly, jsou v oblibě teprve posledních deset let. Z 65% osob nakupujících biopotraviny je nejčastější uváděná doba 3 – 5 let (35% oslovených respondentů).

Obr. č. 16 – Délka doby nakupování biopotravin (v %)

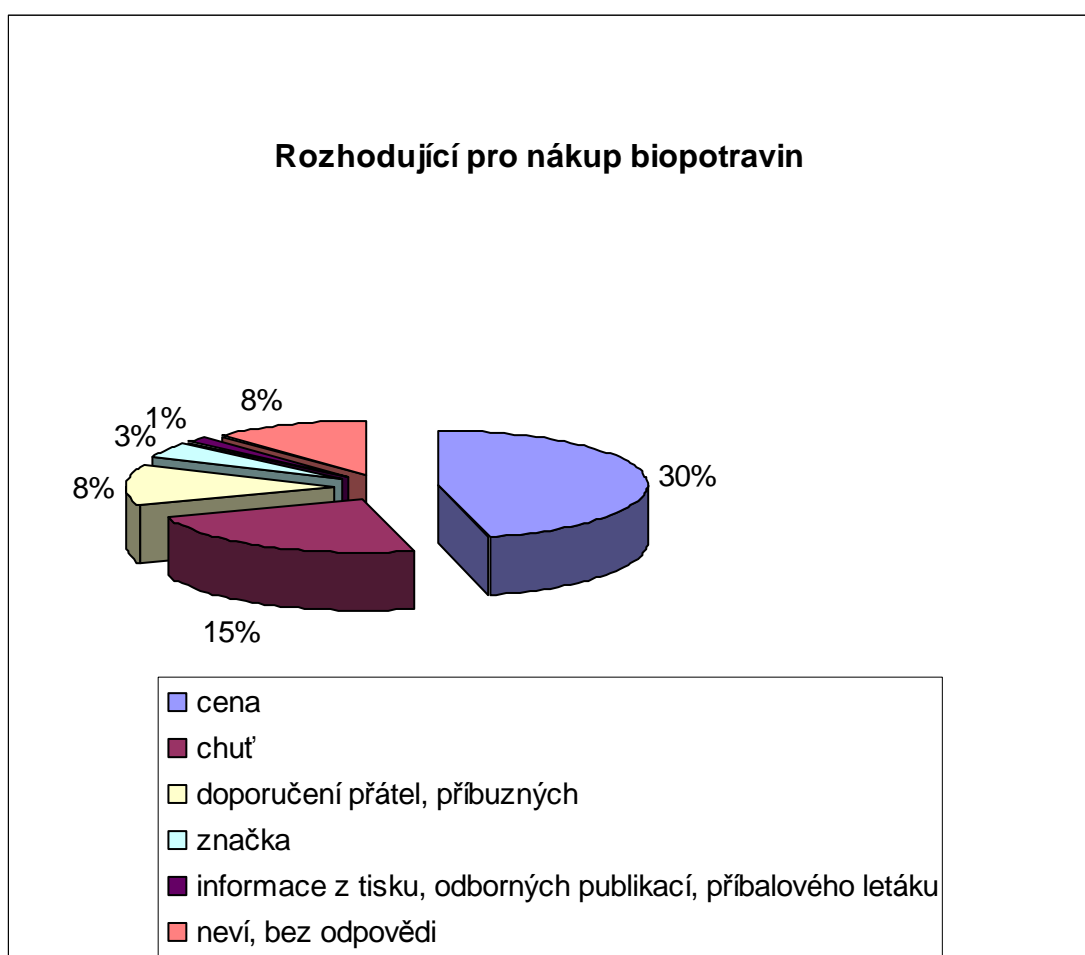


Pramen: Vlastní

14. Jaký faktor je pro Vás rozhodující při nákupu biopotravin?

Pro většinu z nakupujících jako zásadní a nejdůležitější faktor pro nákup biopotravin je cena, jak uvádí 30% ze 78 oslovených respondentů, kteří biopotraviny skutečně nakupují. Kdyby cena biopotravin byla shodná s cenou konvenčních potravin, mnoho spotřebitelů by zcela jistě nakupovalo zdravější potraviny, tedy biopotraviny. Začali by je nakupovat i ti, kteří ještě kvůli vyšší ceně nenakupují a ti, kteří je nakupují, by je určitě nakupovali častěji a byli by schopni za ně utratit mnohem více.

Obr. č. 17 – Rozhodující faktory pro nákup biopotravin (v %)

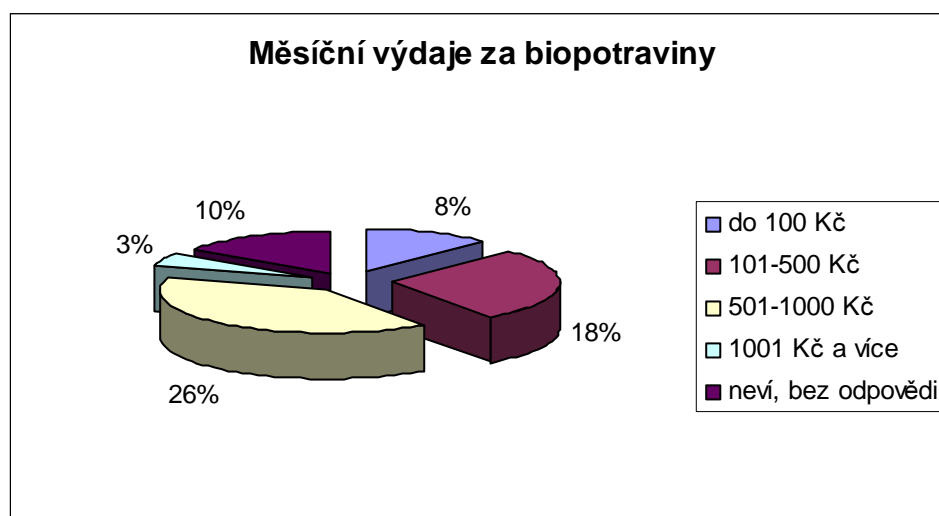


Pramen: Vlastní

15. Jestliže kupujete biopotraviny, kolik měsíčně za ně přibližně utratíte?

Z 65% osob nakupujících biopotraviny za ně měsíčně utratí 501-1000Kč celkem 26% respondentů. Kdyby se cena biopotravin rovnala ceně konvenčních potravin, zcela určitě by lidé za biopotraviny utráceli více.

Obr. č. 18 – Měsíční výdaje za biopotraviny

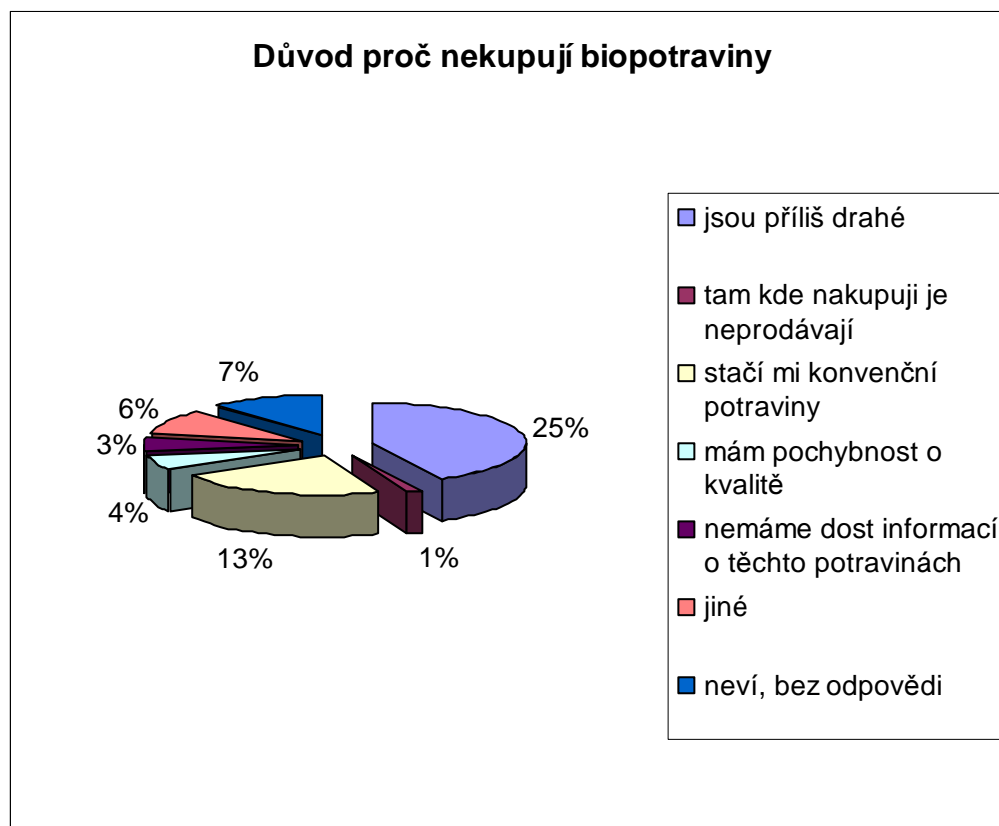


Pramen: Vlastní

16. Pokud nekupujete biopotraviny, z jakého důvodu je nekupujete?

Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří biopotraviny nenakupují. Z 59% osob jich 25% uvádí jako hlavní důvod příliš vysokou cenu.

Obr. č. 19 – Důvod, proč nekupují respondenti biopotraviny (v %)

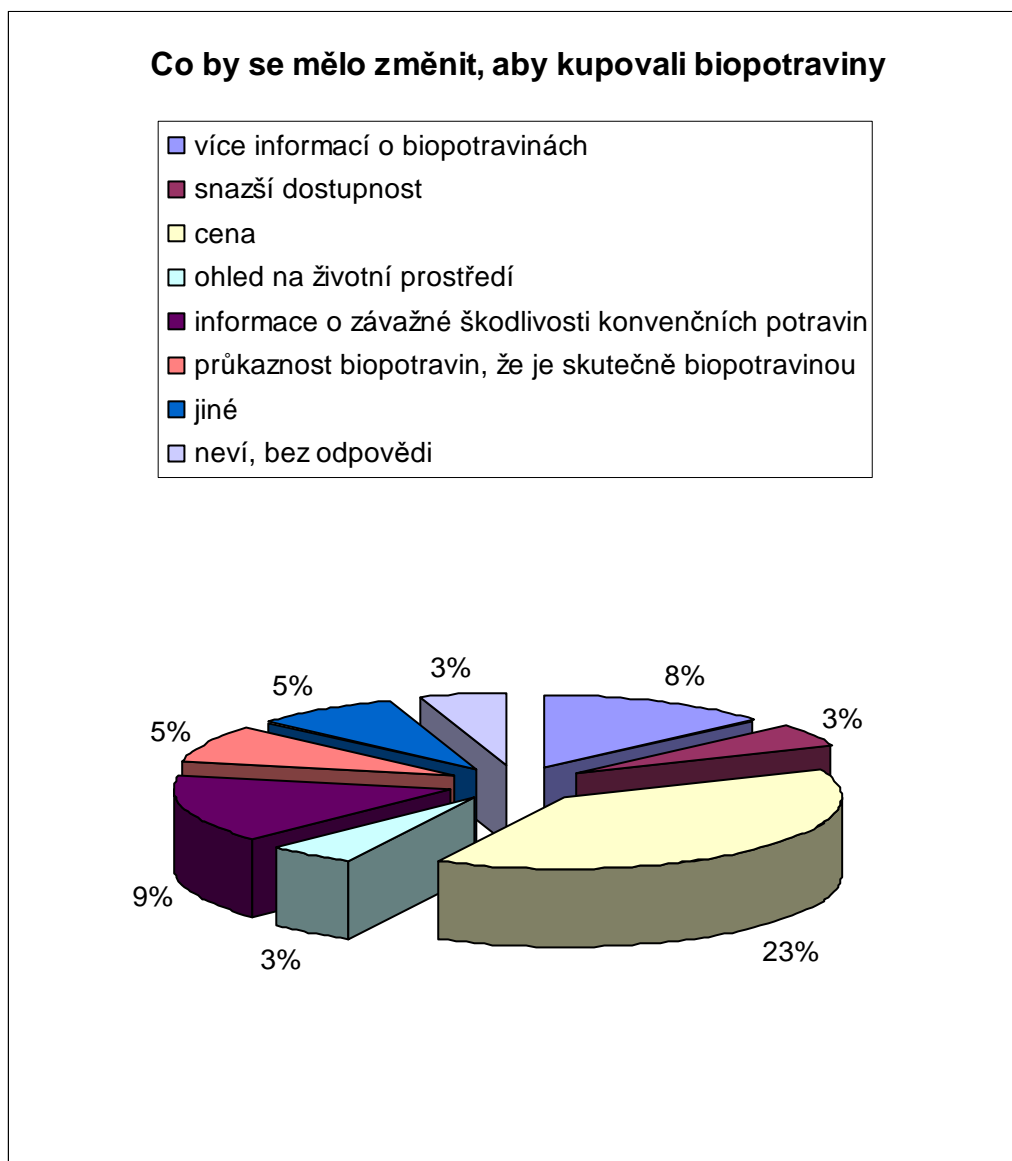


Pramen: Vlastní

17. Pokud nekupujete biopotraviny, co by se muselo změnit, abyste je začali kupovat?

Z 59% respondentů, kteří nekupují biopotraviny, jich 23% uvádí jako hlavní důvod vysokou cenu, která by se musela změnit, aby je začali kupovat.

Obr. č. 20 – Co by se muselo změnit, aby lidé kupovali biopotraviny (v %)



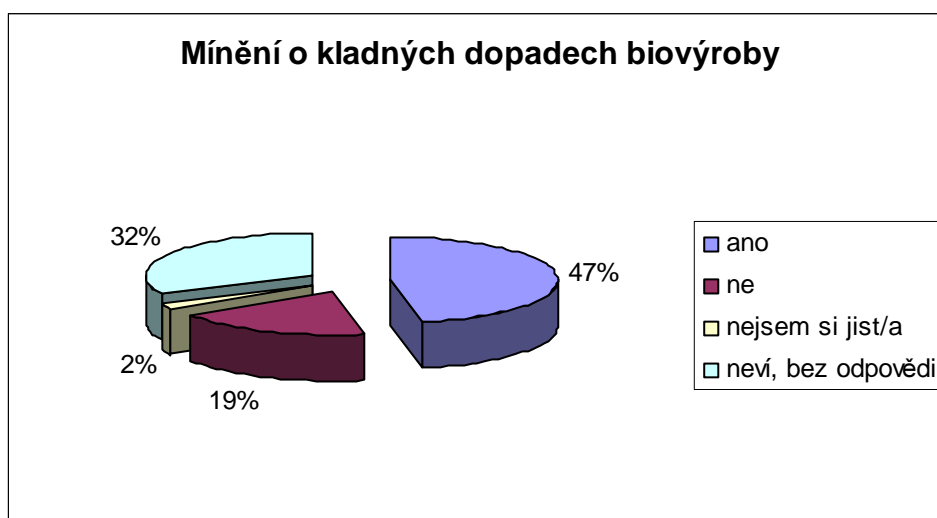
Pramen: Vlastní

18. Myslíte si, že ekologické zemědělství a následná výroba bioproduktů má kladný dopad na životní prostředí?

Zájem spotřebitelů o biopotraviny zřejmě odráží orientaci dnešní populace na otázky týkající se životního prostředí a osobního zdraví. Obecně lze říci, že ekologicky pěstované potraviny jsou zdravější. Určitě u nich můžeme očekávat nižší obsahy látek pocházející z chemizace zemědělství, jako jsou rezidua pesticidů, dusičnany a těžké kovy, a proto i kladný vliv na životní prostředí. Většina dotázaných respondentů má

informace o této problematice a je přesvědčena, že ekologické zemědělství má kladný dopad na životní prostředí, a to celkem 47% oslovených osob. Ale nadále není osvěta na téma ekologické zemědělství tak velká, protože 32% respondentů neví nebo raději vůbec neodpověděli.

Obr. č. 21 – Mínění o kladných dopadech biovýroby (v %)

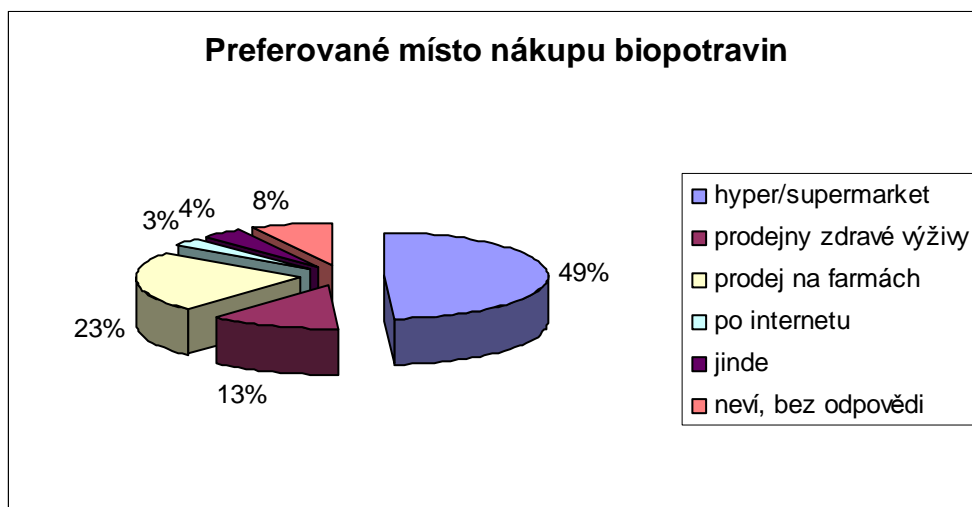


Pramen: Vlastní

19. Kde kupujete nebo byste hlavně kupoval(a) biopotravinu?

Nejoblíbenějším místem nákupu biopotravin je a nebo by byl supermarket, a to u 49% respondentů. Dá se říci, že se v posledních letech zvětšil prodej biopotravin a bioproduktů, k čemuž bezesporu přispělo i zavedení prodeje v řetězci hypermarketů a supermarketů. Tato skutečnost určitě přispěla ke snadnější dostupnosti produktů ekologického zemědělství pro širokou veřejnost.

Obr. č. 22 – Preferované místo nákupu biopotravin (v %)

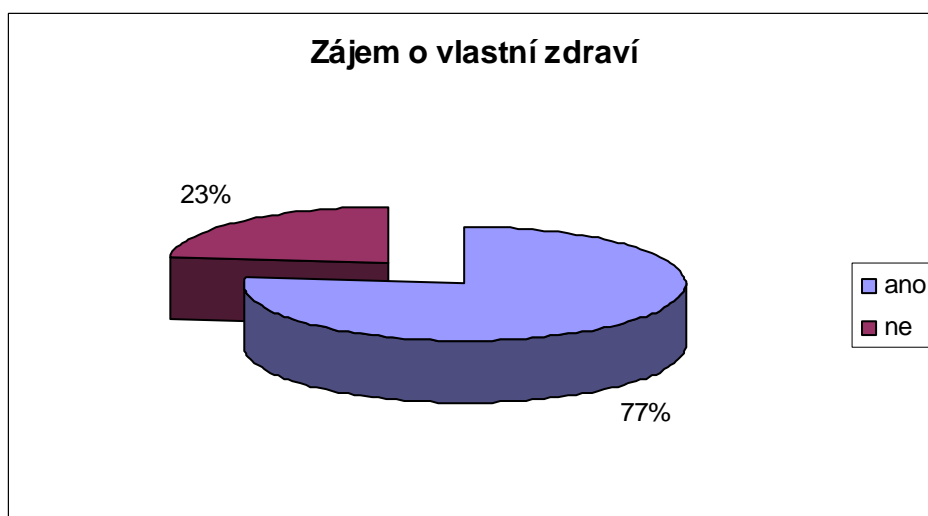


Pramen: Vlastní

20. Zajímáte se o své zdraví?

Tato otázka byla položena zcela účelně, jelikož lze obecně říci, že jsou biopotraviny zdravější. V dnešní moderní době dbá mnoho lidí na zdravý životní styl, tudíž se snaží mimo jiné jíst zdravě. O své zdraví pečuje většina z dotazovaných, a to 77% respondentů.

Obr. č. 23 – Zájem o vlastní zdraví (v %)

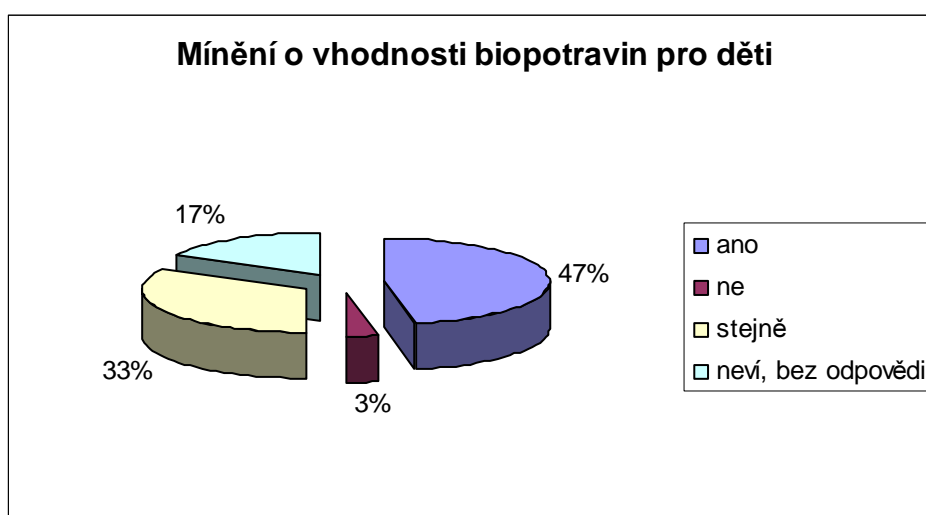


Pramen: Vlastní

21. Myslíte si, že BIO suroviny a potraviny jsou pro děti vhodnější než konvenční potraviny?

Obecně lze říci, že ekologicky pěstované potraviny jsou zdravější, tudíž zřejmě pro děti vhodnější. Všeobecně se říká “pro děti to nejlepší“. 47% respondentů je přesvědčeno, že biopotraviny jsou pro děti vhodnější než konvenční potraviny, i když velká většina zbývajících, si myslí, že biopotraviny jsou pro děti stejně vhodné jako konvenční potraviny (33% dotázaných).

Obr. č. 24 – Mínění o vhodnosti biopotravin pro děti (v %)

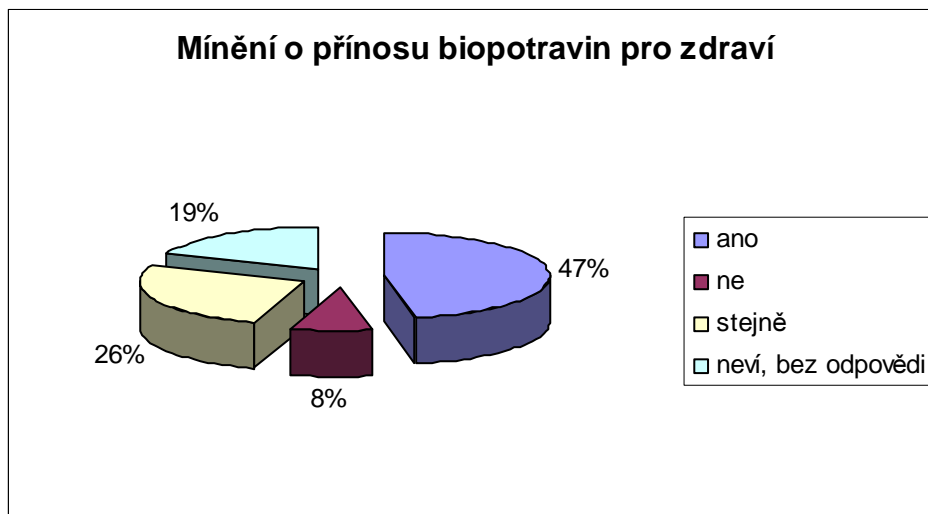


Pramen: Vlastní

22. Myslíte si, že jsou biopotraviny pro člověka zdravější než konvenční potraviny?

47% respondentů má pocit, že jsou biopotraviny zdravější než konvenční potraviny.

Obr. č. 25 – Mínění o přínosu biopotravin pro zdraví (v %)

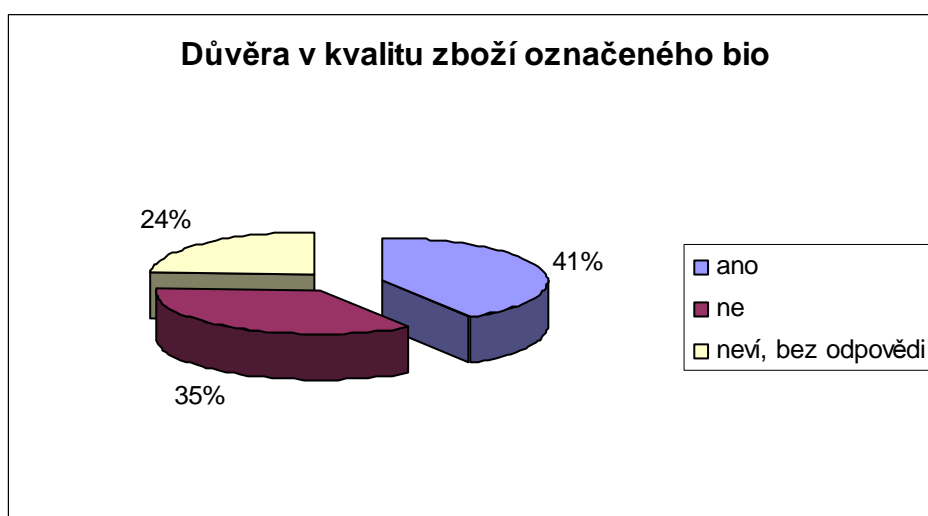


Pramen: Vlastní

23. Dávají Vám Výrobky označené značkou ekologického zemědělství BIO jistotu kvalitního zboží?

K výrobkům označeným značkou ekologického zemědělství sice lidé důvěru mají, ale asi ne tak velkou. Z průzkumu vyšlo, že rozdíl není až tak markantní. 41% respondentů důvěřuje značce BIO a 35% respondentů nedůvěřuje.

Obr. č. 26 – Důvěra v kvalitu zboží označeného bio (v %)



Pramen: Vlastní

7. ZÁVĚR

Stále větší část dnešních spotřebitelů dává přednost biopotravinám – potravinám z ekologického zemědělství. Ekologičtí zemědělci se snaží hospodařit v souladu s přírodou. Řídí se českým zákonem o ekologickém zemědělství, legislativou Evropské unie a jsou pravidelně kontrolováni pověřenými kontrolními organizacemi. Ekologické zemědělství nabízí řešení řady problémů, ať už zdravotních, ekologických nebo sociálních. Kontrolované ekologické zemědělství nepoužívá syntetické chemikálie ani další postupy s negativním dopadem na lidské zdraví a přírodu. Není zdrojem jen zdravých potravin, ale také čistšího životního prostředí, vyváženější a krásnější krajiny. V konečném důsledku také sociálně stabilního a prosperujícího venkova.

Tato diplomová práce se zabývá trhem biopotravin. Především spotřebitelskou poptávkou a jejími socioekonomickými souvislostmi. Hlavním cílem bylo zanalyzovat poptávku po biopotravinách a zjistit skutečný vztah společnosti k biopotravinám, jak jsou o nich lidé informováni a zda jsou přesvědčeni o jejich vhodnosti pro zdravý životní styl. K získání informací na dané téma v rámci objektivních a subjektivních možností bylo provedeno kvantitativní empirické šetření založené na dotazníkovém sběru dat, aby zjistilo skutečný vztah části naší společnosti k biopotravinám. Práce nepracuje s reprezentativním vzorkem. Respondenti byli vybíráni náhodně. Místo šetření bylo vybráno v nákupním centru Varyáda v Karlových Varech, protože se zde nachází několik obchodů, které navštěvují všechny společenské vrstvy a věkové skupiny obyvatel. Předpokladem úspěšného provedení výzkumu, je dobře sestavený dotazník.

Ze 120 dotázaných bylo 44% mužů a 56% žen. Vzhledem k tomu, že byl průzkum proveden ve městě Karlovy Vary, žije většina oslovených respondentů ve městě. Ale je tu i určité nemalé procento lidí žijících na vesnici. Většina dotázaných respondentů žije ve městě do 60 tis. obyvatel (43% dotázaných respondentů). Nejširší věkovou kategorií byli respondenti ve věku 30-39 let (32% respondentů). Vzdělání dotazovaných bylo převážně středoškolské s maturitou (38% respondentů). Pomocí tohoto šetření jsem zjistila, že informovanost dnešní společnosti je dostatečná. Dnešní moderní doba si žádá

všeobecně informovanou populaci. Respondenti z průzkumu mají dostatek informací o biopotravinách. Celých 38% má rozhodně dostatek informací a 44% si myslí, že spíše mají dostatek informací o biopotravinách. Celkově se dá říci, že ze 120 oslovených 82% má velice dobré informace týkající se biopotravin. O biopotravinách slyšel téměř každý, ze 120 dotázaných respondentů o nich 98% slyšelo. Nejvíce informací získávají lidé z televize, internetu a rádia, ale přesto hlavním ovlivňujícím faktorem při nákupu je cena bioproduktů, která ovlivňuje 30% ze 78 respondentů, kteří biopotraviny kupují. Na otázku odpovídali i ti, kteří biopotraviny nekupují, což je 42 respondentů. Skutečně je nekupují hlavně kvůli příliš vysoké ceně. To uvedlo 25% spotřebitelů. Vyšší cena biopotravin zapříčiňuje stále nízké procento měsíčního vydání rodiny na tyto produkty, 501 – 1000Kč měsíčně za ně utratí 26% oslovených respondentů, což je z rodinného rozpočtu vzhledem k výdajům na potraviny zanedbatelná částka. I přesto, že příjmové skupiny dotázaných respondentů byly mezi 15 001 – 25 000 Kč měsíčně (63% dotázaných osob), myslí si, že mají vyšší socioekonomické postavení ve společnosti. Přestože se lidé domnívají, že jsou biopotraviny zdravé (47% respondentů) a mají pozitivní vliv na životní prostředí (47% dotázaných), 35% respondentů biopotraviny nekupuje vůbec. Zájem by měli a rádi je kupovali, ale bohužel je odrazuje jejich příliš vysoká cena. Naopak 30% dotázaných nakupuje biopotraviny minimálně jedenkrát týdně. Nejpreferovanějším místem nákupu biopotravin je super/hypermarket, nejčastěji tam nakupuje 49% respondentů. Počátek rozvoje ekologického zemědělství a biopotravin v ČR sahá do devadesátých let, ale do podvědomí společnosti se biopotraviny dostaly později. 30% respondentů nakupuje biopotraviny 3 až 5 let. Značná část, 47% respondentů, se domnívá, že nákupem biopotravin podpoří zdraví svého dítěte. Zájem spotřebitelů o biopotraviny zřejmě odráží orientaci dnešní populace na otázky týkající se životního prostředí a osobního zdraví. Obecně lze říci, že ekologicky pěstované potraviny jsou zdravější. Určitě u nich můžeme očekávat nižší obsahy látek pocházející z chemizace zemědělství, jako jsou rezidua pesticidů, dusičnany a těžké kovy, a proto i kladný vliv na životní prostředí. Většina dotázaných respondentů má informace o této problematice a je přesvědčena, že ekologické zemědělství má kladný dopad na životní prostředí, a to celkem 47% oslovených osob. Nadále však není osvěta na téma ekologického zemědělství tak velká, protože 32% respondentů neví, nebo raději vůbec neodpověděli.

Posledním hodnoceným kritériem je důvěra v kvalitu zboží označeného BIO, která mě velice překvapila. Ekologičtí zemědělci a výrobci biopotravin se řídí zákonem č. 242/2000 Sb. a Nařízením Rady (EHS) Č. 2092/91. Nad dodržováním právních norem pro ekologické zemědělství dohlíží kontrolní organizace, pověřené Ministerstvem zemědělství České republiky. Bioprodukty a biopotraviny jsou certifikovány a označeny chráněnou známkou BIO. Zakazuje se používání označení „bio“ nebo „eko“ pro jiné než certifikované produkty ekologického zemědělství. Každý jiný produkt takto označený je podvod a může být sankcionován. Přestože je dnešní společnost dostatečně informována o výrobě a distribuci biopotravin, nevěří tomuto označení, což myslím si, že by mohl být dobrý námět na další výzkum.

Je jisté, že spotřeba biopotravin bude v několika následujících letech strmě stoupat. Určitě nejde jen o módní záležitost. Kupovat a jíst biopotraviny se opravdu vyplatí. Nákupem biopotravin pomáháme zajistit lepší a zdravější budoucnost pro sebe, své děti a naši planetu. Dnes můžeme uplatňovat biostyl i v mnoha jiných oblastech života. Z různých průzkumů je známo, že většina potravin z ekologického zemědělství je importována ze zahraničí. Některé druhy potravin u nás nebudou nikdy dostupné z důvodu klimatických rozdílů a požadavků na náročnost produkce. Dalším hlavním bodem, který povede k rozvoji trhu bioproduktů z českých surovin, je vyšší dotace do ekologického zemědělství. Ve struktuře ekologického zemědělství vysoce převažuje podíl trvalých travních porostů a poskytované podpory se v České republice neodrážejí na rozvoji trhu bioproduktů. Logo „BIO“ je ve vlastnictví státu, a proto by mělo být adekvátním způsobem podporováno. Trh s biopotravinami nabízí v České republice velkou podnikatelskou příležitost. Zcela jistě bude spotřeba biopotravin v několika následujících letech stoupat. Jako budoucí ekonom si myslím, že by byla škoda přenechat většinu trhu zahraničnímu zboží.

8. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Akční plan ČR pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010(2004). Ministerstvo zemědělství ČR. ISBN 80-86175-13-8

BECK, U.(2004). *Riziková společnost. Na cestě k jiné modernitě*. Praha: Slon.

ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ K. (2005). *Biopotraviny*. Reprografické studio PEF ČZU v Praze. ISBN 80-213-1404-4

DISMAN, M. (2007). *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-0139-7

DVOŘÁKOVÁ-JANŮ, V. (1999). *Lidé a jídlo*. Praha. ISBN 80-85866-41-2

HUDEČKOVÁ, H., KUČEROVÁ, E., KŘÍŽ, L. (2001). *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology (příručka pro distanční studium*. Praha: PEF ČZU ISBN 80-213-0791-9

MACÁKOVÁ L., SOUKUPOVÁ J. (1998). *Mikroekonomie Repetitorium (středně pokročilý kurs)*. Melandrium, Slaný. ISBN 80-86175-01-04

MICHALOVA, A. (2001). *Česká biokuchařka*. Fontána. ISBN 80-86179-79-6

MOUDRÝ, J. a PRUGAR, J. (2002). *BIOPOTRAVINY hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR

NOVAK, S. (1975). *Metodologie sociologických výzkumů*. Praha. 73/508-21-8.2

PERGLER, P. a kolektiv (1969). *Vybrané techniky sociologického výzkumu*. Praha 66/509-21-8.6.

SOUKUP, J.(1999, 2001).*Mikroekonomická analýza*. Melandrium, Slaný.

SOUKUPOVÁ, J. a kolektiv (1993). *Mikroekonomie pro inženýrské studium 1. část*. Vysoká škola ekonomická v Praze. ISBN 80-7079-303-1

URBAN, J. a ŠARAPATKA, B. a kolektiv (2003). *Ekologické zemědělství I. Učebnice pro školy a praxi*. Praha: Ministerstvo životního prostředí. ISBN 80-7212-274-6

URBAN, J. a ŠARAPATKA, B. a kolektiv (2003). *Ekologické zemědělství II. Učebnice pro školy a praxi*. Praha: Ministerstvo životního prostředí.

Zákon č. 242 Sb. 2000 o ekologickém zemědělství

INTERNETOVÉ ZDROJE

<http://www.abcert.cz>

<http://www.agronavigator.cz/ekozem/>

<http://www.asz.cz>

<http://www.eposcr.cz>

<http://www.kez.cz>

<http://www.mze.cz>

<http://biokont.cz>

www.biopotraviny.info

www.biospotrebitel.cz

www.greenmarking.cz

www.pro-bio.cz

9. PŘÍLOHY

Příloha č. 1 Dotazník

Příloha č. 2 Tabulka - Nejdůležitější informace o biopotravinách

Příloha č. 3 Tabulka - Délka doby nakupování biopotravin

Příloha č. 4 Tabulka - Rozhodující pro nákup biopotravin

Příloha č. 5 Tabulka - Měsíční útrata za biopotraviny

Příloha č. 6 Tabulka - Co by se mělo změnit, aby kupovali biopotraviny

Příloha č. 7 Tabulka - Mínění o kladných dopadech biovýroby

Příloha č. 8 Tabulka - Preferované místo nákupu biopotravin

Příloha č. 9 Tabulka - Stravovací preference Zájem o vlastní zdraví

Příloha č. 10 Tabulka - Mínění o vhodnosti biopotravin pro děti

Příloha č. 11 Tabulka - Mínění o přínosu biopotravin pro zdraví

Příloha č. 12 Tabulka - Důvěra v kvalitu zboží označeného bio

Příloha č. 13 Tabulka - Vhodnost biopotravin pro děti

Příloha č. 14 Tabulka - Dostatek informací o biopotravinách

Příloha č. 15 Tabulka - Nejdůležitější informace o biopotravinách

Příloha č. 16 Tabulka - Frekvence nákupu biopotravin

Příloha č. 17 Tabulka - Rozhodující faktory pro nákup biopotravin

Příloha č. 18 Tabulka - Měsíční útrata za biopotraviny

Příloha č. 19 Tabulka - Co by se mělo změnit, aby kupovali biopotraviny

Příloha č. 20 Tabulka - Mínění o kladných dopadech biovýroby

Příloha č. 21 Tabulka - Preferované místo nákupu

Příloha č. 22 Tabulka - Zájem o vlastní zdraví

Příloha č. 23 Tabulka - Mínění o vhodnosti biopotravin pro děti

Příloha č. 24 Tabulka - Mínění o přínosu biopotravin pro zdraví

Příloha č. 1 - Dotazník

Vážení přátelé,

Studuji Provozně ekonomickou fakultu České zemědělské univerzity v Praze. Pro vypracování mé diplomové práce na téma“ SPOTŘEBITELSKÁ POPTÁVKA A TRH BIOPOTRAVIN“ provádím kvantitativní empirický výzkum, s cílem zajistit potřebné podklady pro vypracování této práce.

Tento dotazník je zcela anonymní.

Děkuji Vám za spolupráci

S pozdravem

Lenka Šimonová

DOTAZNÍK:

Zakroužkujte v otázce vhodnou alternativu nebo doplňte další možnosti prosím:

1. Jste:

- a) muž
- b) žena

2. Do které věkové kategorie spadáte?

- a) do 19 let
- b) 20-29 let
- c)30-39 let
- d) 40-49 let
- e) 50–59 let
- f) 60 a více

3. Jaké máte nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) středoškolské bez maturity
- c) středoškolské s maturitou
- d) vysokoškolské

4. Jaký je Váš rodinný stav?

- a) svobodný(á)
- b) ženatý/vdaná
- c) vdovec/vdova
- d) rozvedený(á)

5. Jaký je Váš čistý měsíční příjem? Uveďte prosím jednu z následujících příjmových kategorií, do které patříte?

- a) do 10 000 Kč
- b) 10 001 -15 000 Kč
- c) 15 001 -20 000 Kč
- d) 20 001 -25 000 Kč
- e) 25 001 Kč a více

6. Jaké je Vaše zaměstnání/profese?

- a) samostatně výdělečně činný bez zaměstnanců
- b) samostatně výdělečně činný se zaměstnanci
- c) vysokoškolský odborník
- d) zaměstnanec
- e) student
- f) mateřská dovolená
- g) nezaměstnaný
- h) důchodce

7. Jaké si myslíte, že je sociálně ekonomické postavení vaší domácnosti?

- a) nejvyšší
- b) vyšší střední
- c) střední
- d) nižší střední
- e) nejnižší

8. Bydlíte na venkově nebo ve městě?

- a) ve městě – do 5 tis. obyvatel
 - do 10 tis. obyvatel
 - do 20 tis. obyvatel
 - do 30 tis. obyvatel
 - do 60 tis. obyvatel
 - nad 60 tis. obyvatel
- b) na venkově

9. Slyšel(a) jste už někdy o biopotravinách?

- a) ano
- b) ne

10. Myslíte si, že Vy osobně, máte dostatek informací o biopotravinách?

- a) rozhodně ano
- b) spíše ano
- c) spíše ne
- d) rozhodně ne
- e) nevím, nedokážu říci

11. Pokud se o biopotravinách Vy osobně informujete, odkud získáváte důležité informace? Uved'te, prosím čísla nejvýš tří informačních zdrojů v pořadí od nejdůležitějšího po 3. nejdůležitější:

.....

- 1) televize
- 2) rádio
- 3) běžné noviny nebo časopisy
- 4) od známých, příbuzných
- 5) internet
- 6) letáky ve specializovaných obchodech
- 7) specializované časopisy
- 8) výstavy s tematikou nebo zastoupením biopotravin
- 9) jinde

12. Jestliže nakupujete u Vás doma biopotraviny, jak často je nakupujete?

- a) ne
- b) ano - minimálně 1x týdně
 - 1x měsíčně
 - méně často než 1x měsíčně
 - zřídka, nepravidelně

POKUD NE, PŘEJDĚTE PROSÍM K OTÁZCE Č. 16

13. Jak dlouho už u Vás doma kupujete biopotraviny?

- a) déle než 20 let
- b) 15-20 let
- c) 6-14 let
- d) 3-5 let
- e) 1-2 roky
- f) asi půl roku
- g) kratší dobu

14. Jaký faktor je pro Vás rozhodující při nákupu biopotravin?

- a) cena
- b) chuť
- c) doporučení přátel, příbuzných
- d) značka
- e) informace z tisku, odborných publikací, přívalového letáku, internetu
- f) prezentace na výstavě
- g) jiné (doplňte).....

15. Jestliže kupujete biopotraviny, kolik měsíčně za ně přibližně utratíte?

- a) do 100 Kč
- b) 101–500 Kč
- c) 501-1000 Kč
- d) 1001 Kč a více

PŘEJDĚTE K OTÁZCE Č. 18 PROSÍM

16. Pokud nekupujete biopotraviny, z jakého důvodu je nekupujete?

- a) jsou příliš drahé
- b) tam kde nakupují je neprodávají
- c) stačí mi konvenční potraviny
- d) mám pochybnost o kvalitě
- e) nemáme dost informací o těchto potravinách
- f) jiné (doplňte).....

17. Pokud nekupujete biopotraviny, co by se muselo změnit, abyste je začali kupovat?

- a) více informací o biopotravinách
- b) snazší dostupnost
- c) cena
- d) ohled na životní prostředí

- e) informace o závažné škodlivosti konvenčních potravin
- f) péče o zdraví
- g) průkaznost biopotravin, že je skutečně biopotravinou
- h) jiné (doplňte).....

18. Myslíte si, že ekologické zemědělství a následná výroba bioproduktů má kladný dopad na životní prostředí?

- a) ano
- b) ne
- c) nevím
- d) nejsem si jist

19. Kde kupujete nebo byste hlavně kupoval(a) biopotraviny?

- a) hyper/supermarket
- b) prodejny zdravé výživy
- c) prodej na farmách
- d) po internetu
- e) jinde (doplňte).....

20. Zajímáte se o své zdraví?

- a) ano
- b) ne

21. Myslíte si, že BIO suroviny a potraviny jsou pro děti vhodnější než konvenční potraviny?

- a) ano
- b) ne
- c) stejně
- d) nevím

22. Myslíte si, že jsou biopotraviny pro člověka zdravější než konvenční potraviny?

- a) ano
- b) ne
- c) stejně
- d) nevím

23. Dávají Vám výrobky označené značkou ekologického zemědělství BIO jistotu kvalitního zboží

- a)ano
- b)ne
- c)nevím

Příloha č. 2 – Nejdůležitější informace o biopotravin

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ INFORMACE O BIOPOTRAVINÁCH

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
TELEVIZE	73	81	68	63	53	70	100	79	75	82	61 ^C	86 ^B	61	65 ^B	82 ^A	50	100	53	93	82	71	86
RÁDIO	48	63 ^B	37 ^A	31	33	42	50	64	67	64	64	45	17	35 ^B	56 ^A	50	83	47	53	54	35	64
NOVINY, ČASOPISY	36	42	31	50	27	30	25	43	42	0	52	45	30	25	42	50	50	44	13	29	35	57
ZNÁMÍ, PŘÍBUZNÍ	35	37	34	38	40	36	38	14	67	50	39	33	17	37	33	63	0	53 ^D	27	36	19 ^A	36
INTERNET	49	42	54	44	47	55	50	57	25	45	42	40	78	61	45	38	0	16 ^D	73	57	74 ^A	29
LETÁKY VE SPEC.OBCHODECH	26	25	26	56	20	24	19	18	25	5	21	21	61	39 ^B	15 ^A	38	0	28	40	14	29	21
SPECIALIZOVANÉ ČASOPISY	18	4 ^B	28 ^A	19	20	18	19	21	0	14	3 ^C	24 ^B	30	20	18	0	17	13	0	29	26	7
VÝSTAVY S TEMTIKOU/ZASTOUPENÍM BIOPOTRAVIN	3	6	1	0	0	9	0	4	0	0	3	5	4	0	0	13	50	3	0	0	10	0
JINDE	1	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	3	0

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 3 – Délka doby nakupování biopotravin

DÉLKA DOBY NAKUPOVÁNÍ BIOPOTRAVIN

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
15-20 let	1	2	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4	0	2	0	0	0	0	0	0	7
6-14 let	17	19	15	0	13	9	25	29	25	41	3 ^C	19 ^B	9	6 ^B	29 ^A	0	17	13	0	36	13	14
3-5 let	27	15 ^B	35 ^A	0	47	24	19	43	17	5	15	33	52	22	33	13	33	3 ^D	40	32	45 ^A	14
1-2 roky	3	4	1	0	0	6	0	4	0	0	0	7	0	0	2	0	33	0	0	0	10	0
kratší dobu	7	6	7	0	0	21	6	0	0	0	15	5	4	0 ^B	15 ^A	0	0	16	0	4	6	0
F: nenakupují	37	38	35	69	33	30	50	21	33	41	52	36	13	61 ^B	15 ^A	50	17	44 ^D	60	29	13 ^A	64
neví, bez odpovědi	10	15	6	31	7	9	0	0	25	14	15 ^C	0 ^B	17	12	5	38	0	25	0	0	13	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 4 – Rozhodující pro nákup biopotravin

ROZHODUJÍCÍ PRO NÁKUP BIOPOTRAVIN

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokéškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
cena	22	23	21	0	13	24	25	25	42	45	27	17	0	0 ^B	42 ^A	13	33	28	7	39	10	14
chut'	18	17	19	0	33	21	0	36	0	0	6 ^C	29 ^B	35	14	22	0	50	3 ^D	0	11	52 ^A	14
doporučení přátel, příbuzných	10	0 ^B	18 ^A	0	7	15	19	11	0	0	0 ^C	17 ^B	22	12	11	0	0	0	33	18	6	0
značka	3	4	1	0	7	0	6	4	0	0	0	0	13	2	4	0	0	0	0	4	3	7
informace z tisku, odborných publikací, přívalového letáku,	1	2	0	0	0	0	0	4	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	3	0
F: nenakupují	37	38	35	69	33	30	50	21	33	41	52	36	13	61 ^B	15 ^A	50	17	44 ^D	60	29	13 ^A	64
neví, bez odpovědi	10	15	6	31	7	9	0	0	25	14	15 ^C	0 ^B	17	12	5	38	0	25	0	0	13	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 5 – Měsíční útrata za biopotravinu

MĚSÍČNÍ ÚTRATA ZA BIOPOTRAVINY

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		m	muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
do 100 Kč	10	6	13	0	0	21	19	0	17	5	18	12	0	0 ^B	16 ^A	13	33	19	7	11	6	0
101-500 Kč	18	25	12	0	47	0	25	32	8	32	6 ^C	29 ^B	0	6 ^B	29 ^A	0	33	3	0	43	13	29
501-1000 Kč	21	10 ^B	29 ^A	0	0	30	6	43	17	9	9	14	61	16	29	0	17	6 ^D	33	14	45 ^A	0
1001 Kč a více	3	2	4	0	13	3	0	4	0	0	0	5	9	6	2	0	0	3	0	4	3	7
F: nekupují	37	38	35	69	33	30	50	21	33	41	52	36	13	61 ^B	15 ^A	50	17	44 ^D	60	29	13 ^A	64
neví, bez odpovědi	12	19 ^B	6 ^A	31	7	15	0	0	25	14	15	5	17	12	9	38	0	25	0	0	19	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 6 – Co by se mělo změnit, aby kupovali biopotraviny

CO BY SE MĚLO ZMĚNIT, ABY KUPUOVALI BIOPOTRAVINY

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	střední kolské bez maturity ^B	střední kolské s maturitou ^C	vysoké školské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/ vdaná ^B	vdovec /vdova ^C	rozvedený(á) ^B	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
více informací o biopotravinách	9	6	12	0	20	0	19	18	0	14	9	12	0	12	9	0	0	9	0	29	0	0
snazší dostupnost	3	4	1	0	0	0	6	0	17	0	3	0	9	2	0	25	0	0	13	0	0	7
cena	17	17	16	75	7	9	13	4	8	14	33	14	0	35 ^B	0 ^A	25	0	28	40	0	13	7
ohled na životní prostředí	3	6 ^B	0 ^A	19	0	0	0	0	0	0	0	7	0	6	0	0	0	9	0	0	0	0
informace o závažné škodlivosti konvenčních potravin	3	6 ^B	0 ^A	0	7	6	0	0	0	0	6	2	0	6	0	0	0	0	7	0	0	14
průkaznost biopotravin, že je skutečně biopotravinou	6	8	4	0	7	15	0	0	8	0	15 ^C	0 ^B	9	10	2	0	17	3	0	0	3	36
jiné	6	8	4	6	0	9	0	0	25	18	0	0	13	2	5	38	0	13	0	0	10	0
F: kupují biopotraviny	52	42	59	0	60	55	50	79	42	45	33 ^C	60 ^B	70	27 ^B	76 ^A	13	83	31 ^D	40	71	68 ^A	36
neví, bez odpovědi	3	4	3	0	0	6	13	0	0	9	0	5	0	0	7	0	0	6	0	0	6	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 7 – Mínění o kladných dopadech biovýroby

MÍNĚNÍ O Kladných Dopadech Biovýroby

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
ano	46	25 ^B	62 ^A	75	67	30	69	43	0	18	42	57	57	53	45	0	50	28	67	68	39	36
ne	23	40 ^B	10 ^A	19	0	21	31	32	33	32	24	24	13	29	15	50	17	22	13	32	16	36
nejsem si jist/a	2	4	0	0	0	6	0	0	0	0	0	5	0	0	4	0	0	0	0	0	6	0
neví, bez odpovědi	29	31	28	6	33	42	0	25	67	50	33	14	30	18 ^B	36 ^A	50	33	50	20	0	39	29
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 8 – Preferované místo nákupu biopotravin

PREFEROVANÉ MÍSTO NÁKUPU BIOPOTRAVIN

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysoké ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
hyper/supermarket	49	29 ^B	65 ^A	50	33	58	56	36	67	45	55	33	74	51	49	50	33	59	73	36	48	29
prodejny zdravé výživy	11	15	7	0	13	6	19	18	8	0	9	24	0	8	15	13	0	0 ^D	7	4	29 ^A	14
prodej na farmách	28	42 ^B	18 ^A	44	40	27	25	29	0	50	24	29	13	31	25	13	50	34	0	43	19	36
po internetu	4	8	1	0	13	9	0	0	0	0	9	2	4	8	2	0	0	0	7	0	3	21
jinde	3	6	1	6	0	0	0	0	25	5	3	0	9	2	0	25	17	6	13	0	0	0
neví, bez odpovědi	4	0 ^B	7 ^A	0	0	0	0	18	0	0	0 ^C	12 ^B	0	0 ^B	9 ^A	0	0	0	0	18	0	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č.9 – Stravovací preference

STRAVOVACÍ PREFERENCE

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	střední bez maturity ^B	střední s maturitou ^C	vysoké ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
<i>Počet respondentů</i>	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
klasická česká jídla	57	77 ^B	41 ^A	19	67	55	63	68	67	86	52	60	30	43 ^B	67 ^A	38	100	69	20	54	58	71
maso, masová jídla	18	15	21	31	13	3	19	25	33	0	27	14	30	12	20	63	0	19	13	21	23	7
vegetariánská jídla	13	4 ^B	21 ^A	50	20	12	0	4	0	14	18	10	13	27 ^B	4 ^A	0	0	9	33	4	16	14
lehká jídla (italská, řecká atd.)	12	4 ^B	18 ^A	0	0	30	19	4	0	0	3	17	26	18	9	0	0	3	33	21	3	7
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 10 – Mínění o vhodnosti biopotravin pro děti

MÍNĚNÍ O VHODNOSTI BIOPOTRAVIN PRO DĚTI

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
ano	46	31 ^B	57 ^A	75	40	45	63	39	8	23	45	52	57	57	45	0	17	34	67	39	55	43
ne	3	6	1	0	0	0	19	0	8	5	9	0	0	6	0	13	0	3	0	11	0	0
stejně	30	31	29	19	7	33	6	57	33	50	21	31	22	14 ^B	49 ^A	13	17	44	13	43	23	7
neví, bez odpovědi	21	33 ^B	12 ^A	6	53	21	13	4	50	23	24	17	22	24 ^B	5 ^A	75	67	19	20	7	23	50
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č.11 – Mínění o přínosu biopotravin pro zdraví

MÍNĚNÍ O PŘÍNOSU BIOPOTRAVIN PRO ZDRAVÍ

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ			RODINNÝ STAV				PŘÍJEM					
		m	muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
ano	46	27 ^B	60 ^A	75	53	39	50	50	0	18	33 ^C	64 ^B	57	57	42	0	50	31	73	50	48	36
ne	9	17 ^B	3 ^A	19	0	12	0	4	25	18	12	7	0	6	7	38	17	28 ^D	7	0	3 ^A	0
stejně	21	29	15	0	20	39	19	14	17	0	45 ^C	14 ^B	17	18	22	25	33	16	20	18	23	36
neví, bez odpovědi	24	27	22	6	27	9	31	32	58	64	9	14	26	20	29	38	0	25	0	32	26	29
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č.12 – Důvěra v kvalitu zboží označeného bio

DŮVĚRA V KVALITU ZBOŽÍ OZNAČENÉHO BIO

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
ano	39	27 ^B	49 ^A	50	27	58	19	46	0	23	30	52	43	39	44	0	50	31	67	43	32	36
ne	42	58 ^B	29 ^A	44	47	27	56	39	58	55	58 ^C	31 ^B	26	45	38	38	50	50	7	39	52	43
neví, bez odpovědi	19	15	22	6	27	15	25	14	42	23	12	17	30	16	18	63	0	19	27	18	16	21
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č.13 – Vhodnost biopotravin pro děti

DĚTI

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		m	muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	středoškolské bez maturity ^B	středoškolské s maturitou ^C	vysokoškolské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
ano	53	35 ^B	68 ^A	0	47	64	63	68	58	55	39	60	61	22 ^B	84 ^A	25	83	59	53	46	58	43
ne	46	63 ^B	32 ^A	100	53	36	38	29	42	45	61	40	35	78 ^B	15 ^A	75	17	41	47	54	42	50
bez odpovědi	1	2	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4	0	2	0	0	0	0	0	0	7
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 14 - Dostatek informací o biopotravin

DOSTATEK INFORMACÍ O BIOPOTRAVINÁCH

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ							SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN							
		samos- tatně výděl- ečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výděl- ečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- škol- ský odbor- ník ^C	zaměs- tane- c ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	důcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka kdy, nepra- vidlen- ě ^B	méně často než 1x měsí- čně ^C	1x měsí- čně ^D	1x týdně ^E	
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27	
rozhodně ano	36	0	0	83	33	33	69	0	58	40	48	46	0	22	0	0	100	27	50	35	14	30	78	0	32	48	
spíše ano	43	32	60	17	54	67	31	0	25	40	52	43	56	11	100	67	0	73	40	47	23	41	0	71	63	37	
spíše ne	16	68	40	0	2	0	0	100	17	12	0	0	44	67	0	33	0	0	10	18	36	23	22	29	5	4	
rozhodně ne	3	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	14	7	0	0	0	0	
nevím, nedokážu říci	3	0	0	0	6	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	0	0	0	11	
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 15 – Nejdůležitější informace o biopotravinách

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ INFORMACE O BIOPOTRAVINÁCH

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samos- tatně výdě- lečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výdě- lečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tnanec ^D	studen- t ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	nezam- ěstnan- ý ^G	dūcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vūbec nekup- ují ^A	zřídka kdy, nepra- vidlen- ě ^B	mēnē než 1x mēsíč- nē ^C	aspoň 1x mēsíč- nē ^D	aspoň 1x týdnē ^{E,F}
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
TELEVIZE	73	100	100	17	79	22	69	0	75	71	96	61	72	67	100	100	100	100	62	59	73	82	44	100	79	78
RÁDIO	48	79	100	0	46	0	31	100	67	43	61	39	50	67	100	67	100	53	44	29	45	57	100	43	53	30
NOVINY, ČASOPISY	36	63	60	0	19	56	50	0	42	36	4	36	83	22	0	67	0	33	34	35	41	32	78	0	26	26
ZNÁMÍ, PŘÍBUZNÍ	35	21	0	0	38	78	13	100	67	36	39	18	33	78	0	0	0	13	44	53	41	34	22	57	37	22
INTERNET	49	21	0	83	71	22	50	0	25	52	70	61	11	22	100	33	100	80	54	29	23	45	0	29	68	67
LETÁKY VE SPEC.OBCHODECH	26	16	0	83	10	78	50	0	25	31	4	21	44	33	0	33	0	7	30	41	23	18	0	0	11	44
SPECIALIZOVANÉ ČASOPISY	18	0	0	100	19	44	6	0	0	21	26	14	6	11	0	0	0	13	22	47	0	9	0	43	26	30
VÝSTAVY S TEMTIKOU/ZASTOUPENÍM BIOPOTRAVIN	3	0	40	17	0	0	0	100	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	14	2	0	29	0	4
JINDE	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 16 – Frekvence nákupu biopotravin

FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN

(v procentech)	Celkem	POHLAVÍ		VĚKOVÁ SKUPINA						VZDĚLÁNÍ				RODINNÝ STAV				PŘÍJEM				
		muž ^A	žena ^B	do 19 let ^A	20-29 let ^B	30-39 let ^C	40-49 let ^D	50-59 let ^E	60 a více ^F	základní ^A	střední bez maturity ^B	střední s maturitou ^C	vysoké školské ^D	svobodný(á) ^A	ženatý/vdaná ^B	vdovec/vdova ^C	rozvedený(á) ^D	do 10 000 Kč ^A	10 001 -15 000 Kč ^B	15 001 -20 000 Kč ^C	20 001 -25 000 Kč ^D	25 001 Kč a více ^E
Počet respondentů	120	52	68	16	15	33	16	28	12	22	33	42	23	51	55	8	6	32	15	28	31	14
ne	37	38	35	69	33	30	50	21	33	41	52	36	13	61 ^B	15 ^A	50	17	44 ^D	60	29	13 ^A	64
ano - minimálně 1x týdně	23	10 ^B	32 ^A	0	27	21	19	39	17	9	0 ^C	24 ^B	65	20	29	0	17	9 ^D	33	14	45 ^A	7
ano - 1x měsíčně	16	21	12	0	20	9	6	39	8	27	15	19	0	8 ^B	25 ^A	13	0	0 ^D	7	43	13 ^A	14
ano - méně často než 1x měsíčně	6	8	4	0	0	9	25	0	0	0	3	12	4	0 ^B	9 ^A	0	33	0	0	14	10	0
ano - zřídka kdy, nepravidelně	8	4	10	0	13	15	0	0	17	9	15	5	0	0 ^B	13 ^A	0	33	22 ^D	0	0	0 ^A	14
neví, bez odpovědi	12	19 ^B	6 ^A	31	7	15	0	0	25	14	15	5	17	12	9	38	0	25	0	0	19	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 17 – Rozhodující faktory pro nákup biopotravin

ROZHODUJÍCÍ PRO NÁKUP BIOPOTRAVIN

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samos- tatně výdě- lečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výdě- lečně činný se zaměs- tnanc- i ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tanec ^D	studen- t ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	nezam- ěstnan- ý ^G	dúcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka, nepra- vidlen- ě ^B	méně než 1x měsíc- ně ^C	aspoň 1x měsíc- ně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
cena	22	5	40	0	25	0	31	0	42	17	39	29	6	11	0	0	0	40	24	18	23	0	78	86	58	7
chuť	18	21	0	83	23	0	6	0	0	29	0	21	11	22	0	0	0	27	22	24	14	0	22	0	32	44
doporučení přátel, příbuzných	10	0	0	0	6	11	50	0	0	10	13	18	0	0	0	0	0	16	6	14	0	0	0	5	41	
značka	3	0	0	0	6	0	0	0	0	2	4	4	0	0	0	0	0	4	0	5	0	0	14	0	7	
informace z tisku, odborných publikací, přívalového letáku,	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	5	0	
F: nenakupují	37	58	60	0	38	33	13	100	33	33	43	25	56	33	100	100	100	27	24	29	32	100	0	0	0	0
neví, bez odpovědi	10	16	0	17	0	56	0	0	25	10	0	0	28	33	0	0	0	10	24	14	0	0	0	0	0	
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 18 – Měsíční útrata za biopotraviny

MĚSÍČNÍ ÚTRATA ZA BIOPOTRAVINY

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ							FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN				
		samos- tatně výděl- ečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výděl- ečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tnanc- e ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	dúcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka nepra- vidlen- ě ^B	méně než 1x měsí- čně ^C	aspoň 1x měsí- čně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
do 100 Kč	10	0	40	0	6	0	31	0	17	7	13	18	6	0	0	0	0	10	18	18	0	56	71	5	4	
101-500 Kč	18	11	0	0	29	0	19	0	8	19	30	11	0	33	0	0	0	40	16	18	18	0	22	0	58	30
501-1000 Kč	21	16	0	83	19	0	31	0	17	24	9	39	11	0	0	0	0	20	36	6	14	0	22	29	32	56
1001 Kč a více	3	0	0	0	4	11	6	0	0	7	4	0	0	0	0	0	0	4	6	5	0	0	0	5	11	
F: nekupují	37	58	60	0	38	33	13	100	33	33	43	25	56	33	100	100	100	27	24	29	32	100	0	0	0	0
neví, bez odpovědi	12	16	0	17	4	56	0	0	25	10	0	7	28	33	0	0	0	13	10	24	14	0	0	0	0	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 19 – Co by se mělo změnit, aby kupovali biopotraviny

CO BY SE MĚLO ZMĚNIT, ABY KUPOVALI BIOPOTRAVINY

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samatně výdělečně činný bez zaměstnání ^A	samatně výdělečně činný se zaměstnáním ^B	vysoký odborník ^C	zaměstnanec ^D	student ^E	matřská dovolená ^F	nezaměstnaný ^G	důchodce ^H	nejvyšší ^A	vyšší střední ^B	střední ^C	nižší střední ^D	nejnižší ^E	do 5 tis. obyvatel ^A	do 10 tis. obyvatel ^B	do 20 tis. obyvatel ^C	do 30 tis. obyvatel ^D	do 60 tis. obyvatel ^E	nad 60 tis. obyvatel ^F	venkov ^G	vůbec nekupují ^A	zřídka, nepravidelně ^B	méně než 1x měsíčně ^C	aspoň 1x měsíčně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
více informací o biopotravinách	9	42	0	0	6	0	0	0	0	0	0	21	28	0	0	33	0	0	10	0	14	25	0	0	0	0
snazší dostupnost	3	0	0	0	2	0	0	0	17	7	0	0	0	0	0	0	0	0	2	12	0	7	0	0	0	0
cena	17	0	0	0	21	78	0	100	8	10	39	4	33	0	100	0	100	27	14	6	5	34	0	0	0	0
ohled na životní prostředí	3	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	0	33	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0
informace o závažné škodlivosti konvenčních potravin	3	0	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	0	22	0	0	0	0	0	6	9	7	0	0	0	0
průkaznost biopotravin, že je skutečně biopotravinou	6	0	60	17	4	0	0	0	8	12	4	0	6	0	0	33	0	0	4	6	5	14	0	0	0	0
jiné	6	16	0	0	0	11	0	0	25	7	0	0	0	44	0	0	0	0	0	24	14	2	0	0	0	0
F: kupují biopotraviny	52	26	40	83	58	11	88	0	42	57	57	68	17	33	0	0	0	60	66	47	55	0	100	100	100	100
neví, bez odpovědi	3	0	0	0	4	0	13	0	0	5	0	7	0	0	0	0	0	13	4	0	0	5	0	0	0	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 20 – Mínění o kladných dopadech biovýroby

MÍNĚNÍ O Kladných Dopadech Biovýroby

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samos- tatně výděl- ečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výděl- ečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tnanc- e ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	důcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka kdy, nepra- vidlen- ě ^B	méně často než 1x měsí- čně ^C	aspoň 1x měsí- čně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
ano	46	42	0	33	52	89	63	0	0	43	61	39	56	22	0	0	100	13	66	47	32	34	22	71	37	74
ne	23	32	60	0	25	0	6	100	33	26	39	18	17	0	100	100	0	53	6	24	9	43	0	0	42	4
nejsem si jist/a	2	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0
neví, bez odpovědi	29	26	40	67	19	11	31	0	67	31	0	36	28	78	0	0	0	20	28	29	59	23	78	29	21	22
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 21 – Preferované místo nákupu biopotravin

PREFEROVANÉ MÍSTO NÁKUPU BIOPOTRAVIN

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samos- tatně výděl- ečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výděl- ečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tnanc- e ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	důcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka kdy, nepra- vidlen- ě ^B	méně často než 1x měsí- čně ^C	aspoň 1x měsí- čně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
hyper/supermarket	49	32	100	67	44	0	81	0	67	55	52	64	28	11	0	100	100	20	48	41	50	52	78	86	16	63
prodejny zdravé výživy	11	11	0	0	17	11	0	0	8	10	9	18	11	0	100	0	0	27	8	12	5	7	0	0	32	7
prodej na farmách	28	32	0	17	31	78	19	100	0	24	39	18	28	56	0	0	0	53	32	18	32	11	22	14	53	30
po internetu	4	0	0	17	8	0	0	0	0	5	0	0	6	22	0	0	0	0	2	12	9	9	0	0	0	0
jinde	3	0	0	0	0	11	0	0	25	7	0	0	0	11	0	0	0	0	0	18	5	9	0	0	0	0
neví, bez odpovědi	4	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	0	0	0	10	0	0	11	0	0	0	0	0
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 22 – Zájem o vlastní zdraví

ZÁJEM O VLASTNÍ ZDRAVÍ

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samo- statně výdě- lně činný bez zamě- stnání ^A	samo- statně výdě- lně činný se zamě- stnání ^B	vysok- škol- ský odbor- ník ^C	zamě- stnan- ec ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	důcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka kdy, nepra- vidlen- ě ^B	méně než 1x měsí- čně ^C	aspoň 1x měsí- čně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
ano	73	58	0	100	75	89	100	0	58	71	74	86	67	44	0	67	100	53	88	76	50	57	100	71	58	96
ne	28	42	100	0	25	11	0	100	42	29	26	14	33	56	100	33	0	47	12	24	50	43	0	29	42	4
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)
A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 23 – Mínění o vhodnosti biopotravin pro děti

MÍNĚNÍ O VHODNOSTI BIOPOTRAVIN PRO DĚTI

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ						FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samos- tatně výděl- ečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výděl- ečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tnanc- e ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	důcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka nepra- vidlen- ě ^B	méně než 1x měsí- čně ^C	aspoň 1x měsí- čně ^D	aspoň 1x týdně ^E
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27
ano	46	16	0	33	58	89	69	0	8	40	65	50	50	0	0	0	100	40	58	41	36	27	0	57	47	81
ne	3	16	0	0	0	0	0	0	8	2	0	11	0	0	0	33	0	0	0	6	0	9	0	0	0	0
stejně	30	58	0	67	23	0	31	0	33	19	35	29	50	33	0	33	0	60	38	0	23	30	78	14	42	15
neví, bez odpovědi	21	11	100	0	19	11	0	100	50	38	0	11	0	67	100	33	0	0	4	53	41	34	22	29	11	4
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)

Příloha č. 24 – Mínění o přínosu biopotravin pro zdraví

MÍNĚNÍ O PŘÍNOSU BIOPOTRAVIN PRO ZDRAVÍ

(v procentech)	Celkem	ZAMĚSTNÁNÍ								SOCIO-EKONOMICKÉ POSTAVENÍ					VELIKOST BYDLIŠTĚ							FREKVENCE NÁKUPU BIOPOTRAVIN					
		samos- tatně výděl- ečně činný bez zaměs- tnanc- ů ^A	samos- tatně výděl- ečně činný se zaměs- tnanci ^B	vysok- oškols- ký odbor- ník ^C	zaměs- tnanc- e ^D	stude- nt ^E	mateř- ská dovol- ená ^F	neza- městn- aný ^G	důcho- dce ^H	nejvy- šší ^A	vyšší středn- í ^B	středn- í ^C	nižší středn- í ^D	nejniž- ší ^E	do 5 tis. obyva- tel ^A	do 10 tis. obyva- tel ^B	do 20 tis. obyva- tel ^C	do 30 tis. obyva- tel ^D	do 60 tis. obyva- tel ^E	nad 60 tis. obyva- tel ^F	venko- v ^G	vůbec nekup- ují ^A	zřídka kdy, nepra- vidlen- ě ^B	méně často než 1x měsí- čně ^C	aspoň 1x měsí- čně ^D	aspoň 1x týdně ^E	
Počet respondentů	120	19	5	6	52	9	16	1	12	42	23	28	18	9	2	9	5	15	50	17	22	44	9	7	19	27	
ano	46	37	0	100	44	89	69	0	0	43	43	50	61	22	0	0	100	27	74	35	14	36	22	14	37	78	
ne	9	37	0	0	0	0	0	100	25	10	0	4	17	33	0	33	0	0	2	6	27	14	0	14	5	0	
stejně	21	26	40	0	21	0	31	0	17	17	17	32	17	22	0	33	0	33	18	18	23	27	56	29	26	4	
neví, bez odpovědi	24	0	60	0	35	11	0	0	58	31	39	14	6	22	100	33	0	40	6	41	36	23	22	43	32	19	
Celkem procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zvýrazněné buňky - signifikantní rozdíly mezi celkem a sloupcovými kategoriemi (χ^2 -test 95%)

A,B,C,D - signifikantní rozdíly mezi hodnotami sloupcových kategorií (t-test 95%)