

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí (PEF)



Bakalářská práce

**Motivy nákupu biopotravin v České republice
a v Rusku**

Ekaterina Tanaeva

© 2017 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ekaterina Tanaeva

Podnikání a administrativa

Název práce

Motivy nákupu biopotravin v České republice a v Rusku

Název anglicky

Motives of Buying Organic Groceries in the Czech Republic and in Russia

Cíle práce

Hlavním cílem práce je identifikace a porovnání spotřebitelských motivů nákupu bioproduktů v České republice a v Rusku, následná formulace doporučení k podpoře jejich prodeje v daných státech.

Dílním cílem práce je sestavit teoretická východiska zejména v oblasti chování spotřebitele při nákupu biopotravin za použití kompilace, komparace, analýzy a syntézy sekundárních dat z odborné literatury.

Metodika

Metodika teoretické části práce spočívá zejména ve vytvoření teoretických poznatkových východisek na základě dostupné odborné literatury, právních předpisů, kontrolních orgánů, Českého statistického úřadu, odborných periodik a internetových zdrojů relevantních institucí.

Metodika vlastní práce zahrnuje dotazníkové šetření u spotřebitelů zaměřené na nákup bioproduktů, a to v České republice (Praha) a v Rusku (Moskva). Výsledky šetření budou statisticky zpracovány vhodným SW s ohledem na testování předem definovaných hypotéz. Výsledky by měly zahrnovat identifikaci motivů k nákupu vybraných typů potravin a charakteristiku spotřebitele. Předpokládá se formulace se doporučení pro prodejce.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

biopotraviny, porovnání, spotřebitel, cena, motiv, poptávka, testování hypotéz

Doporučené zdroje informací

- ANDORFER, V. A.; LIEBE, U. Research on fair trade consumption—A review. *Journal of business ethics*, 2012, 106.4: 415-435.
- BÁRTA, V. – BÁRTOVÁ, H. – KOUDELKA, J. Chování spotřebitele a výzkum trhu. V Praze: Oeconomica, 2004. ISBN 80-245-0778-1.
- HES, A. Chování spotřebitele při nákupu potravin. Praha: Alfa, 2008. ISBN 978-80-87197-20-2.
- HINDLS, R., HRONOVÁ, S., SEGER, J., FISCHER, J.. Statistika pro ekonomy. 8. vydání. Praha: Professional Publishing, 2007. 415 s. ISBN 978-80-86946-43-6.
- LAMPKIN, N. 2000. Organic Farming in Europe. Growth, Policy Support and Future Potential. [Online] 2000. http://orgprints.org/11018/1/geneva_00.pdf.
- LITVINOFF, M. a MADLEY, J. 50 reasons to buy fair trade. London: Pluto Press, 2007. ISBN 074532584X.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

Ing. Petra Šánová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2016

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 28. 11. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci " Motivy nákupu biopotravin v České republice a v Rusku“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 29.11.2017

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Petru Šánovu za vedení mé bakalářské práce, za pomoc a cenné rady při zpracování této práce, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala.

Motivy nákupu biopotravin ČR a Rusko

Souhrn

Bakalářská práce se věnuje problematice motivů nákupu biopotravin v Rusku a v České republice. Cílem práce je charakterizovat současnou poptávku po bio potravinách v České republice a v Rusku, se zaměřením na motivy nákupu biopotravin v obou státech. Dílčím cílem této práce je odpovědět na otázku, zda bio potraviny jsou dočasnou tendencí, která přetrvá ještě několik let, nebo je to skutečná přeměna preferencí obyvatel ve směru zdravého životního stylu a zdravé výživy. V praktické části je použita metoda dotazníkového šetření, které je hlavním primárním zdrojem informací v této bakalářské práci. Hlavním zjištěním je to, že v České republice bio potraviny jsou poptávány více než v Ruské federaci. Bio potraviny jsou též poptávány více ve velkých městech, zejména v hlavních městech. Hlavními motivy pro nákup bio potravin jsou především snaha dodržovat zdravý životní styl, konzumovat nezávadné potraviny a pochutnat si na výraznější chuti.

Klíčová slova: biopotraviny, certifikace, Česká republika, dovoz a vývoz biopotravin, Rusko, spotřeba biopotravin, trh biopotravin, vývoj biopotravin.

Motives of Buying Organic Groceries in the Czech Republic and in Russia

Summary

The bachelor thesis deals with the theme of buying organic food in Russia and the Czech Republic. The aim of the thesis is to characterize the current demand for organic food in the Czech Republic and Russia, focusing on the motives of purchasing organic food in both countries. The partial aim of this work is to answer the question whether bio foods are a temporary tendency that persists for several years, or it is a real transformation of the preferences of the population towards a healthy lifestyle and healthy nutrition. The main finding is that in the Czech Republic organic food is demanded more than in the Russian Federation. Bio foods are also sought more in large cities, especially in major cities. The main motives for buying organic food are above all the effort to maintain a healthy lifestyle, consume safe food and enjoy more appetizing flavors.

Keywords: certification, consumption of organic groceries, development of organic groceries, import and export of organic groceries, organic groceries market, organic groceries, Russia, Czech Republic.

Obsah

Úvod.....	Ошибка! Закладка не определена.
1 Cíl práce a metodika.....	7
Cíl práce.....	7
Metodika.....	7
2 Teoretická východiska.....	9
Biopotraviny – definice	9
2.1.1 Certifikace, kontrola a značení v ČR.....	10
2.1.2 Certifikace, kontrola a značení v Rusku	14
Trh biopotravin.....	16
2.1.3 Produkce a vývoj biopotravin v ČR.....	16
2.1.4 Spotřeba, dovoz a vývoz biopotravin v ČR	18
2.1.5 Produkce a vývoj biopotravin v Rusku.....	20
2.1.6 Spotřeba, dovoz a vývoz biopotravin v Rusku	22
3 Vlastní práce	26
Diskuze a analýza dotazníkového šetření.....	42
4 Závěr	45
5 Seznam použitých zdrojů.....	45
6 Seznam obrázků, tabulek a grafů	50
Seznam tabulek.....	50
Seznam grafů.....	50
7 Přílohy.....	51
Seznam obrázků.....	53

1. Úvod

Tato bakalářská práce se věnuje problematice motivů nákupu biopotravin v Rusku a v České republice. Téma je velmi aktuální, protože stále více lidí se zajímá o zdravý životní styl, zdravou výživu, jejíž součástí jsou bio potraviny. V poslední době lze sledovat výrazný nárůst počtu obchodů s bio potravinami, farmářskými výrobky, bezpečnými produkty a bezpečnými výrobky. Růst počtu těchto obchodů je vysvětlen především poptávkou, která je způsobena měnícími se preferencemi spotřebitelů ve vztahu k potravinám.

Důvodem pro výběr tohoto tématu je můj osobní zájem o tuto problematiku a ochota se v budoucnu zabývat biopotravinami jako maloobchodním zbožím. Právě proto je nutné charakterizovat současnou poptávku po biopotravinách a zjistit hlavní motivy nákupu biopotravin v České republice a v Rusku.

Hned na úvod práce lze stanovit, že v České republice tendence poptávky po biopotravinách a zdravém životním stylu je výraznější než v Rusku. V České republice je mnohem větší počet obchodů s biopotravinami a více farmářských trhů a obchodů s farmářskými výrobky než v Rusku. Je to dáno tím, že v České republice obyvatelé věnují větší pozornost zdravému životnímu stylu a přecházejí z klasických potravin, v nichž se často používají údajně nezdravé produkty jako palmový olej nebo geneticky modifikované produkty, na potraviny, které byly vyrobeny z přírodních neupravených polotovarů, popřípadě produkty pěstované v rámci ekologického zemědělství. V Rusku se tato tendence začala projevovat na začátku minulého roku, kdy i v médiích byly spuštěny reklamy na zdravý životní styl a biopotraviny, ale i na ulicích se začaly otevírat obchody s bio potravinami a produkty ekologického zemědělství. Nicméně tato tendence je mnohem výraznější ve velkých městech (Moskva, Petrohrad) než v menších městech. Na venkově tato tendence není patrná vůbec, a to jak v České republice, tak v Ruské federaci, protože na venkově lidé mají lepší přístup k zemědělským výrobkům a mnohdy je pěstují i sami.

Je velmi zajímavé, zda tendence popularity biopotravin je dočasná nebo trvalá. Jedná se o dočasný trend, který přestane být aktuální za několik let? Nebo se jedná o stálou změnu životního stylu u populace České republiky a Ruské federace? Vždyť ještě před deseti lety se o zdravém životním stylu, biopotravinách, ekologickém zemědělství hovořilo pouze v odborných kruzích nebo ve spojení s diskuzemi o zdravotních problémech, zejména cukrovce, alergiích, rakovině apod. V současné době o zdravém životním stylu hovoří téměř každý. Je to frekventované téma v médiích, časopisech, v odborných kruzích i mezi širokou veřejností.

2. Cíl práce a metodika

1.1 Cíl práce

Hlavním cílem práce je identifikace a porovnání spotřebitelských motivů nákupu bioproduktů v České republice a v Rusku, následná formulace doporučení k podpoře jejich prodeje v daných státech.

Dílčím cílem této práce je charakterizovat současnou poptávku po biopotravinách v České republice a v Rusku a odpovědět na otázku, zda biopotraviny jsou dočasnou tendencí, která přetrvá ještě několik let, nebo je to skutečná přeměna preferencí obyvatel ve směru zdravého životního stylu a zdravé výživy.

1.2 Metodika

Bakalářská práce se skládá ze čtyř kapitol. První kapitolou je úvod práce, ve kterém jsou stanovena východiska pro výzkum problematiky biopotravin.

Druhou kapitolou jsou cíle a metodika práce.

Ve třetí kapitole se věnujeme teoretickým východiskům práce, zejména definici biopotravin, jejich označení v Rusku a v České republice, jejich certifikaci v obou zemích. Dále ve třetí kapitole se věnujeme trhu biopotravin v obou státech, zejména jejich výrobě, dovozu, vývozu a distribuci ve zkoumaných státech.

Pro dosažení cílů práce je nutno použít metody kvalitativního a kvantitativního výzkumu. Teoretická část práce vychází z analýzy literatury a dostupných zdrojů z oblasti biopotravin a zdravé výživy. Protože téma je poměrně nové, není příliš mnoho literatury na toto téma. Hlavním sekundárním zdrojem informací jsou především zákony České republiky a Ruské federace týkající se značení potravin a jejich certifikace.

V praktické části je použita metoda dotazníkového šetření, které je hlavním primárním zdrojem informací v této bakalářské práci. Pomocí dotazníkového šetření budou dotázáni lidé v Ruské federaci a v České republice a budou zjištěny všechny možné důvody a motivy k nákupu biopotravin ve specializovaných obchodech nebo v hypermarketech, které tyto potraviny nabízejí. Hlavní otázky, které bychom měli zodpovědět v rámci provedeného dotazníkového šetření, jsou následující: „Na základě kterých kritérií lidé z Ruska a z České republiky rozhodují o nákupu biopotravin?“, „Nakupují obyvatelé měst biopotraviny častěji,

než obyvatelé vesnic?“, „Rozhoduje cena při nákupu biopotravin a může cena odradit od nákupu biopotravin?“

Celkem se dotazování zúčastnilo čtyři sta šedesát osob z Ruska a z České republiky (dvě stě třicet osob z každého státu) různých věkových kategorií, pohlaví, sociálního statutu, úrovně příjmů a vzdělání. Mezi hlavní otázky dotazníku byly zařazeny zejména otázky týkající se ceny biopotravin, motivů nákupu, preferovaný původ bio potravin, místo nákupu biopotravin a další. Výsledky dotazníků jsou vyhodnoceny v programu MsExcel a doplněny o grafická znázornění četnosti výsledků. Výsledky dotazníkových šetření provedených v těchto státech budou porovnány mezi sebou a z tohoto porovnání budou vyvozeny závěry práce.

3. Teoretická východiska

Teoretická část práce se zaměřuje na definici a označení biopotravin v České republice a v Rusku, na význam bio stravy v současné době a trh biopotravin v České republice a v Rusku. Teoretická část je určena především proto, aby byly vymezeny definice z oblasti, kde se analyzují stanoveny předpoklady pro další výzkum.

1.3 Biopotraviny – definice

Je nutno hned na začátku poznamenat, že bio potraviny jsou moderní tendencí, která vznikla jako odezva na neustále se zvyšující poměr nemocných diabetem, alergiemi, obezitou. Stále více lidí konzumují přidaný cukr a sůl, které v takovém nadměrném množství způsobují značné zdravotní problémy a riziko pro život. Nicméně pokud se podíváme zpátky, tak před padesátými lety v České republice a v Rusku byly konzumovány především výrobky klasického zemědělství, bez dodatečné tepelné úpravy nebo konzervace. Tehdy šlo o přirozené bio výživě, kterou nikdo neoznačoval slovem bio. V moderní době bohužel toto označení se týká bohužel jenom vybraných produktů, protože i produkty klasického zemědělství ne vždy splňují požadavky na bio potraviny. Co je biopotravina je uvedeno v následující definici:

Podle Červenka (2011, s. 15) "*biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními předpisy, na níž bylo vydáno osvědčení o biopotravině.*"

Podle příručky "USDA National Organic Program Consumer Brochure" (Roberts, 2013, s. 206) jsou biopotraviny: "*produkovány výrobci, kteří kladou důraz na použití obnovitelných zdrojů a ochranu půdy a vody a přispívají tak k uchování životního prostředí pro budoucí generace. Maso, drůbež, vejce a mléčné výrobky nesoucí označení bio pochází ze zvířat, které nedostávají žádná antibiotika nebo růstové hormony. Biopotraviny jsou vyráběny bez použití konvenčních pesticidů, hnojiv vyrobených se syntetických látek nebo odpadního kalu.*"

V moderních podmínkách velká pozornost věnována zdravému životnímu stylu a zdravé stravě. "*Pod pojmem zdravá výživa si představuji vyvážené stravování, které člověku přinese dobrý pocit, prodlouží mu život a prodlouží mu ho kvalitně (Kunova, 2011, s.9)*". Lidé už chápou jejich velkou důležitost pro svoje zdraví a život jako celku. Marketéři již soustřeďují svá reklamní sdělení na spotřebitele preferující nutričně vyvážené potraviny a

definují tuto skupinu lidí jako velmi lákavý konkrétní segment trhu. Bez ohledu na velkou popularitu dané problematiky v současné době, lze konstatovat, že drtivá většina spotřebitelů nejsou dosud dostatečně o tom informováni.

Strava patří do základních potřeb každého člověka. Poptávka po biopotravinách roste po celém světě, a to navzdory skutečnosti, že jejich cena je o 10 až 50 % vyšší než u obyčejných produktů (Eagri, 2016).

V roce 2009 globální velikost trhu biopotravin přesáhla 59 miliard dolarů, a průměrná míra růstu činila cca 10 – 15 %. V roce 2013 globální velikost trhu biopotravin přesáhla 70 miliard dolarů (Bio-info, 2016). Tyto hodnoty neustále rostou, protože stále více lidí inklinuje ke zdravému životnímu stylu a snaží se očistit svůj jídelníček od pesticidů a chemických látek, včetně alergenů, jimiž je pestrá naše moderní strava.

Biopotraviny jsou produkty zemědělství a potravinářství, které se pěstují v souladu se zavedenými pravidly. Podle Sabersky (2009, s. 20) tyto normy předpokládají zamítnutí užívání (nebo minimalizaci používání) pesticidů, umělých hnojiv, růstových regulátorů, umělých potravinářských přídatných látek a geneticky modifikovaných potravin. „*Dusičnany se dostávají do rostlin především vlivem hnojení umělými chemickými hnojivy. V těle se dusičnany rozkládají na nitrity a ty se mohou v žaludku slučovat s určitými bílkovinami a vytvářet nitrosaminy, které jsou karcinogenní (Sebersky, 2009, s. 21).*“ Například organická zelenina se pěstuje pouze z nemodifikovaných osiv, pomocí přírodního hnojiva a v speciálních teplotních podmínkách.

Stejně podmínky a zákony působí v rámci živočišné výroby. Dobytek se nachází v nejpohodlnějších podmínkách, bez žádných stísněných stánků, atd. Živí se jen přirozeným krmivem bez růstových stimulantů, hormonů nebo konzervačních látek.

1.3.1 Certifikace, kontrola a značení v ČR

Jako první musí být vymezené některé důležité pojmy:

Ministerstvo zemědělství (2015, s. 5) **definuje bioprodukt**, jakoukoliv surovinu rostlinného případně živočišného původu, které pocházejí z ekofarmy. Do kategorie bioproduktu se řadí hospodářské zvířata. Bioproduktem se označuje nejen suroviny, které jsou určeny k výrobě biopotravin, ale také zástavová zvířata, případně suroviny určené pro nepotravinářské využití např. vlna, přadný len.

Biopotravina – biopotravinou dle § 3 ve smyslu zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství se rozumí potravina vyrobenou dle podmínek stanovených tímto

zákonem včetně předpisů Evropského společenství. Tyto potraviny musí splňovat požadavky jakosti a zdravotní nezávadnosti upravené zvláštním právním předpisem (Eagri, 2016). „*Biopotravina je produkt vyprodukovaný v souladu s požadavky zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 (Přílohy k nařízení Komise (ES) 889/2008)*“ (Eagri, 2016).

Každá potravina označená přívlastkem BIO či jako eko potravina, musí mít označení na obalu v podobě kódu organizace, která provedla kontrolu, zda tato potravina odpovídá bio nebo eko kvalitě. Tyto kódy jsou snadno dohledatelné na stránkách různých kontrolních organizací pro následnou kontrolu ze strany spotřebitele.

Ministerstvo zemědělství (2015, s. 5) **definuje Ekofarmu, jako** „*samostatnou, uzavřenou hospodářskou jednotku. Zemědělský podnikatel nemusí provozovat ekologické zemědělství na všech pozemcích, které vlastní nebo užívá. Musí však pro ekofarmu vyčlenit a jednoznačně určit základní výrobní prostředky; od konvenčních pozemků a budov tak musí být jednoznačně odděleny pozemky, hospodářské budovy, hospodářská zvířata, které slouží k ekologickému zemědělství.*“ Smyslem tohoto vyčlenění je jasná identifikace činnosti ekologicky zaměřeného zemědělce, pakliže chce produkovat bioprodukty.

Tímto byly vymezené nejdůležitější pojmy týkající se biopotravin. V další části se zaměříme na označení, které musí tyto potraviny splňovat, aby mohly být označovány jako biopotraviny.

Potravina musí být produkována z ekologického zemědělství, jež se vyznačuje svojí šetrností k přírodě. Důležité je, aby pro výrobu – produkci biopotravin nebylo použito chemických přípravků, jakými jsou například hnojiva minerálního původu, hormonů nebo pesticidů, jež zabírají přirozeným procesům probíhajícím v přírodě. Přísný zákaz se vztahuje také na geneticky upravené organismy a k nim přidané látky, jež jsou běžně používány v potravinářství. Za předpokladu, že dojde k naplnění všech podmínek, můžeme tyto biopotraviny označit značkou BIO (Nazeleno, 2015).

Označení biopotravin – jako první se musí uvědomit, že pro označení biopotravin je možné užít dvě možná loga. Jedním je logo, které je určeno pouze pro český trh a tím druhým je zase označení vycházející z Evropské unie. Vůbec první označení pro biopotraviny se začalo využívat již koncem 90. let 20. století. V tehdejší době se ovšem jednalo spíše o princip dobrovolnosti. Podle Grosshausera (2015, s. 89) od 1. 7. 2010 byla představena poslední verze evropského loga pro biopotraviny.

Logo určené pouze pro český trh, které je vydáváno v souladu se zákonem č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, ve znění pozdějších předpisů, a vyhlášky č. 16/2006 Sb., která vyšla v platnost 6. 1. 2006. Tímto logem, které označuje české biopotraviny je tzv. biozebra viz. obrázek v příloze (Biospotřebitel, 2016). Toto logo ukazuje, že se jedná o produkt ekologického zemědělství. Dále musí být opatřeno kontrolním číslem organizace CZ-KEZ-01, CZ-ABCERT-02 nebo CZ-BIOKONT-03. Takto se v České republice označuje biopotravina. Pověření k jejímu udílení dává Ministerstvo zemědělství a jedná se o vybrané organizace KEZ o. p. s, ABCert AG a Biokont, s. r. o. (Biospotřebitel, 2016). V České republice musí být biopotraviny označeny jednak biozebrou, ale také logem Evropské unie. Toto nařízení se nevztahuje na biopotraviny, jejichž původ je z dovozu. V případě takovýchto produktů nejsou vyžadována obě dvě loga.

Biopotraviny ovšem mohou být také opatřeny logem Evropské unie. Takovéto označení se může používat od 1. 7. 2010 a je shodné pro všechny výrobce zaměřené na biopotraviny v Evropské unii, které jsou určeny pro ekologickou produkci. Logem viz. obrázek v příloze, se označuje i produkty, které se do Evropské unie dostávají ze třetích zemí. Grosshauser (2015, s. 91) uvádí, že organizace se musí řídit Nařízením EU o ekologickém zemědělství. Logo evropské biopotraviny je definováno v nařízení Rady 834/2008 o ekologické produkci a ekologických produktech. Jeho celkovou podobu, včetně číselného kódu stanovuje nařízení Komise Evropské unie č. 2711/2010. V případě, kdy je využito logo na obalu biopotraviny musí být součástí také obecný číselný vzor kontrolního orgánu: AB – CDE – 999 (Eagri, 2016).

Pakliže se bude nakupovat na speciálních farmách, užívajících značení ekologická, kde jsou nabízeny biopotraviny, tak jsou zde povinni předložit platný certifikát o původu bioproduktu. Tyto certifikáty vydávají kontrolní organizace a zaručují, že výrobky prodávané na farmě byly podrobeny kontrole dodržování zákonem stanovených podmínek určených pro ekologické zemědělství. Na takovémto certifikátu se najde seznam všech produktů, jež může farma prodávat s označením BIO (Bio-info, 2016).

Ministerstvo zemědělství (2015, s. 20) uvádí, že v České republice jsou hlavními kontrolními orgány v oblasti biopotravin následující organizace:

- KEZ, o.p.s., kód na obalu: CZ-BIO-001
- ABCert AG, organizační složka kód na obalu: CZ-BIO-002
- BOKONT CZ, kód na obalu: CZ-BIO-003
- ÚKZÚZ

Uvedené kontrolní organizace realizují kontrolu spojenou s vydáním certifikátu o původu biopotraviny nebo ekopotraviny. Poslední uvedený orgán ÚKZÚZ provádí kontrolu podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004 (Eagri, 2016).

Ke kontrole pravosti biopotravin jsou určeny soukromé kontrolní organizace KEZ o. p. s, ABCert AG a Biokont, s. r. o., mimo tyto soukromé subjekty byla kontrola ekologického zemědělství svěřena také ÚKZÚZ – Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (Andromenovyživa, 2016).

Činnost kontrolních orgánů se zaměřuje zejména na kontrolu činností spojených s vydáním certifikátů pravosti biopotravin, bioproduktů případně dalších bioproduktů. ÚKZÚZ vykonává úřední kontrolu, která je zaměřena hlavně na poskytování státní podpory ekologickým zemědělcům včetně výrobců biopotravin. ÚKZÚZ při kontrole se zaměřuje hlavně na potřebnou dokumentaci, rostlinnou produkci, zde patří veškerá hnojiva, přípravky určené na ochranu rostlin (Eagri, 2016). Živočišnou produkci, kde je rozhodující krmivo, welfare zvířat – blahobyt zvířat a v neposlední řadě identifikace a označování produktů pocházejících z ekologického zemědělství. Na trhu se můžeme také setkat s výrobky, které se označují jako BIO, ale na toto nemají právo a tedy se jedná o klamavé označení. K odstranění těchto nedostatků hodně napomohl zákon o ekologickém zemědělství. V současné době mají spotřebitelé možnost podávat podněty k zahájení správního řízení s výrobcem případně i distributorem, v případě, kdy se setkají s výrobky označenými jako BIO či EKO, ačkoliv na toto označení nemají nárok (Andromenovyživa, 2016).

V České republice obliba biopotravin neustále roste. Lokální výrobci tohoto druhu potravin jsou úspěšní i v produkci do zahraničí. Nejčastějším místem, kde si mohou spotřebitelé zakoupit biopotraviny, jsou maloobchodní řetězce a specializované prodejny zdravé výživy. V České republice se nejvíce zpracovává bio masné výrobky, ale v posledních letech začíná také nárůst produkce biovína. V České republice Ministerstvo zemědělství podporuje Měsíc biopotravin a ekologického zemědělství, který připadá každoročně na měsíc září. Smyslem této akce je seznámení s novými trendy v oblasti biopotravin, ale také jejich přínos pro ekologické zemědělství, životní prostředí a chovné hospodářské zvířata (Bezpečnostpotravin, 2016). Česká republika má spousty výrobců biopotravin, ale mezi ty největší se řadí společnosti jako například Olma, a.s., Biopark, s.r.o., PRO – BIO, obchodní spol., s.r.o., POLABSKÉ MLÉKÁRNY, a.s. a mnohé další (Bio-info, 2016). Nejvíce výrobců biopotravin se nachází v Jihomoravském kraji a také v Praze. Najde se zde ovšem celá řada malovýrobců, kteří využívají svých bio a ekofarm a dávají také možnost se seznámit s tím, jak

vůbec celý proces biopotravin vzniká. Tyto místa jsou velmi často navštěvována zejména školskými zařízeními, kde se děti seznamují nejen s výrobky, ale také právě se zvířaty, zemědělskou činností atd. V České republice právě v letošním roce vešel v platnost nový zákon, který dává povinnost zavádět zdravé potraviny do školských zařízení. Biopotraviny dnes se zakupují nejen na specializovaných farmách, ale také v nejrůznějších řetězcích jako jsou BILLA, LIDL atd. (Václavík, 2010, s. 83).

Biopotraviny jsou považovány za stále větší přínos pro trh a to nejen ten český, ale i celosvětový. Lidé totiž neustále projevují větší zájem a tím roste i jejich spotřeba.

1.3.2 Certifikace, kontrola a značení v Rusku

V Ruské federaci velmi dlouho na státní úrovni nebyli stanovené pojmy „ekologický čistý“, „biologicky čistý“ a „organický“. Tato skutečnost ztěžovala certifikaci, kontrolu a značení biopotravin. Některé výrobce označovali své výrobky jako ekologický nebo biologický čisti bez žádného potvrzení, ale jen za marketingovými účely.

Prvním zákonem, který upravoval tuto oblast v Rusku na státní úrovni stal GOST 51074-2003 „Potraviny. Informace pro spotřebitele. Obecné požadavky“, ve kterém bylo oficiálně povoleno používání označení „ekologické“ výrobky jen v případě uvedeném níže:

„3.5.1.5 Informace o vlastnostech produktu, jako je například „kultivovaný s použitím pouze organického hnojiva“, „pěstovaný bez pesticidů“, „pěstovaný bez použití průmyslových hnojiv“, „vitaminizovaný“, „bez konzervantů“ a dalších je přípustná pouze v případě, že výrobce má potvrzení takových informací. Označení potravin jako „šetrných k životnímu prostředí“ není povoleno“

Jen v roce 2016 nabyl platnost zákon GOST 56508-2015 „Výroba ekologické produkci. Pravidla výroby, skladování, přepravy“. Tato norma platí na ekologické výrobky rostlinného, živočišného a mikrobiálního původu, stejně jako akvakultury v přírodní, ošetřené nebo zpracované formě, které se používají jako potrava, krmivo nebo osivo, a stanoví požadavky na jejich výrobu, skladování a přepravu.

§3.2 GOSTu definuje pojem **výrobky ekologického zemědělství (organické produkty)** jak „Výrobky rostlinného, živočišného, mikrobiálního původu, a také akvakultury v přírodní, ošetřené nebo zpracované formě, které se používají jako potrava, krmivo nebo osivo, vyrobené na výrobě certifikované za účelem splnění požadavků daného standardu“.

Kapitola 11 GOST 56508-2015 určuje pravidla obalování výrobků ekologického zemědělství. Mezi základní patří: „11.2.1 *Obaly produktů ekologického zemědělství, musí mít minimální negativní dopad na produkci a životní prostředí. Je třeba usilovat o minimalizaci obalů.* 11.2.2 *Nepoužívá se obalový materiál, který může vést ke kontaminaci výrobků ekologického zemědělství.* 11.2.3 *Pro obalování bioproduktů použití polyvinylchloridu není povoleno.*“

Kapitola 12 zmiňuje základní pravidla označování biopotravin: „12.1.1 *Pro označování a propagaci produktů a ingredienci, které splňují požadavky tohoto standardu, jakož i v dokumentech doprovázejících organické produkty se používá termín „organický produkt“ a „12.1.4 Pojem „organický produkt“ není dovoleno používat pro výrobek, pokud v souladu s požadavky právních předpisů Ruské federace, on obsahuje geneticky modifikované organismy, sestává z geneticky modifikovaných organismů nebo byl vyroben z geneticky modifikovaných organismů.*“

V současné době žádný certifikační úřad není akreditován k provádění ekologické certifikace podle GOST 56508-2015. Navzdory nedostatku státních norem, existují firmy, které produkují skutečné ekologické produkty v Rusku. Potvrzují to dobrovolnou certifikací. Výrobce potravin buď získávají evropské a jiné zahraniční certifikáty ekologický čisté produkci, nebo jsou účastníky dobrovolní certifikaci nestátními organizacemi. Pro certifikaci výrobků dodávaných do zahraničí se vztahují předpisy EU 834/2007 a 889/2008. Posledním právním předpisem v oblasti biopotravin stal GOST R 57022-2016 „Výroba organických produktů. Postup provedení dobrovolné certifikace“. Tento standard stanovuje postup pro dobrovolnou certifikaci ekologické produkce. A hlavně:

- interakce certifikačních orgánů pro ekologické zemědělství a žadateli;
- ověřování a hodnocení ekologické výroby;
- přijetí řešení o certifikace ekologického zemědělství;
- vyhotovení certifikátů pro ekologickou produkci.

Certifikační proces ekologické produkce zahrnuje organizaci práce, dvoufázovou primární certifikaci ekologické výroby, kontroly během platnosti certifikátu a recertifikování ekologické výroby, které je nutno provést před vypršením certifikátu.

V Rusku na základě výše zmíněných GOSTu existují soukromé organické normy, které pracující na principu dobrovolní certifikaci. Například, standard „Lístiček života. Organický“, navržený Ekologickým svazem Petrohradu nebo standard „StO Agrosofiya“

vyvinutý Neziskovým partnerstvím pro rozvoj ekologického a biodynamického zemědělství Agrosofiya.

Žádné další ruské soukromé ekologické označování a certifikace, kterých existuje velké množství, nejsou odborníky trhu s ekologickými produkty považovány za vážné.

V roce 2007, ruský systém ekoznačení „Lístiček života“ také se stal členem GEN. To znamená, že vyvinuté specialisty Petrohradského Ekologického svazu ekoznačení je uznané mezinárodním společenstvím v souladu se zásadami ISO 14024 a mezinárodní praxí dobrovolné ekologické certifikaci. SpbEU (Petrohradský Ekologický svaz) se stal prvním a jediným orgánem certifikace zboží (práce a služby) v Rusku v oblasti životního prostředí, který má právo vydávat ekologický certifikát mezinárodní úrovni.

Standard StO „Agrosofiya“ „O ekologickém zemědělství, ekologické péče o životním prostředí a souvisejícím označení ekologických výrobků“ byl vyvinut na základě nařízení EU 2092/91 „O ekologickém zemědělství a odpovídajícím označování výrobků a potravin“.

Vstup Ruska do Světové sítě ekologického označení potravin pro výrobce organických produktů, práce a služeb, které prošly dobrovolné certifikace a obdrželi ekoznačku, vyznačuje rozšíření možností v mezinárodním partnerství a obchodů na globální úrovni. Ruský spotřebitel dostává ujištění, že výrobky označené jako ekologické budou nejen bezpečné pro zdraví, ale také vyrobené v souladu s přísnými mezinárodními standardy.

1.4 Trh biopotravin

1.4.1 Produkce a vývoj biopotravin v ČR

Bio potraviny se především pěstují a vyrábějí na farmách. Nicméně, v poslední době obyčejné české a ruské farmy už nezaručí garanci bio kvality, protože se při produkci ve velkém nedodržují bio standardy, které jsou nutné pro označení potraviny jako bio. Například, při chování zvířat se nedodržují pravidla pro jejich krmení nebo výběhu (volný výběh v přírodě) (Bio-info, 2016). Proto stále častěji začaly vznikat takzvané ekofarmy, které nabízí skutečnou bio kvalitu vyráběných potravin. V České republice klasické farmy jsou stále častěji přeměňovány v ekofarmy. Podíváme se, jaké produkty tyto ekofarmy nabízí.

Bezesporně hlavními produkty, které nabízejí ekofarmy v České republice, jsou biopotraviny, zejména mléčné výrobky z kravského, kozího mléka, domácí kuřecí a křepelčí vejce, zelenina a ovoce. Podle Ministerstvo zemědělství (2015, s. 100 - 105) produkty nabízené ekofarmami lze rozdělit do několika skupin:

Čerstvé mléčné výrobky a vejce

Biofarmy, na nichž se chovají hospodářská zvířata, nabízejí prodej mléčných výrobků a domácích vajec. Jedná se o prodej „ze dvora“ nebo o nabídku produkce z jednotlivých farem na farmářských trzích ve městech. Hlavní odlišností čerstvých mléčných bio výrobků od jejich substitutů prodávaných v maloobchodech je doba trvanlivosti, která je podstatně kratší, než v případě konvenční výroby. Znamená to minimální nebo žádné konzervační látky a šetrnou pasterizaci. Tento produkt je vhodné spotřebovat do několika dnů. Zároveň mléčná produkce nabízená ekofarmami obsahuje přirozený obsah tuku a mléčných kultur, a nehrozí riziko nedostatku živin a minerálů v případě konzumaci bio mléčných výrobků.

Nabídka bio mléčných výrobků zahrnuje mléko, domácí tvaroh a máslo, bílé a ochucené jogurty a jogurtové krémy (slazené domácí marmeládou nebo medem). Zvláštní pozornost je věnována sýrům, které se vyrábějí na ekofarmách. Domácí sýry jsou pouze několika druhů v závislosti na délce zakysání a úrovni srážení – právě toto zásadním způsobem ovlivňuje chuťové vlastnosti a tvrdost sýrů. Velmi oblíbeným a často nabízeným sýrem je domácí mozzarella, což je nejměkčí druh domácích sýrů nabízených na českých ekofarmách (Eagri, 2016).

Ekofarmy a jednotliví farmáři též nabízejí možnost zakoupení bio čerstvých kuřecích a křepelčích vajec. Vejce je nejběžnější produkt nabízený i nejmenšími ekofarmami v České republice. V poslední době se začaly šířit ekofarmy specializující na křepelčí chov a tedy nabídku křepelčích vajec. Je to vhodná alternativa kuřecímu vejci, které někteří jednotlivci nekonzumují ze zdravotních důvodů (Eagri, 2016).

Čerstvé maso, drůbež a ryby

Na biofarmách je možné též zakoupit čerstvá masa, drůbež z domácích chovů a ryby z ekologických rybníků. Nabídka masa a zvěřiny je širší, zejména co se týče vepřového, hovězího, skopového, jehněčího masa. Tyto chovy jsou na českých ekofarmách zcela běžné. Zvěřina jako kančí, daněk a podobné druhy strakatých plemen nemůže být chována na farmách – tato zvířata vyrůstají ve volné přírodě. Na ekofarmách přesto jsou tyto druhy masa dostupné ke koupi během myslivecké sezóny.

Velmi poptávanou a taky často chovanou drůbeží jsou kuřata, slepice a kohouti. Podle Ministerstvo zemědělství (2015, s. 115) ekologický chov drůbeží předpokládá krmení pouze přírodním krmivem bez přidání antibiotik, proteinů nebo jiných chemických přísad. Navíc, zásadou ekologických chovů je chov ve volné přírodě a delší doba dospívání mladých kuřat.

Na českých farmách se též stále víc objevují pštroší chovy; nabídka pštroších produktů zahrnuje vejce a maso.

Při hledání ekologických rybníků v České republice prostřednictvím internetu, nebyl dohledán žádný rybník dodržující zásady ekologického chovu ryb. Nicméně při osobním předběžném zjišťování u farmářů dodržujících zásady ekologického zemědělství (na farmářských trzích v České republice), bylo zjištěno, že ekologické rybníky přesto existují, ale nabídka ryby z těchto rybníků je značně omezená.

Uzeniny a tradiční masové pokrmy

Uzeniny a masové pokrmy jsou jednou z dobrých tradic české národní kuchyně. Nabídka ekofarem též zahrnuje prodej ekologických a zdraví nezávadných potravin z masa a drůbeží, například tlačenkou, různé druhy paštik, klobásy, špeky, sádlo apod. (Eagri, 2016).

Dle biofarmy nabízí čerstvé ovoce a zeleninu, včelařské výrobky a produkty řemeslníků z ekologických materiálů

1.4.2 Spotřeba, dovoz a vývoz biopotravin v ČR

Jako první se budeme zabývat spotřebou biopotravin v České republice. Biopotraviny si stále častěji nacházejí svoje místo v českých domácnostech. O tom také svědčí neustále narůstající počet zákazníků, kteří jsou ochotni si připlatit za biopotraviny. Česká republika zažívá tzv. boom, který je spojen s neustále se zvyšujícím počtem prodejen specializujících se na bio, eko a farmářské produkty. K významným prodejcům se řadí Sklizeno, Náš Grunt, My Food Market, Food Story případně také Moje Kredenc (Noviny, 2016).

O neustále se zvyšujícím zájmu ze strany Čechů o biopotraviny svědčí i vyjádření Ministerstva zemědělství (2015, s. 89), které potvrdilo, že meziročně lidé utratili téměř 2 miliardy korun za tento druh potravin. Toto číslo v součtu na biopotraviny činí nárůst o 9,5 %, ovšem v celkovém součtu ve spotřebě potravin se jedná stále o nízké číslo, neboť spotřeba biopotravin se pohybuje na úrovni 1%. Ačkoliv ministr Jurečka potvrdil, rostoucí oblibu biopotravin, tak současně uvedl, že prioritou pro Ministerstvo zemědělství je aplikace tzv. „Akčního plánu ČR pro rozvoj ekologického zemědělství pro rok 2020“. Stát také poskytuje značné dotace na ekologicky obhospodařované plochy, hlavně se toto vztahuje na ty výrobce, kteří se věnují biopotravinám (Eagri, 2016). Nejvíce biopotravin Češi nakoupí v maloobchodních řetězcích, poté navštěvují prodejny se zdravou výživou a biopotravinami.

Důkazem toho, že český trh se stává stále zajímavějším pro prodejce biopotravin je i to, že společnosti Sklizeno a My Food Market mají v plánu do roku 2018 otevřít až 58 nových prodejen (Noviny, 2016). Češi se nejvíce zaměřují na mléko, mléčné výrobky, dále pak hotové pokrmy a ovoce včetně zeleniny.

Vývoz biopotravin z ČR

Co se týká vývozu, tak i čeští výrobci biopotravin se podílejí na vývozu biopotravin do zahraničí. V mnohých případech se jednalo o tzv. reexport tedy potraviny, které byly dovezeny do České republiky a následně zase vyvezeny do jiných zemí. Pro příklad, tak reexport činil pětinu z celkového vývozu biopotravin z České republiky. V konečném součtu se vyvezlo biopotravin za celkem 1,17 miliardy korun. Z české republiky se vyváží biopotraviny nejčastěji do zemí Evropské unie a to celkem v 95 % z celkového objemu (Václavík, 2010, s. 79). Mezi nejčastější destinace kam se tyto komodity vyvážely, bylo Rakousko. Sem se dovezly biopotraviny za celkem 232 milionů korun. Následovalo Německo, zde bylo dovezeno potravin s označením biokvalita za 228 milionů korun (Denik, 2016).

K největším exportérům se řadí společnosti, které se na těchto pozicích drží již dlouhodobě a to jsou firmy RACIO, s.r.o., Sonnentor s.r.o. a Lifefood Czech Republic s.r.o. (Eagri, 2016).

Dovoz biopotravin do ČR

V neposlední řadě se musíme také podívat na dovoz biopotravin do České republiky. Tato oblast je trochu sporná, neboť biopotraviny se vyznačují svým zdravým přínosem, ale na druhou stranu tím, že se dovážejí mnohdy přes půl světa, tak náklady na ně rostou a také se nejedná o šetrný způsob vůči přírodě. Pokud se zaměříme na dovážené komodity, tak nejčastějším importem do České republiky je dětská výživa. Dále se spíše jedná o koření, kávu a čaj, ale také kakao, čokoláda. Do kategorie speciálních surovin lze jistě zařadit obiloviny, luskoviny a olejniny, případně pekařské výrobky včetně těstovin. Avšak nejčastěji se u nás budeme setkávat s ovocem a zeleninou. Velkou oblibu si také na českém trhu našly nejrůznější ovocné a zeleninové nápoje (Probio, 2016).

K nejčastějším zemím, ze kterých se do ČR dovážejí biopotraviny, se řadí zejména státy západní Evropy, jako jsou Rakousko a Německo. Od roku 2014 se také nově do České republiky dovážejí biopotraviny ze zemí jižní Ameriky, jako jsou Kolumbie, Argentina, ale

také z asijských států Thajska a Filipín. Z těchto států se nejčastěji dováží kokosový olej (Vetweb, 2016). Z těchto informací jasně vyplývá, že co se týká dovozu biopotravin, tak Česká republika využívá nejrůznější země světa, aby zajistila široké spektrum nejrůznějších potravin.

1.4.3 Produkce a vývoj biopotravin v Rusku

Ekologické zemědělství v Rusku vzniklo v roce 1989, kdy byl spuštěn ještě sovětský program "Alternativní zemědělství". Za dva roky, tento program přispěl k mezinárodní certifikaci celé řady farem, ale se skončil nezdarem, protože trh zákazníků k těmto produktům připraven nebyl.

V roce 1994 Ruská federace začala vývoz čisté certifikované pohanky do Evropy a od roku 1995 funguje ruská továrna na zpracování organické hmoty v regionu Kaluga. Nyní ekologická výroba biopotravin existuje v Tulském, Orelském, Novgorodském, Omském, Pskovském, Kurskem, Vladimírském, Orenburgském, Jaroslavickém a Moskovském regionech a dalších krajích.

Na ruském trhu trh biopotravin je jen v samém začátku. Šetrnost k životnímu prostředí a zájem o výrobu bezpečné produkce pomalu roste. Hlavními důvody pro zaostávání za Spojenými státy a evropskými zeměmi byl dlouholetý nedostatek jednotného konceptu ekologicky šetrných výrobků. Nejasné postavení státu v této záležitosti a nízká ekologická kultura populace také růst trhu a obchodu biopotravinami zpomalují. Nicméně, spotřebitelská poptávka se postupně tvoří na trhu samostatný sektor zdravé produkce. Objevili se také národní organizace pro certifikaci biopotravin (například, NP "Ekologická unie" v Petrohradě). Oni vyvinuly své vlastní normy, s přihlédnutím k mezinárodním požadavkům na ekologické zemědělství a ruské realitě. To vše jasně přispívá k rozvoji trhu biopotravin.

K hlavním kanálům prodeje biopotravin patří (foodmarket, №4/2013):

- Supermarkety, které prodávají větší část biopotravin v Rusku
- Specializované obchody pro prodej přírodních produktů a biopotravin
- Přímý prodej prostřednictvím on-line obchodů, které umožňují vyhnout maloobchodním přírůzkám a je velmi rychle rostoucím směrem.
- Lékárny, které prodávají omezený sortiment bioproduktů. Jsou to v podstatě potraviny pro diabetiky a nízkokalorické potraviny, produkce dětské výživy a kosmetika. (foodmarket, 2013)

Na novou úroveň výroba biopotravin v Rusku vyšla s 1 ledna 2016 roku, kdy nabyl platnost národní standard organické produkce GOST P 56508-2015 (Státní standard Ruské federace, 2016).

Podle Andreje Moleva, prezidenta holdingu "AgriVolga" produkce ekologického zemědělství na západě je na 20-30 % dražší než podobná produkce bez označení "bio". V Rusku cenový rozdíl je navíc větší. Podle Moleva tyto deformace lze vysvětlit nedostatečným rozvojem trhu a nedostatkem kultury spotřeby organických produktů. Jakmile trh stane konkurenceschopnějším cenový rozdíl přestane být tak výrazný (Sváz ekologického zemědělství, 2015). Používat biopotraviny v Rusku je obtížné a nákladné, říkají odborníci. Ale i přes tuto skutečnost, ruský trh biopotravin roste na 30 % za rok (Rusko jde za biopotravinami, 2014).

Odborníci IFOAM (*International Foundation for Organic Agriculture*) odhadují, že na rok 2013 Rusku bylo 144254 hektarů zemědělské půdy pro ekologicky čisté zemědělství. Část této oblasti se používá pro včelařství (13723 ha), produkci obilí (9889 ha), ovoce a bobule (31 ha), hroznů (16 ha), olejnin (170 ha), obilovin (850 ha) a zeleniny (96 ha). V roce 2013 v Rusku existovalo 70 podniků, které vyráběli ekologické produkty. Výrobce biopotravin preferují rozmístění převážně v regionech s černou půdou (Tula, Kursk, Belgorod), v Sibiři (Omsk, Novosibirsk), na severovýchodě Ruska (Archangelsk) a na jihu (Stavropol). K největším výrobcům biopotravin v Rusku patří: korporace "Hořčičná louka", "Organik", "Agranta", "Arivera" atd. (Organikmarket, 2016).

Podle IFOAM objem trhu s biopotravinami v Rusku na rok 2014 v zemi činil 60 až 80 milionů dolarů, což je jen 0,1 % od ročních prodejů všech potravinářských výrobků v zemi (Efremov, 2015).

V současné době certifikované ekologické produkty produkují malé a střední podniky a farmy. V Rusku tyto malé farmy snaží se spojovat do skupin a sdružení, což jim umožňuje vystupovat pod jednou značkou, lépe organizovat vstup svých výrobků na trh a tak dále. Například, sdružení "Ekoklaster" A. Konovalova sjednocuje asi desítku zemědělství, a také přes sedmdesát ruských a desítky zahraničních firem z 18 zemí, které se specializují na výrobu, zpracování a prodeje ekologických výrobků a eko-slужeb pro ruský trh. V mnoha regionech Ruska se vytváří sdružení a projekty pro rozvoj ekologického zemědělství: ecopark "Suzdal", družstvo "Naše farma" (hlavní dodavatel produktů ekologického zemědělství do supermarketů "Azбуka chuti"), korporace "Organic" společnost "Eco-kultura", "AgriKapital" a několik dalších. Kromě toho, podle ruských odborníků, dnes ruský trh biopotravin je

mnohem větší než ho hodnotí západní experti. Oni to vysvětlují skutečností, že mnoho ruských malých a středních zemědělských podniků skutečně vyrábějí bioprodukty, ale nechtějí získávat certifikaci. Více než polovina produktů ruského zemědělství se tvoří na soukromých hospodářstvích a na rolnických hospodářstvích, které prostě nemají finanční prostředky pro používání chemických látek a intenzifikaci (Belova, 2014).

V hlavním e-shope Ruské federaci Ecoharmony.ru lze koupit výrobky ruských výrobců. Existují nejen biopotraviny, ale také biokosmetika, chovatelské a dětské zboží.

Příčinami, které omezují rozvoj trhu biopotravin v Rusku odborníci ve sféře nazývají vysoké ceny bioprodukce, absence promyšleného systému podpory ekologické výroby, nedostatek certifikačních standardů a kontroly za jakosti bioprodukce. Jedním z hlavních směrů v dané oblasti je teď vytvoření systému finanční podpory biovýroby z důvodu potřeby ve velkých finančních prostředcích na začáteční etapě.

Experti předpokládají že potenciál trhu biopotravin v Rusku činí 700 miliard rublů. Přejít na technologie organického zemědělství zvýší příjmy výrobců v ruských podmínkách až o 500 %. Trh zemědělství stane nezávislý od hnojiv, antibiotik, růstových hormonů. Budou to výrobky s vysokými požadavky na kvalitu, které jsou konkurenceschopné a poptávka na které roste jak na tuzemském, tak i na světovém trhu, což je perspektivním směrem rozvoje pro ruské výrobce biopotravin (Efremov, 2015).

Avšak podle světových statistik organizace IFOAM na dnešní den Rusko nemá trhu nebo výrobních kapacit, které by mohli soutěžit s výrobci biopotravin jiných zemí (IFOAM, 2017).

1.4.4 Spotřeba, dovoz a vývoz biopotravin v Rusku

Na dnešní den trh biopotravin v Rusku se nachází ve fázi aktivního formování. Podle zemědělského úřadu Spojených států v Rusku FAS USDA objem ruského trhu certifikovaných biopotravin na konci roku 2013 činil 148 milionů dolarů (0,15 % ze všech potravinářských výrobků). V roce 2014 objem trhu se zvýšil o 4,8 % a činil 10,8 tis. tun produkce, podle DISCOVERY R. G. v roce 2015 trh přežíval krizi spojený s politickými sankcemi a zůstal se na stejné úrovni (Chinalogist, 2016).

V roce 2012 obrat ruského trhu bioproduktů činil 120 - 140 milionů dolarů, a v roce 2014, podle dat Svazu ekologického zemědělství již 190 milionů. Více než 90 % z tohoto objemu bylo dovezeno, především z evropských zemí, které aktivně prodávali své výrobky, včetně výrobků z surovin zakoupených v Rusku. Zatímco pouze 2 - 3 % Rusů konzumují

bioprodukty, ačkoli výzkum ROMIR ukazuje že přeplatit za zdravé jídlo je připraveno 58 % respondentů. To ukazuje na existenci obrovské akumulované poptávky u ruského trhu biopotravin.

Výzkum Grand View Research, Inc. ukázal, že ruský trh ekologických potravin a nápojů bude v období 2016-2020 ročně vyrůstat průměrně o 15,5 %. Celkový trh bioproduktů na rok 2020 odhadují ve výši asi 212 miliard dolarů. Podle údajů "AgroEcoInform" potenciál trhu ekologických produktů v Rusku na rok 2020 činí 300 miliard rublů (Organikmarket, 2016).

Vývoz biopotravin z Ruska

Rusko exportuje organickou pohanku, proso, vojtěšku, organickou pšenici, len a lesní plody, houby, piniové oříšky a bylinky (Efremov, 2015).

Hlavním omezením vývozu biopotravin je proces certifikací. Pokud ruská bioprodukce bude splňovat všechny mezinárodní standardy, vývoz výrobků bude ještě aktivnější. Hlavní trhy pro vývoz biopotravin jsou Asie, Střední východu a možná i Afrika. Díky devalvaci rublu ruská produkce může být ještě více populární, ale je třeba pozornost státu, aby tyto trhy otevřely. Je potřebná diplomacie a mezinárodní dohody na nejvyšší úrovni.

V Číně je poptávka po všech potravinách, včetně velkého množství spotřebitelů ekologických produktů. Ale tato země je poměrně přísná co se týče dovozu ze zahraničí produktů. Vyhlídky ruských biopotravin na čínském trhu by měli podpořit ruských výrobců k certifikaci své produkce a stát ke zjednaní pořádku ve sféře výroby organické produkce (Chinalogist, 2016).

Trh s biopotravinami v Rusku může činit 300-400 miliard rublů a stejnou výší je exportní potenciál těchto výrobků. Podle ředitele Svazu ekologického zemědělství Lyubovedskogo Jákoba, pokud budou naladěné všechny mechanismy tržní regulace výrobců ekoprodukce, po přijetí příslušných právních předpisů a norem, během 5 let, Rusko může dosáhnout podílu 10-15 % na světovém trhu produktů ekologického zemědělství (Sozrf, 2013).

Zároveň již existuje praxe, kdy ekologicky čisté suroviny se z Ruska vyváží (zejména, ořechy, bobulí, hub, medu, bylin), a zpět Rusko dováží již zpracované produkty se známkami "eko" nebo "organic".

Nicméně, podle názoru Lyubovedskogo ruští zemědělci musejí stále spoléhat jen sami na sebe. Rozvoj domácího zemědělství, včetně ekologického není zahrnutý mezi hlavními cíli současné ruské diplomacie (Gazeta, 2015).

Dovoz biopotravin do Ruska

Za poslední roky v důsledku trvání potravinové embargo v Rusku došlo k celkovému snížení objemu dovozu potravin ze 60 miliard dolarů až do 20 miliard. Klesající trend určitě ovlivnil dovoz biopotravin do země. Současně podpořil rozvoj domácích výrobců a stal příčinou změny zemí dodavatelů biopotravin.

Nyní ruský trh organických potravin se odhaduje kolem 10 miliard rublů, ze kterých 90 % činila dovozní produkce z již zakázaných sankcemi zemí. Vzhledem k tomu, že ruský trh zatím nemůže uspokojit poptávku po bioproduktech, hlavními uchazeči o nahrazování dovozu ekologických zemědělských produktů jsou mobilnější země Euroasijského hospodářského společenství (Kazachstán, Tádžikistán, Uzbekistán) a Čína. Teď největší zájem o dovoz do Ruska a rozšíření na ruském trhu mají Čína a Bělorusko (Svaz ekologického zemědělství, 2015).

Trh ekologických zemědělských produktů v Rusku roste na 10-15 % ročně, v souladu s prognózou v roce 2020 bude činit nejméně 18 miliard rublů. Země Euroasijského hospodářského společenství mohou zajistit až 30 % trhu (kolem 6-7 miliard rublů). Podíl běloruských výrobků, podle odhadů by mohl dosáhnout zhruba 3,5 miliardy rublů. Dříve Bělorusko již úspěšně vstoupilo na ruský trh s mlékem a mléčnými výrobky, a teď běloruská produkce činí asi 50 % od dovozu mléčných výrobků v Rusku.

Čína má dobré zkušenosti s exportem ekologických produktů. Ona dováží produkty ekologického zemědělství v zemích EU, Spojené státy Americké, a také v Japonsko. Jestli počítat se s tím, že Čína již podepsala dohodu s velkými ruskými zemědělskými podniky na výrobu zemědělských biopotravin, její podíl v roce 2020 by také mohl pohybovat v rozmezí od 3 miliard rublů. Čínský export má podporu ve vládních opatření. Čínský trh je pružný a má rychlou reakci. Je zaměřeny především na Moskvu a na Dální východ, kam už aktivně biopotravinu dováží (Gazeta, 2015).

Převážná část ruských výrobců biopotravin není certifikovaná. V důsledku toho existuje představa že obchod biopotravinami činí 4.5. - 7.5 miliard rublů, z nichž více než 90% se dováží. Domácí výrobce ekologických produktů se konají v sektoru neřízeného obchodu (Svaz ekologického zemědělství, 2013).

Výkonný ředitel Svazu ekologického zemědělství v Rusku Roman Gurov tvrdí, že za účelem ochrany vlastního trhu ekologických zemědělských produktů je třeba nejprve rozvíjet místní obchodní síť, za druhé, zahájit sériovou výrobu ekologických produktů u velkých zemědělských podniků, které již spolupracují s federálními cestami distribuce. Omezením pro velké zemědělské podniky před výrobou bioproduktů slouží nedostatek specialistů a osvědčených technologií. Ve skutečnosti v nadcházejících letech na ruském trhu budou spíše produkty, které nevyžadují žádné dodatečné investice (na vybavení nebo dopravu). Například, obilní produkce - obiloviny, mouka, těstoviny (Agroinfo, 2015).

Tudíž, Rusko a Čína v příštích letech budou hlavními hráči na ruském trhu bioproduktů.

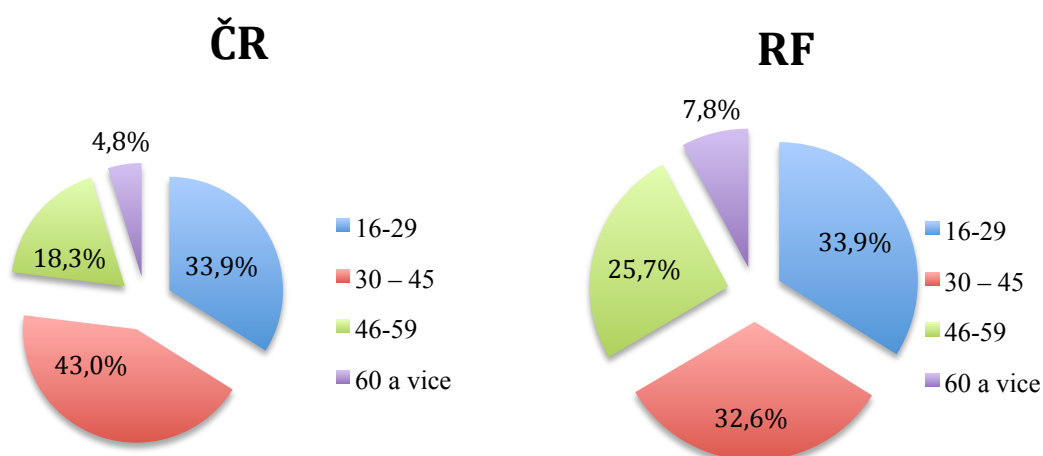
4. Vlastní práce

Hlavním primárním výzkumem provedeným v této práci je dotazníkové šetření určené pro respondenty z České republiky a z Ruska. Byl vytvořen dotazník, který byl distribuován v České republice a v Rusku. Celkem na otázky odpovědělo 460 lidí, z toho 230 osob v Ruské federaci a 230 osob v České republice. Dotazník byl distribuován převážně online, prostřednictvím e-mailu, sociálních sítí a Google formuláře.

V následujícím textu uvádím porovnání odpovědí na jednotlivé otázky a komentáře k nim.

První dotaz zjišťoval věk respondentů.

Graf č. 1: Věk respondentů v ČR a v RF

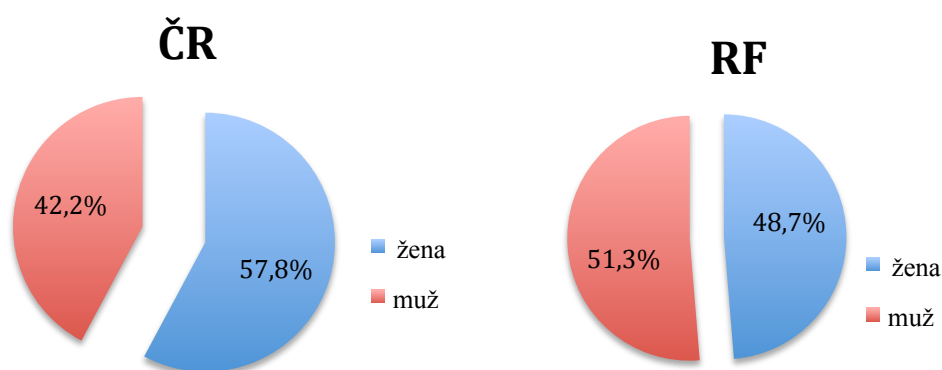


Zdroj: vlastní šetření (2017)

Věkově byli respondenti v následujícím složení: V České republice se zúčastnilo dotazníkového průzkumu 4,8 % respondentů v kategorii 60 a více roků. Dále 18,3 % dotázaných bylo ve věkové skupině 46-59 roků. Další kategorie bylo rozhraní 16-29 let, do kterého spadalo celkem 33,9 %. Nejvíce (43 %) byli respondenti ve věkové skupině 30 - 45 let. V Ruské federaci bylo 7,8 % dotázaných ve věkové kategorii 60 a více roků. 25,7 % v kategorii 46 - 59 let, 32,6 % ve věkovém rozhraní 30 - 45 let, 33,9 % respondentů bylo ve věku 16 - 29 let.

Další dotaz zjišťoval pohlaví respondentů.

Graf č. 2: Pohlaví respondentů v ČR a v RF

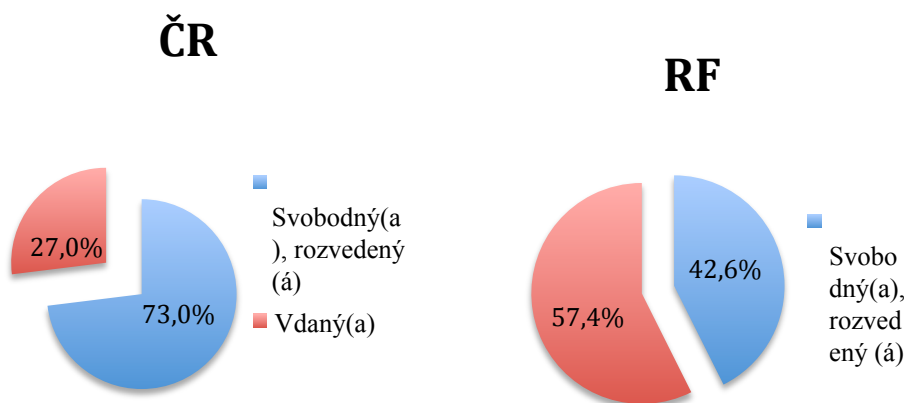


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice byly mezi respondenty ženy, a to v zastoupení 57,8 %, mužů bylo 42,2 %. V Ruské federaci pak odpovídalo 51,3 % mužů a 48,7 % žen.

Další dotaz byl zaměřen na zjištění rodinného stavu respondenta.

Graf č. 3: Rodinný stav respondentů v ČR a v RF

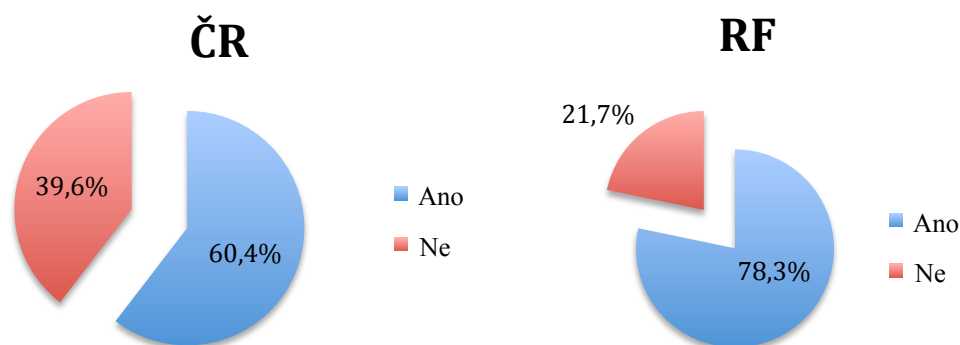


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice bylo celkem 27 % dotázaných v manželském svazku a většina (tj. 73 %) bylo buď svobodných, nebo rozvedených. V Ruské federaci většina respondentů (tedy 57,4 %) byla v manželském svazku, zbytek (42,6 %) byli buď svobodní, nebo rozvedeni.

Dalším dotazem bylo zjištění, jestli mají respondenti ve společné domácnosti dítě do 15 let věku.

Graf č. 4: Přítomnost ve společné domácnosti děti do 15 let v ČR a v RF

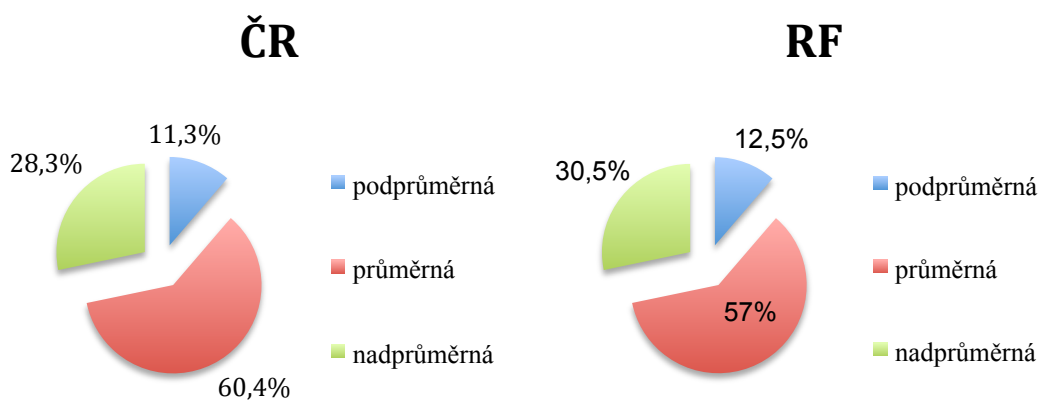


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice celkem 60,4 % respondentů uvedlo, že má doma dítě do 15 let a 39,6% se shodlo o opaku. V Ruské federaci pak má celkem 78,3 % dotázaných dítě do 15 let ve společné domácnosti a pouze 21,7 % respondentů bylo bezdětných nebo se staršími dětmi.

Další otázka v dotazníkovém šetření byla zaměřena na zjištění, v jaké ekonomické situaci se respondenti nacházejí.

Graf č. 5: Porovnání ekonomické situace respondentů v ČR a v RF



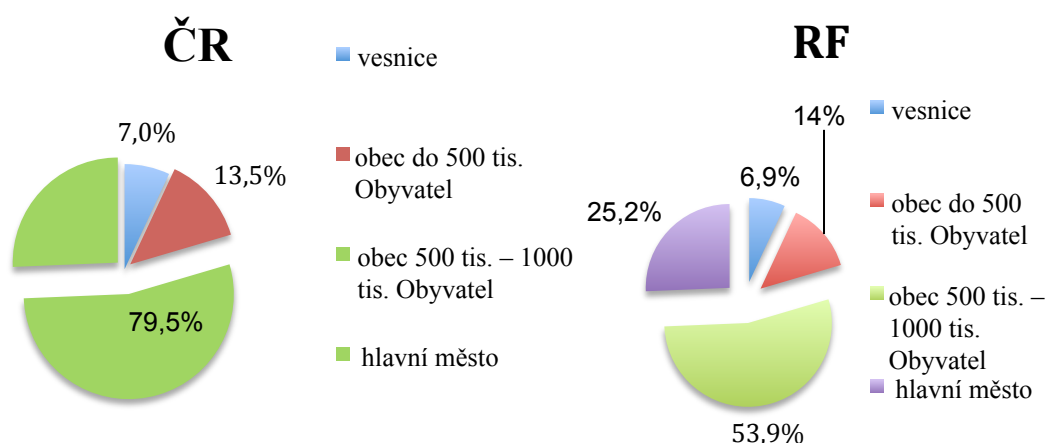
Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice celkem 11,3 % respondentů uvedlo, že jejich ekonomická situace je podprůměrná, 28,3 % přiznala, že nadprůměrná a průměrnou ekonomickou situaci označilo celkem 60,4 % respondentů. V Ruské federaci svoji ekonomickou situaci popsalo jako

podprůměrnou celkem 12,5 % dotázaných. Nadprůměrná ekonomická situace byla zaznamenána u 30,5% respondentů a celkem 57 % se shodlo, že se nachází v průměrné ekonomické situaci.

Další dotaz, který by mohl úzce souviset s nákupem biopotravin, se týkal velikosti města, kde respondenti bydlí.

Graf č. 6: Porovnání velikosti města respondentů v ČR a v RF

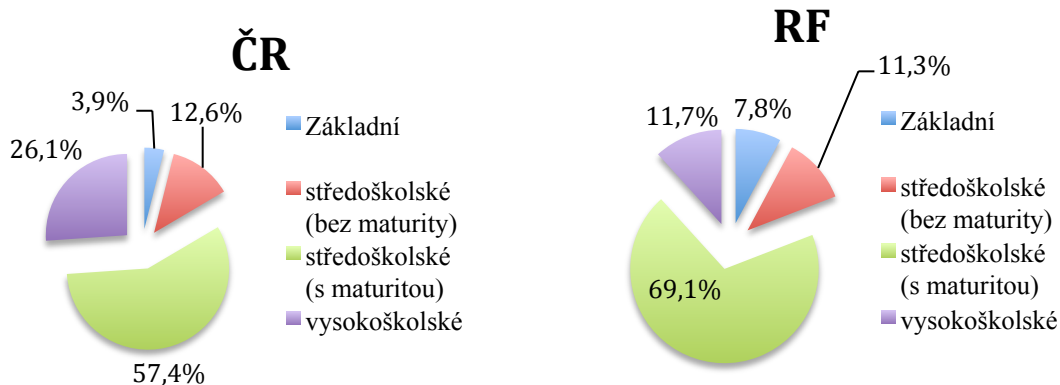


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice bylo 7 % respondentů z vesnice, 13,5 % dotázaných bylo z obce do 500 tisíc obyvatel a naprostá většina (tj. 79,5 %) pochází z obce ve velikosti 500 tisíc – milion obyvatel, což zároveň byli všichni dotázaní z Hlavního města. V Ruské federaci bylo 6,9 % respondentů z vesnice, 14 % dotázaných uvedlo, že bydlí v obci do 500 tisíc obyvatel, 25,2 % obývá Hlavní město a většina respondentů (53,9 %) žije v obci, která má od 500 tisíc do milionu obyvatel.

Dalším dotazem bylo zaměření na zjištění vzdělání účastníků dotazníkové průzkumu.

Graf č. 7: Porovnání vzdělání respondentů v ČR a v RF

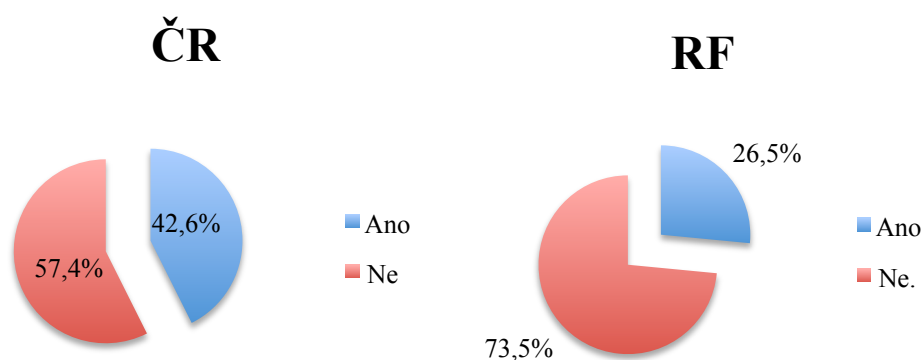


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice bylo celkem 3,9 % respondentů pouze se základním vzděláním, 12,6 % dotázaných mělo středoškolské vzdělání bez maturity. Vysokoškolské vzdělání mělo celkem 26,1 % respondentů dotazníkového průzkumu. Většina respondentů (57,4 %) ovšem disponovala středoškolským vzděláním s maturitou. V Ruské federaci bylo celkem 7,8 % dotázaných se základním vzděláním, 11,3 % respondentů uvedlo, že mají středoškolské vzdělání bez maturity. Vysokoškolské vzdělání uvedlo celkem 11,7 % dotázaných. Většina respondentů (69,1 %) přiznala středoškolské vzdělání s maturitou.

Další dotaz byl směřován na zjištění, zda se v České republice a i v Ruské federaci nakupují biopotraviny.

Graf č. 8: Nakupování biopotraviny v ČR a v RF

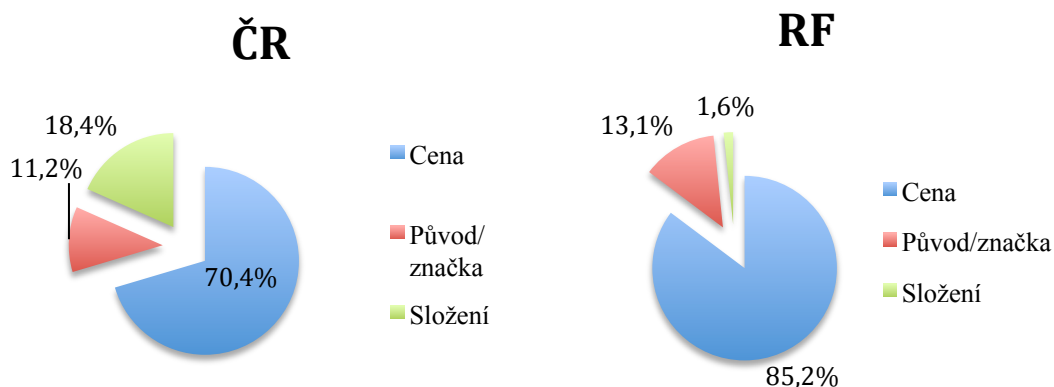


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice nakupuje biopotraviny celkem 42,6 % dotázaných (57,4 % pak biopotraviny nenakupuje), v Ruské federaci nakupuje pouze 26,5 % dotázaných biopotraviny (73,5 % biopotraviny nenakupuje).

Další dotaz měl přinést zjištění, jaký atribut je rozhodující pro nákup biopotravin.

Graf č. 9: Rozhodující atribut při nákupu potravin v ČR a v RF

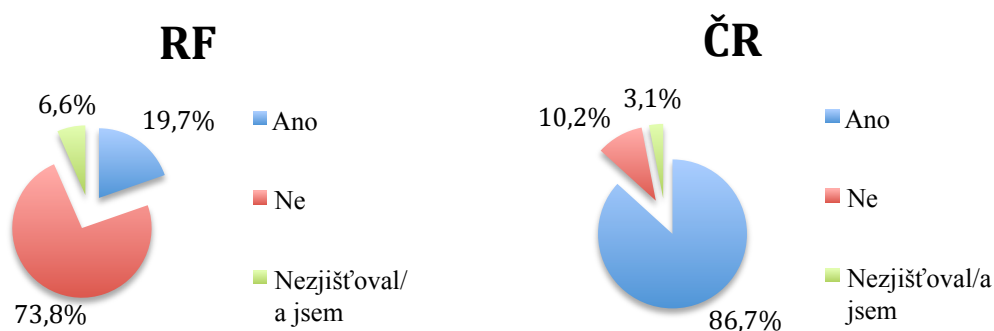


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice je celkem pro 70,4 % respondentů rozhodující cena. 18,4 % dotázaných uvedlo, že pro nákup biopotravin se rozhodují na základě složení potravin a pouze 11,2% respondentů považuje za rozhodující původ a značka biopotravin. V Rusku je rozhodujícím prvkem pro nákup biopotravin cena, kde tento atribut zkoumá 85,2 % dotázaných. Celkem pro 13,1 % respondentů je nejpodstatnější původ a značka biopotravin a pouze 1,6 % dotázaných považuje za nejdůležitější atribut při rozhodování o nákupu biopotravin složení.

Další dotaz byl směřován na zjištění, zda je blízko bydliště respondentů obchod s biopotravinami.

Graf č. 10: Blízkosti obchodu s biopotravinami v ČR a v RF

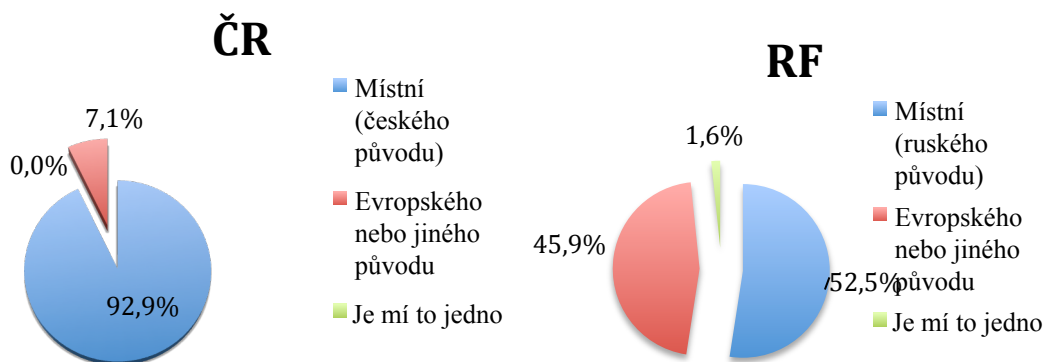


Zdroj: vlastní šetření (2017)

Celkem 86,7 % respondentů z České republiky uvedlo, že mají blízko svého bydliště možnost nakoupit v obchodě s biopotravinami. Pak 10,2 % respondentů uvedlo, že v blízkosti jejich bydliště se obchod s biopotravinami nenachází a pouze 3,1 % dotázaných tuto skutečnost nezjišťovalo. V Ruské federaci byly výsledky velmi odlišné od dosažených výsledků v České republice. Celkem 73,8 % dotázaných nemá v blízkosti svého bydliště obchod, který nabízí biopotraviny. Pouze 19,7 % respondentů pak uvedlo pravý opak (tedy, že mají v blízkosti bydliště obchod s biopotravinami) a 6,6 % respondentů z Ruské federace přiznalo, že tuto skutečnost nezjišťovalo.

Další dotaz byl směřován na zjištění biopotraviny, jakého původu preferují respondenti.

Graf č. 11: Preference původu biopotravin v ČR a v RF

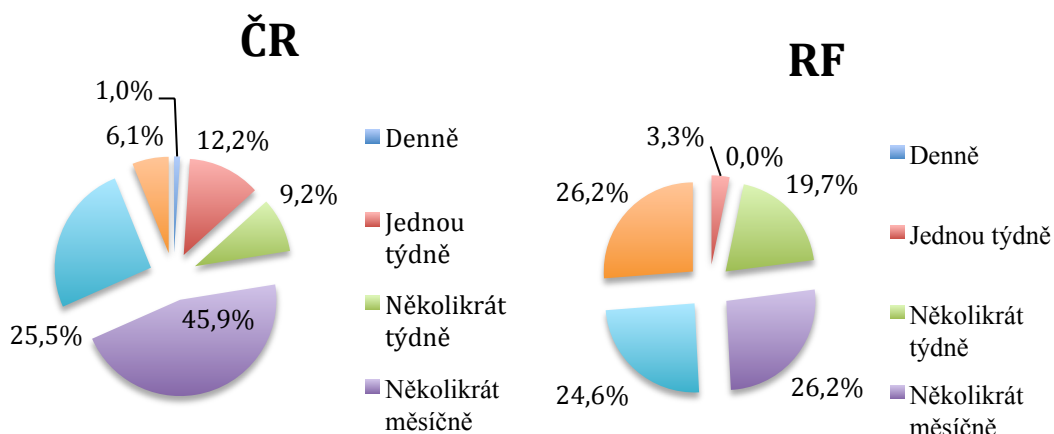


Zdroj: vlastní šetření (2017)

Na dotaz, jaký původ biopotravin dotázaní preferují, odpovědělo celkem 92,9 % respondentů z České republiky, že preferují místní (český) původ a pouze 7,1 % respondentů přiznalo, že preferují potraviny z evropských nebo jiných zemí. V Rusku více než polovina respondentů (52,5 %) dává přednost domácímu (ruskému) původu biopotravin. Celkem 45,9 % pak preferuje biopotraviny evropského původu, nebo z jiných zemí. Celkem pak 1,6 % dotázaných uvedlo, že je jim jedno, odkud biopotraviny pocházejí.

Další dotaz byl směřován na zjišťování, jak často lidé nakupují biopotraviny.

Graf č. 12: Frekvenci nákupu biopotravin v ČR a v RF

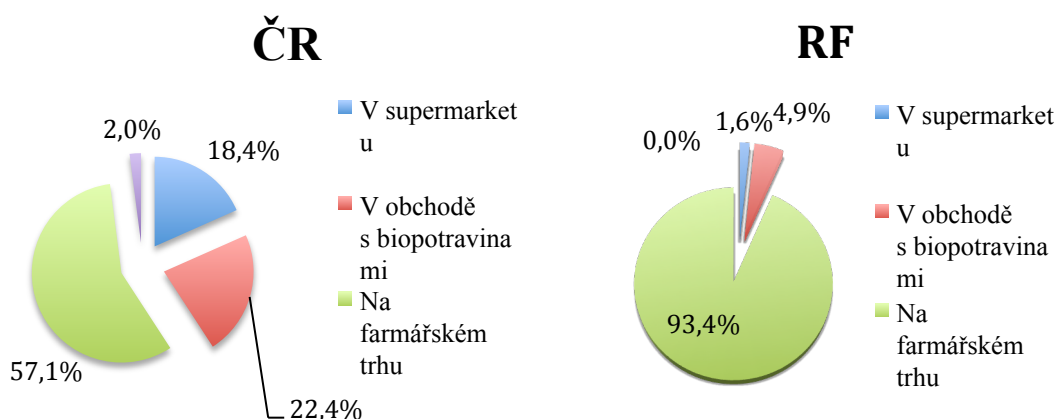


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice nejméně respondentů (1 %) nakupuje biopotraviny denně, 6,1 % dotázaných pak několikrát za rok. 9,2 % respondentů nakupuje biopotraviny několikrát týdně a 12,2 % jednou týdně. Jednou měsíčně nakupuje biopotraviny celkem 25,5 % dotázaných a 45,9 % respondentů nakupuje biopotraviny několikrát měsíčně. V Ruské federaci nikdo z respondentů nenakupuje denně biopotraviny. 3,3 % nakupuje jednou týdně potraviny v bio kvalitě, 19,7% respondentů několikrát týdně. Celkem 24,6 % respondentů nakupuje biopotraviny jednou měsíčně. Stejně procento dotázaných (26,2 %) uvedlo, že nakupuje biopotraviny několikrát měsíčně a druhá skupina několikrát za rok.

Další dotaz byl směřován na zjištění, kde lidé nakupují biopotraviny.

Graf č. 13: Místo nákupu biopotraviny v ČR a v RF

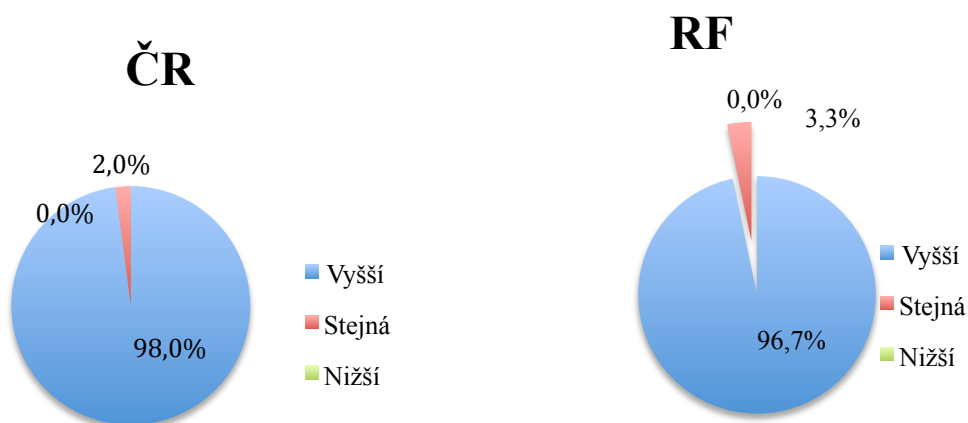


Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice nejméně (2 %) respondentů nakupuje biopotraviny přes internet. V supermarketu nakupuje biopotraviny celkem 18,4 % dotázaných. V obchodě s biopotravinami nakupuje 22,4 % respondentů. Nejvíce (57,4 %) dotázaných biopotraviny nakupuje na farmářských trzích. V Ruské federaci nikdo z respondentů nenakupuje biopotraviny přes internet. V supermarketu nakupuje biopotraviny 1,6 % dotázaných. V obchodě s biopotravinami nakupuje 4,9 % respondentů z Ruské federace. Nejvíce (93,4 %) dotázaných nakupuje biopotraviny na farmářských trzích.

Další dotaz směřoval na zjištění, zda jsou biopotraviny levnější, dražší nebo stejně drahé jako běžné potraviny.

Graf č. 14: Názor respondentu na cenu biopotravin ve srovnání s konvenčními potravinami v ČR a v RF



Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice se 2 % dotázaných domnívá, že ceny se neliší mezi biopotravinami a běžnými potravinami. Ovšem 98 % respondentů se shoduje, že biopotraviny jsou dražší než běžné potraviny. Nikdo z respondentů z ČR nevedl, že by byly biopotraviny levnější než běžné potraviny. V Ruské federaci byly obdobné výsledky. Většina dotázaných (96,7 %) uvedla, že biopotraviny jsou dražší než běžné potraviny. 3,3 % respondentů se domnívá, že biopotraviny jsou stejně drahé jako běžné potraviny. Nikdo z dotázaných nevedl, že jsou biopotraviny levnější než běžné potraviny.

Proč lidé vlastně kupují biopotraviny v ČR? To byla další otázka v dotazníkovém průzkumu.

Tabulka č. 1: Motivy pro nákup biopotravin v ČR

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
Jsou zdravější	66	31	1	0
Dodržuju zdravý životní styl	29	67	2	0
Mám problémy se zdravím	9	12	12	65
Jsou kvalitnější	23	44	22	9
Máji lepší chuť	62	22	10	4
Kvůli welfare zvířat	12	43	23	20
Snažím se podpořit místní výrobce a malé farmáře	61	23	13	1
Jsem z dětství zvyklý/á pouze na bio kvalitu	23	61	13	1
Lákají mě malé bio obchody a obsluha v nich	2	3	21	72
Máji dobrý vliv na udržitelný rozvoj	1	12	45	40
Jiný důvod (uved'te)				

Zdroj: vlastní šetření (2017)

V České republice je motivace Čechů k nákupu biopotravin různá. Respondenti se mohli vyjádřit k několika různým motivacím, rovněž v různé míře pravdivosti tvrzení. Šestašedesát dotázaných z ČR kupuje biopotraviny kvůli přesvědčení, že jsou určitě zdravější než běžné potraviny, 31 dotázaných, že jsou spíše zdravější. Jeden člověk si spíše nemyslí, že jsou biopotraviny zdravější, ale nikdo z respondentů není přesvědčen o tom, že nejsou biopotraviny zdravé. Biopotraviny určitě respondenti (29) také nakupují, protože dodržují zdravý životní styl, 67 dotázaných nakupuje spíše pro zdravý životní styl biopotraviny. Dva respondenti spíše nekupují biopotraviny kvůli svému zdravému životnímu stylu a žádný z dotázaných nevedl, že určitě pro dodržování zdravého životního stylu biopotraviny nekupuje. Další motivací k nákupu biopotravin by mohly být problémy se zdravím, s tím naprosto souhlasí celkem 9 respondentů, pro 12 dotázaných je to také spíše aktuální motivací. Pro 12 respondentů spíše nejsou problémy se zdravím motivací k nákupu biopotravin. Ovšem většina respondentů (65) se shoduje, že biopotraviny určitě nenakupují kvůli svým problémům se zdravím. Celkem 23 respondentů uvedlo, že motivací pro nákup biopotravin je určitě jejich kvalita. Čtyřiačtyřicet dotázaných se domnívá, že biopotraviny jsou kvalitnější než běžné potraviny. Dvaadvacet respondentů si ale spíše nemyslí, že jsou biopotraviny kvalitnější. Devět respondentů naprosto není přesvědčeno o tom, že biopotraviny jsou kvalitnější než běžné potraviny. Hlavní motivací k nákupu biopotravin by mohla být chuť

těchto bioproduktů, což naprosto souhlasí u 62 respondentů, dalších 22 dotázaných uznalo, že jsou biopotraviny chutnější než běžné potraviny. Celkem 10 respondentů uvedlo, že biopotraviny spíše nemají lepší chuť než běžné potraviny. Pro 4 dotázané absolutně není motivací lepší chuť biopotravin. Kvůli welfare zvířat určitě nakupuje biopotraviny 12 respondentů, 43 dotázaných spíše kvůli welfare. Třidvacet pak zvolilo odpověď, že spíše nenakupují biopotraviny kvůli welfare a dvacet respondentů rozhodně nekupuje biopotraviny kvůli welfare. Kvůli snaze o podpoření malých farmářů a místních výrobců nakupuje biopotraviny celkem 61 dotázaných. Spíše ze stejného důvodu nakupuje biopotraviny dalších 23 dotázaných. Třináct respondentů spíše nenakupuje biopotraviny kvůli snaze o podpoření místních výrobců a malých farmářů a 1 respondent absolutně nenakupuje biopotraviny z uvedeného důvodu. Celkem 23 dotázaných má motivaci k nákupu biopotravin ze zvyku, protože jsou zvyklí na bio kvalitu, pro 61 respondentů je to spíše z tohoto důvodu motivace. Třináct respondentů si nemyslí, že zrovna zvyk je motivací pro nákup biopotravin a jeden člověk je o tom přesvědčen. Pouze dva respondenti jsou přesvědčeni, že nakupují biopotraviny z důvodu potřeby navštívit bio obchody a kvůli obsluze v nich. Tři dotázaní uvedli, že spíše nakupují biopotraviny kvůli potřebě návštěvy bio obchodů a obsluhy těchto obchodů. Celkem 21 respondentů nenakupuje biopotraviny z důvodu lákavosti navštívení bio obchodu a jeho obsluhy a většina respondentů (72) rozhodně z tohoto důvodu nenakupuje biopotraviny. Pouze 1 respondent uvedl, že nakupuje biopotraviny proto, že mají vliv na udržitelný rozvoj. Z tohoto důvodu spíše nakupuje biopotraviny dalších 12 respondentů. Celkem 45 dotázaných spíše nenakupuje biopotraviny kvůli jejich vlivu na udržitelné zdroje a 40 dalších je přesvědčeno, že tohle není důvodem nákupu biopotravin. Bylo také možné stanovit jiné motivace, které respondenti mají k nákupu biopotravin, ale nikdo z respondentů nic nevedl.

Další otázka v dotazníkovém průzkumu byla proč lidé vlastně kupují biopotraviny v RF.

Tabulka č. 2: Motivy pro nákup biopotravin v RF

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
Jsou zdravější	50	11	0	0
Dodržuju zdravý životní styl	47	13	1	0
Mám problémy se zdravím	18	7	18	18
Jsou kvalitnější	4	41	11	5
Máji lepší chuť	46	13	2	0
Kvůli welfare zvířat	1	3	27	30
Snažím se podpořit místní výrobce a malé farmáře	5	29	16	11
Jsem z dětství zvyklý/á pouze na bio kvalitu	41	5	12	3
Lákají mě malé bio obchody a obsluha v nich	0	0	19	42
Máji dobrý vliv na udržitelný rozvoj	0	2	32	27
Jiný důvod (uved'te)				

Zdroj: vlastní šetření (2017)

V Ruské federaci je motivace Rusů k nákupu biopotravin různá. Respondenti se mohli vyjádřit k několika různým motivacím, rovněž v různé míře pravdivosti tvrzení. 50 dotázaných z Ruska kupuje biopotraviny kvůli přesvědčení, že jsou určitě zdravější než běžné potraviny, 11 dotázaných, že jsou spíše zdravější. Žádný z respondentů není přesvědčen o tom, že by biopotraviny nebyly zdravější než běžné potraviny. Biopotraviny určitě nakupuje 47 respondentů, protože dodržují zdravotní životní styl, 13 dotázaných nakupuje spíše pro zdravý životní styl biopotraviny. Jeden respondent spíše nekupuje biopotraviny kvůli svému zdravému životnímu stylu a žádný z dotázaných neuvedl, že určitě pro dodržování zdravého životního stylu biopotraviny nekupuje. Další motivací k nákupu biopotravin by mohly být problémy se zdravím, s čímž naprosto souhlasí celkem 18 respondentů, pro 7 dotázaných je to také spíše aktuální motivací. Pro 18 respondentů spíše nejsou problémy se zdravím motivací k nákupu biopotravin. A stejný počet respondentů (18) se shoduje, že biopotraviny určitě nenakupují kvůli svým problémům se zdravím. Celkem 4 respondenti uvedli, že motivací pro nákup biopotravin je určitě jejich kvalita. Jednačtyřicet dotázaných se domnívá, že biopotraviny jsou kvalitnější než běžné potraviny. Jedenáct respondentů si ale spíše nemyslí, že jsou biopotraviny kvalitnější. Pět respondentů naprosto není přesvědčeno o tom, že biopotraviny jsou kvalitnější než běžné potraviny. Hlavní motivací k nákupu biopotravin by mohla být chuť těchto bioproduktů, což naprosto souhlasí u 46 respondentů, dalších 13

dotázaných uznalo, že jsou biopotraviny chutnější než běžné potraviny. Celkem 2 respondenti uvedli, že biopotraviny spíše nemají lepší chuť než běžné potraviny. Žádný z dotázaných nemá motivaci k nákupu ve formě lepší chuti biopotravin. Kvůli welfare zvířat určité nakupuje biopotraviny 1 respondent, 3 dotázaní nakupují biopotraviny spíše kvůli welfare. Sedmadvacet pak zvolilo odpověď, že spíše nenakupují biopotraviny kvůli welfare a třicet respondentů rozhodně nekupuje biopotraviny kvůli welfare. Kvůli snaze o podpoření malých farmářů a místních výrobců nakupuje biopotraviny celkem 5 dotázaných. Spíše ze stejného důvodu nakupuje biopotraviny dalších 29 dotázaných. Šestnáct respondentů spíše nenakupuje biopotraviny kvůli snaze o podpoření místních výrobců a malých farmářů a 11 respondentů absolutně nenakupuje biopotraviny z uvedeného důvodu. Celkem 41 dotázaných má motivaci k nákupu biopotravin ze zvyku, protože jsou zvyklí na bio kvalitu, pro 5 dalších respondentů je to spíše z tohoto důvodu motivace. Dvanáct respondentů si nemyslí, že zrovna zvyk je motivací pro nákup biopotravin a tři další respondenti jsou o tom přesvědčeni. Žádný z respondentů nenakupuje biopotraviny kvůli potřebě návštěvy bio obchodů a obsluhy těchto obchodů. Celkem 19 respondentů nenakupuje biopotraviny z důvodu lákavosti návštěvy bio obchodu a jeho obsluhy a většina respondentů (42) rozhodně z tohoto důvodu nenakupuje biopotraviny. Žádný respondent nevedl, že nakupuje biopotraviny proto, že mají vliv na udržitelný rozvoj. Z tohoto důvodu spíše nakupují biopotraviny další 2 respondenti. Celkem 32 dotázaných spíše nenakupuje biopotraviny kvůli jejich vlivu na udržitelné zdroje a 27 dalších je přesvědčeno, že toto není důvodem nákupu biopotravin. Bylo také možné stanovit jiné motivace, které respondenti mají k nákupu biopotravin, ale nikdo z respondentů nevedl žádnou jinou možnost motivace nákupu biopotravin.

Další otázka dotazníkového průzkumu byla nastavena tak, aby se zjistilo, z jakého důvodu respondenti nenakupují biopotraviny v ČR.

Tabulka č. 3: Důvodu respondentu nenakupu biopotraviny v ČR

	Určitě ano	Spíše ano	Spíše ne	Určitě ne
Nevím co to je	1	0	18	113
Jsou dražší, než jiné potraviny	98	32	1	1
Pěstuju sám(a)	25	3	12	92
Nevěřím na biokvalitu	97	22	10	3
Nabídka bio potravin je značně omezená	16	12	19	85
Pouze bio potraviny nedokážou vyřešit problémy se zdravím za jinak neměnných podmínek	105	27	0	0
Myslím, že to není nic víc, než marketing	101	29	1	1
Nevidím žádný rozdíl mezi klasickou potravinou a bio potravinou	43	49	32	8
Jiný důvod (uveďte)				

Zdroj: vlastní šetření (2017)

Nevím, co to jsou biopotraviny, tak odpověděl jeden respondent z České republiky. Osmnáct respondentů si myslí, že tohle není spíše důvodem k nekupování biopotravin a 113 je přesvědčeno, že toto není důvodem k nenakupování biopotravin. Biopotraviny jsou dražší než jiné potraviny, toto je rozhodně důvodem pro nekoupení biopotravin pro celkem 98 respondentů, spíše je to důvodem pro dalších 32 dotázaných. Jeden respondent si spíše nemyslí, že je vyšší cena biopotravin důvodem k nenakupování těchto potravin a další jeden respondent je zcela přesvědčen o tom, že vyšší cena biopotravin nezpůsobuje odmítání nákupu biopotravin. Dalším poznatkem, proč lidé nenakupují biopotraviny, je, že si lidé sami biopotraviny vypěstují. Pětadvacet dotázaných toto tvrzení zcela potvrzuje a další 3 spíše souhlasí. Dvanáct respondentů spíše tento poznatek nevidí jak důvod k nenakupování biopotravin. A většina (92 respondentů) absolutně nesouhlasí s daným tvrzením. Celkem 97 dotázaných se shodlo, že důvodem, proč nekoupit biopotraviny, je, že na bio kvalitu nevěří, dalších 22 respondentů se spíše domnívá, že je to kvůli nedůvěře v bio kvalitu. Deset respondentů uvedlo, že nedůvěra k bio kvalitě pro ně spíše není důvodem k nekupování biopotravin a 3 dotázaní naprosto odmítají, že by biopotraviny nekupovali kvůli tomu, že nevěří v bio kvalitu. Jako důvod, proč lidé nenakupují biopotraviny, je uvedena značně omezená nabídka biopotravin; toto tvrzení zastává 16 respondentů a spíše jej zastává 12 dalších respondentů. S daným tvrzením spíše nesouhlasí 19 dotázaných a 85 respondentů

absolutně nesouhlasí s daným tvrzením. Celkem 105 dotázaných nekupuje biopotraviny hlavně kvůli přesvědčení, že biopotraviny nedokážou vyřešit problémy se zdravím za jinak neměnných podmínek, dalších 27 respondentů uvedlo, že spíše z tohoto důvodu biopotraviny nekupují. Nikdo z respondentů se nevyjádřil nějakým způsobem kladně k danému tvrzení. Biopotraviny jsou pouhým marketingem, to se domnívá celkem 101 dotázaných, spíše si to myslí dalších 29 respondentů. Pouze jeden respondent si spíše nemyslí, že jsou biopotraviny jen marketingovým tahem a další jeden respondent toto absolutně vylučuje. Nejsou patrné rozdíly mezi klasickými a bio potravinami, proto respondenti nenakupují biopotraviny; s tímto názorem souhlasí 43 dotázaných a 49 dotázaných spíše s tímto tvrzením souhlasí. Pro 32 respondentů toto tvrzení není spíše pravdivé a pro 8 dalších dotázaných absolutně takové tvrzení není pravdivé. Jiný důvod nikdo z respondentů neuvedl.

Další otázka dotazníkového průzkumu byla nastavena tak, aby se zjistilo, z jakého důvodu respondenti nenakupují biopotraviny v RF.

Tabulka č. 4: Důvodu respondentu nenakup biopotraviny v RF

	Určitě ano	Spíš ano	Spíš ne	Určitě ne
Nevím co to je	18	16	18	117
Jsou dražší, než jiné potraviny	119	42	6	2
Pěstuju sám(a)	113	32	11	13
Nevěřím na biokvalitu	16	9	62	82
Nabídka bio potravin je značně omezená	111	36	17	5
Pouze bio potraviny nedokážou vyřešit problémy se zdravím za jinak neměnných podmínek	95	56	13	5
Myslím, že to není nic víc, než marketing	152	9	5	3
Nevidím žádný rozdíl mezi klasickou potravinou a bio potravinou	12	19	70	68
Jiný důvod (uved'te)				

Zdroj: vlastní šetření (2017)

Vyjádření respondentů z Ruské federace: „Nevím, co jsou biopotraviny,“ tak odpovědělo celkem 18 respondentů. Šestnáct respondentů si myslí, že tohle není spíše důvodem k nekupování biopotravin a 18 dalších respondentů je přesvědčeno, že toto není spíše důvodem k nenakupování biopotravin. Celkem 117 respondentů s tímto tvrzením rezolutně nesouhlasí. Biopotraviny jsou dražší než jiné potraviny, toto je rozhodně důvodem

pro nekoupení biopotravin pro celkem 119 respondentů, spíše je to důvodem pro dalších 42 dotázaných. Šest respondentů si spíše nemyslí, že je vyšší cena biopotravin důvodem k nenakupování těchto potravin a další 2 respondenti je zcela přesvědčeni o tom, že vyšší cena biopotravin nezpůsobuje odmítání nákupu biopotravin. Dalším poznatkem, proč lidé nenakupují biopotraviny, je, že si lidé sami biopotraviny vypěstují. Celkem 113 dotázaných toto tvrzení zcela potvrzuje a dalších 32 respondentů spíše souhlasí. Jedenáct respondentů tento poznatek spíše nevidí jako důvod k nenakupování biopotravin. Celkem 13 respondentů absolutně nesouhlasí s daným tvrzením. Celkem 16 dotázaných se shodlo, že důvodem, proč nekoupit biopotraviny, je, že na bio kvalitu nevěří, dalších 9 respondentů se spíše domnívá, že je to kvůli nedůvěře v bio kvalitu. Celkem 62 respondentů uvedlo, že nedůvěra k bio kvalitě pro ně spíše není důvodem k nekupování biopotravin a většina (82 dotázaných) naprosto odmítá, že by biopotraviny nekupovali kvůli tomu, že nevěří v bio kvalitu. Jako důvod, proč lidé nenakupují biopotraviny, je označen značně omezenou nabídkou biopotravin, toto tvrzení zastává 111 respondentů a spíše jej zastává 36 dalších respondentů. S daným tvrzením spíše nesouhlasí 17 dotázaných a pouze 5 respondentů absolutně nesouhlasí s daným tvrzením. Celkem 95 dotázaných nekupuje biopotraviny hlavně kvůli přesvědčení, že biopotraviny nedokážou vyřešit problémy se zdravím za jinak neměnných podmínek, dalších 56 respondentů uvedlo, že spíše z tohoto důvodu biopotraviny nekupují. Třináct respondentů tento názor příliš nesdílí a 5 dalších absolutně toto tvrzení odmítá. Biopotraviny jsou pouhým marketingem, to si myslí celkem 152 dotázaných, spíše si to myslí dalších 9 respondentů. Pouze pět respondentů si spíše nemyslí, že jsou biopotraviny jen marketingovým tahem a další tři dotázaní toto absolutně vylučují. Nejsou patrné rozdíly mezi klasickými potravinami a biopotravinami, proto respondenti nenakupují biopotraviny, s tímto názorem souhlasí pouze 12 dotázaných a 19 dotázaných spíše s tímto tvrzením souhlasí. Pro 70 respondentů toto tvrzení není spíše pravdivé a pro 68 dalších dotázaných absolutně takové tvrzení není pravdivé. Jiný nebo další důvod nikdo z respondentů neuvědl.

5. Diskuze a analýza dotazníkového šetření

Rozhodně by mělo existovat nějaké srovnání, proč jsou biopotraviny lepší a v čem konkrétně spočívá jejich kvalita, a taková srovnání s fakty pak je třeba předkládat široké veřejnosti. Jak je patrné z dotazníkového šetření, osvěta ohledně biopotravin je nedostačující. Dotazníkový průzkum ukázal velice zajímavé informace ohledně pohledu na biopotraviny v České republice i v Ruské federaci.

Z demografického hlediska je patrné, že nejmenší skupinou podle zastoupení ve věkové kategorii je v obou zemích věkové rozhraní 60 a více let. Co se týče pohlaví, v obou zemích se jednalo vcelku o rovnoměrné zastoupení mužů i žen, což dotazníkovému průzkumu dodává na objektivnosti. V rámci rodinného stavu respondentů bylo zjištěno, že v České republice je většina svobodných či rozvedených respondentů a v Ruské federaci je tomu naopak. V Ruské federaci také $\frac{3}{4}$ respondentů má ve společné domácnosti dítě do 15 let věku (v ČR to bylo cca 60% respondentů s dítětem do 15 let věku). Tyto údaje byly také důležitým atributem v dotazníkovém průzkumu, protože rodiny s dětmi mají jiné finanční zatížení, než lidé bez dětí ve společné domácnosti, takže tento ukazatel může být také velmi prospěšný v našem průzkumu a i v analýze výsledků.

Ekonomická situace respondentů v České republice i v Ruské federaci byla až na drobné procentuální nuance totožná. Většina účastníků dotazníkového průzkumu se přiklonila k průměrnému hodnocení své ekonomické situace.

Vzdělání respondentů v České republice i v Ruské federaci bylo téměř shodné. Respondenti dotazníku byli především středoškoláci s maturitou, s nižším nebo pouze základním vzděláním bylo z celkového počtu do 20 % v obou zemích. I přesto, že respondenti byli převážně vzdělaní lidé, tak si stejně nebyli jisti, jaké výhody přináší biopotraviny.

Lidí z vesnic, kteří se zúčastnili dotazníkového průzkumu, bylo velmi málo a stejně tak i respondentů z malých měst. Většina respondentů pocházela z větších měst či hlavního města, kde v České republice se tyto kategorie sloučily do jedné (Česká republika má prakticky jedno velké město, které by odpovídalo parametrům, které je zároveň i hlavním městem).

První členění se týkalo zjištění, zda respondenti nakupují biopotraviny. V České republice nakupuje biopotraviny téměř polovina respondentů, v Ruské federaci to byla ale slabší třetina dotázaných. Toto zjištění přináší zároveň odpověď na myšlenku, která byla zmiňována v úvodu práce, že v České republice je více lidí, kteří vyhledávají prostředky pro zdravý životní styl, v České republice se více lidí věnuje zdravému životnímu stylu

v porovnání s Ruskou federací. V případě negativní odpovědi na danou úvodní otázku v dotazníkovém šetření byli respondenti okamžitě odkázáni na pokračování dotazníku, která se týkala důvodů, proč nenakupují biopotraviny. Výsledky dotazníkové metody tak přinesly nejpravděpodobnější důvody k nekupování biopotravin. Jak v České republice, tak i v Ruské federaci se neprokázalo, že by hlavní důvod pro nepořizování biopotravin pramenil z neznalosti terminologie biopotravin. Z výsledků je možné shrnout výsledky, které zobrazují pravděpodobné důvody k nenakupování biopotravin, tedy respondenti, kteří nenakupují biopotraviny, uvádějí mezi hlavní důvody vyšší cenou než je u jiných potravin. Tím byla zodpovězena jedna z hlavních otázek ve druhé kapitole této práce (Metodika a cíl práce), že cena skutečně může ovlivnit rozhodnutí o nákupu biopotravin. Pak také, že biopotraviny jsou pouze marketingovým tahem společností, a také nedůvěra v bio kvalitu, hlavně ze strany Čechů. Na těchto aspektech, které rozhodují o koupi (v tomto případě o nekoupě) biopotravin se lidé z obou států značně shodli. Z dotazníku také vyplynulo, že Rusové hojně sami pěstují zeleninu a další produkty v domácím prostředí a v bio kvalitě, proto nemají potřebu nakupovat biopotraviny. Tady ovšem neplatí, že si lidé sami pěstují tyto produkty pouze na vesnicích, vzhledem k bydlišti respondentů je patrné, že lze si pěstovat produkty i ve městě a lidé to využívají. V Rusku také za jeden z hlavních důvodů považují značně omezenou nabídku biopotravin, což v České republice vnímají opačně, ale to je dáno i tím, že v Ruské federaci teprve velice nedávno začala nějaká veřejná propagace zdravého životního stylu. Češi také příliš nevědí o rozdílech mezi běžnými potravinami a biopotravinami, tak zdůvodňují nekupování biopotravin.

I v případě kladných odpovědí následovala škála otázek, které měly více přiblížit postoj lidí k biopotravinám. Dotaz směřovaný na zjištění, podle čeho se lidé rozhodují při nákupu potravin, odhalil, že lidé nejčastěji vybírají potraviny podle ceny, pak je zajímá původ potraviny a v poslední řadě složení potraviny. Toto zjištění je trochu zavádějící, protože by mělo být prioritou složení potravin, aby odpovídalo opravdu zdravému životnímu stylu a očekávání, které má vybraná potravina splňovat. Takže cena potravin stojí za tím, co budeme konzumovat, respektive co nám dovolí peněženka. Proto by měly být biopotraviny nějakým způsobem ošetřeny, například zákonem, aby nebyly ceny příliš propastné a lidé si mohli dovolit nakoupit i „zdravější“ a „kvalitnější“ potraviny. S tím souvisí i výsledky na dotaz ohledně ceny biopotravin ve srovnání s běžnými potravinami. Více než 96% účastníků z obou států na dotazníkovém průzkumu se shodlo, že ceny biopotravin jsou určitě vyšší, než ceny běžných a jiných potravin.

Blízkost specializovaného obchodu s biopotravinami potvrdilo více než 85% respondentů, avšak v Ruské federaci je to pouhých cca 20 %, což by odpovídalo hypotéze, že v České republice je k dispozici více specializovaných prodejen s biopotravinami a větší možnost farmářských trhů, než je tomu v Ruské federaci.

Lidé si také vybírají biopotraviny nejlépe místní výroby, což je hlavně česká tendence, Rusové jsou nakloněni kromě místního původu potravin i evropským potravinám. Četnost nákupů biopotravin je u obou států trochu odlišná. Rusové uvedli, že nenakupují biopotraviny denně a jen málo respondentů nakupuje jednou týdně, ovšem v dalších možnostech bylo celkem rovnoměrné rozložení zástupců. Češi nejvíce nakupují biopotraviny několikrát měsíčně. Míst, kde lze biopotraviny zajistit, je hodně, ale Rusové dávají přednost především farmářským trhům. Češi jsou otevření v nakupování biopotravin v supermarketech, ale i ve specializovaných prodejnách s biopotravinami. Pomocí internetu téměř nikdo z obou států biopotraviny nenakupuje.

Kritéria, která rozhodují u spotřebitelů o nákupu biopotravin, lze shrnout asi tak, že biopotraviny jsou zdravější a chutnější než běžné potraviny. Češi kupují bio produkty také proto, aby podpořili místní výrobce a malé farmáře. Rusové nakupují biopotraviny z tohoto důvodu úplně minimálně. Rusové také upřednostňují nákup biopotravin z důvodu zvyku na biopotraviny z dětství, a také kvůli dodržování zdravého životního stylu. Češi zase berou v úvahu i welfare zvířat, Rusové ale toto vůbec neberou jako kritérium pro nákup biopotravin. Rozhodně nejsou motivy pro nákup biopotravin touha navštívit bio obchody a obsluhu v těchto obchodech, a také ani to, že mají biopotraviny dobrý vliv na udržitelný rozvoj.

Češi jsou více nakloněni zdravému životnímu stylu, to se projevuje také rozmanitostí možností nabídky biopotravin, Rusové jsou ale zase více důslední, a když se rozhodnou přestoupit na zdravý životní styl, pak vytrvají a půjdou za svým přesvědčením, Češi zase budou experimentovat, ale stejně se vrátí k vyzkoušenému. Rusové jsou k biopotravinám více nedůvěřiví. Pro Čechy je zásadní, aby potraviny (i biopotraviny samozřejmě) byly původem z Česka, ale přesto je to nakonec cena, co rozhodne.

Vzhledem k přetechnizovanému světu a novým technologiím využívaným v zemědělství lidé budou stále více řešit jiné alternativy, které by vedly k lepšímu a zdravějšímu životnímu stylu. Proto předpokládáme, že tendence poptávky po biopotravinách budou trvalého rázu, a to jak v České republice, tak i v Ruské federaci.

6. Závěr

Tato bakalářská práce se věnuje problematice motivů nákupu biopotravin v Rusku a v České republice. Jedná se o trend posledních let, kdy neustálý nárůst poptávky po biopotravinách má za následek rostoucí počet výrobců těchto potravin. Může se také do jisté míry uvést, že se jedná o velmi perspektivní oblast podnikání. V práci bylo uvedeno, jak musí být potraviny označovány, podle jakých vyhlášek se musí producenti řídit, aby mohli označovat své potraviny jako bio. Stejně jako ve světě, tak i v České republice se biopotraviny těší velkému zájmu, a proto se zaměřím na ruský a český trh.

Práce se též zabývá problémy certifikace a kontroly biopotravin v obou zkoumaných státech, produkci a vývojem biopotravin, jejich spotřebou a dovozem.

Nedílnou součástí práce je vlastní práce, která spočívá v provedení dotazníkového šetření včetně analýzy a diskuze výsledků tohoto šetření. Hlavní zjištění jsou především tato: trh s biopotravinami se rozvíjí v obou státech, ale v České republice jeho vývoj je mnohem dynamičtější a čeští spotřebitelé také mnohem ochotněji nakupují biopotraviny než lidé v Rusku. Jako dostačující lze uvést nabídku biopotravin v České republice na rozdíl od Ruska, kde biopotraviny jsou jakousi speciální výživou a jejich nabídka je omezená. Je to vysvětleno i tím faktorem, že v Rusku lidé pěstují nebo nakupují produkci na farmářských trzích, zatímco v ČR lidé nakupují potraviny v hypermarketech a sami tolik nepěstují.

Velmi důležitým zjištěním práce je, že cena požadovaná za biopotraviny je vyšší než za jiné běžné potraviny v obyčejných obchodech. V tomto kontextu lze doporučit provozovatelům bio obchodů snížit ceny na příznivou úroveň a informovat o tom spotřebitele. U těch biopotravin, kde cenu není možné snížit, je nutné informovat o zvláštních vlastnostech nebo doplňkovém užítku spotřebitele získaném díky nákupu této potraviny, aby byl zájemce ochoten tuto cenu zaplatit.

Dalším doporučením pro provozovatele bio obchodů je rozšiřovat svou nabídku potravin. Toto doporučení platí zejména pro ruské provozovatele, ale v některých případech i čeští provozovatele bio obchodů by měli zvážit, zda nenabídnout svému zákazníkovi více možností a rozšířit stávající sortiment.

Dalším doporučením je to, že v bio obchodech by mohly být otevřeny prodejny s čerstvým hotovým jídlem a pokrmy, které si zákazníci vezmou do práce nebo domů. Mnozí lidé nemají možnost si pravidelně vařit, ale chtěli by mít k obědu nebo večeři zdravé pokrmy z bio potravin. Tato nabídka jim pomůže tuto možnost realizovat.

Celkově lze tvrdit, že cíle práce byly splněny a hypotézy potvrzeny.

7. Seznam použitých zdrojů

1. ČERVENKA, J., KOVÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. 1. vyd. Praha, 2011. Česká zemědělská univerzita; Provozně ekonomická fakulta. 111 s. ISBN 80-213-14014-4.
2. DVORNIKOVA, Yekaterina. Přehled ruského trhu biopotravin. *foodmarket.spb.ru* [online] №4/2013 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1851>
3. GROSSHAUSER, M. *Sportovní výživa pro vegetariány a vegany*. Praha: Grada Publishing a.s., 2015. 136 s. ISBN 978-80-247-5913-5.
4. KUNOVÁ, V. *Zdravá výživa*. 2., přeprac. vyd. Praha: Grada, 2011. Zdraví. 140 s. ISBN 978-80-247-3433-0.
5. *Právní předpisy pro ekologické zemědělství a produkci biopotravin 2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2015. 170 s. ISBN 978-80-7434-240-0.
6. ROBERTS, A. *Život bez lepku - kuchařka pro pevné zdraví: jak si pochutnat a zároveň posílit svůj imunitní systém a neutralizovat zánět*. Olomouc: ANAG, 2013. 301 s. ISBN 978-80-7263-804-8.
7. SABERSKY, A. *Zdravá výživa pro těhotné a kojící matky*. Praha: Grada, 2009. Pro rodiče. 184 s. ISBN 978-80-247-2740-0.
8. VÁCLAVÍK, T. *Český trh s biopotravinami*. Praha: Green Marketing ve spolupráci s ČON, 2010. s. 115. ISBN 978-80-254-2032-4.

Internetové zdroje

1. ANISIMOV, Pavel. Rusko jde za biopotravinami. *radiovesti.ru* [online] 23.01.2013 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://radiovesti.ru>
2. Bělorusko a Čína zaujmou ruský trh ekologických zemědělských produktů. Sváz ekologického zemědělství [online] 2015 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://sozrf.ru/112015/>
3. BELOVA, I. N., KARSLJANC, E. A. Trh organických potravin: světové trendy a vyhlídky rozvoje v Rusku. *Věstník RUDN. Serie: Hospodářství*. 2014. №2 s.40-48. [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://cyberleninka.ru/article/n/rynok-organicheskikh-produktov-mirovye-tendentsii-i-perspektivy-razvitiya-v-rossii#ixzz4aWWYQuHq>

4. Biospotřebitel.cz. Biospotřebitel.cz [online]. Praha, 2010 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://biospotrebitel.cz/chci-znat-bio/jak-poznam-bio/znaceni-biopotravin>
5. Časopis "Společnost" o trhu bioprodukce v Rusku. organicmarket.ru [online] [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <https://www.organicmarket.ru/company/news/2013/zhurnal-kompaniya-o-rynke-organiki-v-rossii/WL2JpNThDaY>
6. EFREMOV N.A., ČERDAKOVA M. P. Organický průmysl: světová zkušenost a ruské vyhlídky // Fundamentální výzkumy. – 2015. – № 5-2. – C. 405-409. [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38230>
7. Ekologický sváz Petrohradu. [online] 2013 [cit. 2017-05-28]. Dostupné z: <http://ecounion.ru/>
8. HRABALOVÁ, Andrea. Analýza nabídky biopotravin v ČR 2009-2013: Informace Ústavu zemědělské ekonomiky a informací. *Eagri.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/306464/Analyza_nabidky_biopotravin_2009_2013_priloha_Zpravy_o_trhu_s_biopotravinami.pdf
9. HRŮZA, Roman. TZ o situaci na trhu biopotravin v ČR: Ekologické zemědělství skrývá potenciál, který čeká na využití. [online]. Praha, 2016 [cit. 2017-01-12]. Dostupné z: <http://docplayer.cz/24462131-Ekologicke-zemedelstvi-skryva-potencial-ktery-ceka-na-vyuziti.html>
10. HYNEK, Jordán. Ministr zemědělství Jurečka: Díky rostoucímu zájmu o biopotravinu se zvýšil celkový obrát trhu s nimi na 2,7 mld. korun. *EAGRI* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2015 [cit. 2017-01-12]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2015_ministr-zemedelstvi-jurecka-diky.html
11. Chernyshov , Pavel. Bělorusové a Čínaňe vytlačí ruské zemědělci. *gazeta.ru* [online] 19.11.2015 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <https://www.gazeta.ru/business/2015/11/19/7895999.shtml>
12. Jak používat nové evropské logo pro biopotravinu. *Http://www.bio-info.cz* [online]. Praha: Green marketing, 2010 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/jak-pouzivat-nove-evropske-logo-pro-biopotravinu>

13. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>
14. Novozhilov, Yevgeniy. Certifikace bioproduktů. *chinalogist.ru* [online] 26.09.2016 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://chinalogist.ru/book/articles/analitika/sertifikaciya-organicheskikh-produktov>
15. Proč ruské bioprodukty skoro nejsou na pultech obchodních řetězců? *agroinfo.com* [online] 24.11.2015 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <https://agroinfo.com/pochemu-rossijskix-organicheskix-produktov-prakticheski-net-na-polkax-torgovyx-setej-2411201506/>
16. Pulty zahlceni psevdoko produkty - je potřeba v zákonu o organické produkce! *agrivolga.ru* [online] 13.04.2016 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://agrivolga.ru/prilavki-zavalenyi-psevdo.html>
17. *Ročenka ekologického zemědělství 2015: Ekologické zemědělství a biopotraviny* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2015 [cit. 2017-01-12]. ISBN 978-80-7434-333-9. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/513472/Roc_enka_EZ_2015_www_komplet.pdf
18. Rusko se může stát pozoruhodním hráčem na trhu ekoprodukce. Sváz ekologického zemědělství [online] 16.10.2013 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: http://sozrf.ru/infox_10
19. RUSKO. *GOST 51074-2003 Potraviny. Informace pro spotřebitele. Obecné požadavky*. In: . NÁRODNÍ STANDARD RUSKÉ FEDERACE, 2003. Dostupné také z: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-51074-2003>
20. Rusové se připojují ke kultuře spotřebování bioproduktů. Sváz ekologického zemědělství [online] [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: http://sozrf.ru/rg_ru20150303produkty/
21. SEKANINOVÁ, Irena. Spotřeba biopotravin se zvýšila. *Veterinářství* [online]. Praha: Profi Press, 2016 [cit. 2017-01-12]. Dostupné z: <http://vetweb.cz/spotreba-biopotravin-se-zvysila/>

22. Slovníček. [Http://www.nazeleno.cz/](http://www.nazeleno.cz/) [online]. Praha: NetBrokers Holding, 2015 [cit. 2017-01-10]. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/biopotraviny.dic>
23. Spotřeba biopotravin roste, Češi za ně utratí přes dvě miliardy ročně. In: *Novinky.cz* [online]. Praha: BORGIS, 2016 [cit. 2017-01-12]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/403123-spotreba-biopotravin-roste-cesi-za-ne-utrati-pres-dve-miliardy-rocne.html>
24. Státní standard Ruské federace. Výroba bioproduktů. Pravidla výroby, skladování, přepravy. 2016 Dostupné z: <http://docs.cntd.ru/document/1200121688>
25. SVOBODOVÁ, Šárka. Biopotraviny – jejich označení aneb jak je rozeznat. *Andromenovyživa.cz* [online]. Praha, 2016, , 1 [cit. 2017-11-21]. Dostupné z: <http://andromenovyživa.cz/biopotraviny-jejich-oznaceni-aneb-jak-je-rozeznat>
26. WILLER, Helga. The World of Organic Agriculture 2017. IFOAM [online] February 9, 2017 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <http://www.ifoam.bio/sites/default/files/press-release-world-2017-english.pdf>
27. Září 2016 - Měsíc biopotravin a ekologického zemědělství. [Http://www.bezpecnostpotravin.cz](http://www.bezpecnostpotravin.cz) [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2012 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/zari-2016-mesic-biopotravin-a-ekologickeho-zemedelstvi.aspx>
28. Zdravý vývoj globálního trhu s bio výrobky. *Bio-info* [online]. 2016 [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/zdravy-vyvoj-globalniho-trhu-s-bio-vyrobky>

Obrázky:

1. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znaceni/>
2. Loga pro ekologické zemědělství. *Eagri.cz* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znaceni/>

8. Seznam tabulek a grafů

1.5 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Motivy pro nákup biopotravin v ČR.....	35
Tabulka č. 2: Motivy pro nákup biopotravin v RF	37
Tabulka č. 3: Důvodu respondentu nenakupu biopotravin v ČR.....	39
Tabulka č. 4: Důvodu respondentu nenakupu biopotravin v RF	40

1.6 Seznam grafů

Graf č. 1: Věk respondentů v ČR a v RF	26
Graf č. 2: Pohlaví respondentů v ČR a v RF.....	26
Graf č. 3: Rodinný stav respondentů v ČR a v RF.....	27
Graf č. 4: Přítomnost ve společné domácnosti děti do 15 let v ČR a v RF.....	27
Graf č. 5: Porovnání ekonomické situace respondentů v ČR a v RF.....	28
Graf č. 6: Porovnání velikosti města respondentů v ČR a v RF	29
Graf č. 7: Porovnání vzdělání respondentů v ČR a v RF.....	29
Graf č. 8: Nakupování biopotravin v ČR a v RF	30
Graf č. 9: Rozhodující atribut při nákupu potravin v ČR a v RF.....	31
Graf č. 10: Blízkosti obchodu s biopotravinami v ČR a v RF	31
Graf č. 11: Preference původu biopotravin v ČR a v RF.....	32
Graf č. 12: Frekvenci nákupu biopotravin v ČR a v RF	33
Graf č. 13: Místo nákupu biopotravin v ČR a v RF.....	33
Graf č. 14: Názor respondentu na cenu biopotravin ve srovnání s konvenční potravinami v ČR a v RF.....	34

9. Přílohy

Příloha 1 Dotazník „Motivy nákupu biopotravin“ určen ke zjištění motivu nákupu a zjištění nakupujících skupin lidí je anonymní.

Vyplnění dotazníku zabere vám méně než 10 minut. Označte, prosím jednu nebo více odpovědí.

1. Nakupujete biopotraviny?

- Ano
- Ne-----→ přejděte na otázku č. 9.

2. Podle čeho rozhodujete při nákupu potravin?

- Cena
- Původ/značka
- Složení

3. Je v blízkosti vašeho bydliště obchod s biopotravinami?

- Ano
- Ne
- Nezjišťoval/a jsem

4. Biopotraviny, jakého původu preferujete?

- Českého původu
- Evropského původu
- Je mi to jedno

5. Jak často nakupujete biopotraviny?

- Denně
- Jednou týdně
- Několikrát týdně
- Několikrát měsíčně
- Jednou měsíčně
- Několikrát za rok

6. Kde nakupujete biopotraviny?

- V supermarketu
- V obchodě s biopotravinami
- Na farmářském trhu
- Přes internet

7. Cena biopotravin je z Vašeho pohledu ve srovnání s normálními potravinami je?

- Vyšší
- Stejná
- Nižší

8. Jaké jsou motivy pro nákup biopotravin? (Vyznačte odpověď)

	Urči	Sp	Sp	Urči
--	------	----	----	------

	tě ano	íš ano	íš ne	tě ne
Jsou zdravější				
Dodržuji zdravý životní styl				
Mám problémy se zdravím				
Jsou kvalitnější				
Máji lepší chuť				
Kvůli welfare zvířat				
Snažím se podpořit místní výrobce a malé farmáře				
Jsem z dětství zvyklý/á pouze na bio kvalitu				
Lákají mě malé bio obchody a obsluha v nich				
Máji dobrý vliv na udržitelný rozvoj				
Jiný důvod (uveďte)				

9. Proč nenakupujete biopotraviny? (Vyznačte odpověď)

	Urči tě ano	Sp íš ano	Sp íš ne	Urči tě ne
Nevím co to je				
Jsou dražší, než jiné potraviny				
Pěstuju sám(a)				
Nevěřím na biokvalitu				
Nabídka bio potravin je značně omezená				
Pouze bio potraviny nedokážou vyřešit problémy se zdravím za jinak neměnných podmínek				
Myslím že je to nic víc, než marketing				
Nevidím žádný rozdíl mezi klasickou potravinou a bio potravinou				
Jiný důvod (uveďte)				

Demografické údaje o respondentovi:

10. Věk

- 16-29
- 30 – 45
- 46-59

- 60 a více

11. Pohlaví

- žena
- muž

12. Rodinný stav

- Svobodný(a)
- Vdaný(a)

13. Mate ve společné domácnosti děti do 15 let?

- Ano
- Ne

14. Moje ekonomická situace je

- podprůměrná
- průměrná
- nadprůměrná

15. Velikost mého města

- vesnice
- obec do 500 tis. Obyvatel
- obec 500 tis. – 1000 tis. Obyvatel
- hlavní město

16. Vzdělání

- Základní
- středoškolské (bez maturity)
- středoškolské (s maturitou)
- vysokoškolské

Příloha 2 Seznam obrázků

1.7



Zdroj: Biospotřebitel



Zdroj: biopotraviny
v Evropské unii



Zdroj: „Listeček života“



Zdroj: ekoznačka v Rusku