

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Teze diplomové práce

**Značení potravin v rozvoji lokality
(KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ)**

Ivana Šebková

© 2016 ČZU v Praze

Souhrn

Hlavním cílem diplomové práce je zjistit, zda a jakým způsobem přispívá značení potravin k rozvoji lokalit a k podpoře místního podnikání. Pomocí sekundární analýzy dat bylo zjištěno, že na úrovni regionální, konkrétně pak v rámci Asociace regionálních značek, z.s., je značka KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt jednou z 27 značek udělovaných na území České republiky. Touto značkou je oceněno 31 výrobců a 33 produktů. Při empirickém šetření prostřednictvím polostandardizovaných rozhovorů byl zjištěn přínos značení produktů na podporu místního podnikání, a to cestou prezentace na webových stránkách, tištěného katalogu certifikovaných výrobků a služeb, letáků a farmářských trhů. Tři z šesti dotazovaných potvrdili mírný nárůst prodeje produktů a navýšení počtu kupujících na základě získaného certifikátu. Pro ostatní výrobce je také certifikát důkazem kvalitní a poctivé práce a vnímají ho jako prestižní ocenění. Dopadem značení pak může být udržení tradičních řemesel a tradičních produktů, neboť ocenění výrobci ve své činnosti vidí ten pravý smysl a důvod dále v činnosti pokračovat. Podpora rozvoje lokalit byla potvrzena na základě prodeje certifikovaných produktů, na kterých je značka uvedena. Díky značce se lidé dozvídají o místě původu daných produktů.

Klíčová slova: regionální a lokální rozvoj, region, aktér, potraviny, identita, certifikace, proces, značka, produkt, podnikání

Rozmanitost, pestrost, mnohorozměrnost a další slova mohou vyjádřit komplikovanost světa potravin. Pro spotřebitele pak často bývá složité se v této široké škále nabídky produktů orientovat. Při rozhodování o koupi produktu mohou napomoci značky kvality.

Hlavním cílem diplomové práce je zjistit, zda a jakým způsobem přispívá značení potravin k rozvoji lokalit a k podpoře místního podnikání. Hlavní cíl je řešen pomocí dílčích cílů. Proto je práce rozdělena na teoretickou a empirickou část. Cílem teoretické části je vymezit základní pojmosloví spojené s regionálním rozvojem, aktéry, jídlem, tradicemi a především pojmy spojené se značením potravin, procesem certifikace a další související. Tento cíl byl naplněn prostudováním odborné literatury, dokumentů, právních norem, článků a dalších informačních zdrojů. Cílem empirické části je zjistit, zda a jakou mírou přispívá získání značky kvality k podpoře a rozvoji lokálních výrobců, jejichž produkty nesou toto ocenění.

Propojení mezi teoretickou a empirickou částí diplomové práce tvoří sekundární analýza dat o značení produktů v České republice. Při této analýze bylo popsáno značení na úrovni nadnárodní, národní a regionální. Nejvyšší pozornost je však věnována úrovni regionální a to z důvodu zaměření empirické části diplomové práce. Popsány jsou ovšem pouze vybrané značky, a to z důvodu dodržení obsahového omezení diplomové práce. V rámci regionální úrovně byly mimo jiných popsány značky kvality patřící pod Asociaci regionálních značek, z.s.. Pro každou ze značek platí jednotný vizuální styl a zásady udělování. Těmi hlavními zásadami jsou zaručený původ, respekt k životnímu prostředí, dostatečný podíl místních surovin a ruční práce. Důležitá je také specifická pro region, výjimečná kvalita a zachování tradice (Čadilová, 2011 str. 15).

Práce poté pokračovala popsáním procesu certifikace a kategorií produktů, v rámci kterých je možné usilovat o značku kvality. Pro značky patřící pod Asociaci regionálních značek, z.s. jsou rozlišovány kategorie Výrobky, Služby a Zážitky. Za účelem empirického šetření byla vybrána značka KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt. Touto značkou je certifikováno 31 výrobců, kteří nabízejí 33 certifikovaných produktů (ARZ, 2010-2016). Bylo zjištěno, že zatím touto značkou kvality nejsou oceněny žádné zážitky. Za účelem empirické části byla dále vybrána pouze jedna kategorie produktů, a to kategorie Výrobky a v rámci ní pak dvě podkategorie, a to podkategorie Potraviny a zemědělské produkty a také podkategorie Přírodní produkty. Z tohoto důvodu byly následně uvedeny

požadavky a pravidla na dodržování bezpečnosti, kvality a nezávadnosti potravin. Následně byla vymezena certifikační kritéria značky KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt a také byly vymezeny poplatky za užívání značky. Jejich výše je rozdílná dle kategorie produktů a subjektů .

Do empirického šetření bylo zahrnuto šest výrobců z regionu Kraj blanických rytířů. Tito dotazovaní byli vybráni na základě náhodnosti a osobního vyhodnocení autorky práce. Potřebné informace od nich byly zjišťovány na základě polostandardizovaných rozhovorů. Nejprve měli výrobci zhodnotit proces certifikace. Všichni dotazovaní se shodli, že tento proces ze stránky administrativní není nijak náročný a to ani z pohledu certifikačních kritérií. Dotazovaný označený „D6“ uvedl, že *„proces nebyl administrativně náročný. Administrativa vychází z pravidel, ale dá se zvládnout i člověkem, který nemá ani středoškolské vzdělání. Pro normálního člověka je zvládnutelná“*. Ovšem pro dotazovaného „D3“ byl nejnáročnější krok před samotnou certifikací, a to zajištění provozovny, kdy musel splnit mnoho podmínek (například hygienických). Rozhovor byl veden také směrem k poplatkům, které je nutné hradit. Dotazovaný „D1“ považuje poplatek za užívání značky za diskriminující, neboť i přes rozdílnou výši tohoto poplatku získává stejné služby, jako ostatní výrobci platící nejnižší danou sazbu. Dotazovaný „D5“ také uvedl, že je poplatek vysoký, ale na druhou stranu je rád za webovou prezentaci a spolupráci s koordinátorem značky. Ostatní dotazovaní výrobci považují poplatky za přiměřené. Nejen naplnění certifikačních kritérií a procesu certifikace bylo subjektivně hodnoceno autorkou práce prostřednictvím schématu č. 3 v oddíle 6.1 diplomové práce. Dotazovaný „D1“ zde byl hodnocen záporně, neboť dle jeho názoru je proces až tak jednoduchý, že značku dostane každý. S tímto názorem autorka práce nesouhlasí, neboť značku získají pouze ty výrobky a výrobci, kteří naplňují certifikační kritéria a splní postup certifikace (autorka je stejného názoru, jako dotazovaný „D3“, který uvedl, že je důležité, aby výrobek zaujal vzhledem, chutí a podobně a také souhlasí s dotazovaným „D4“, který zdůraznil, že se dokazuje postup výroby, tradice a další). Právě z těchto důvodů byli tyto dotazovaní prostřednictvím schématu č. 3 hodnoceni kladně. Certifikační kritéria nejsou přísná, ale jsou nutná k tomu, aby byly opravdu certifikovány pouze výrobky, které mají tradici, zaručený původ, jsou šetrné k přírodě a vyrobeny z místních surovin. Dle názoru autorky práce by se procesu certifikace žádný ze zájemců o značku neměl bát.

Následovalo zjišťování důvodů, které dotazované vedly k rozhodnutí usilovat o získání certifikátu pro své produkty. Zjištěné důvody lze rozdělit na vnitřní (endogenní, pocházející z osobního zaujetí a pocitu výrobce) a vnější (exogenní, na základě kterých byli výrobci motivováni k certifikaci). Bylo zjištěno, že mezi vnitřní důvody patří marketing (tedy jako nástroj podpory prodeje vedoucí ke zviditelnění vlastních produktů a činností prováděných v dané lokalitě, což bylo hlavním důvodem pro dotazovaného „D1“), dále prestižní ocenění a kvalita (potvrzení kvality produktů a důkaz toho, že práce má smysl, že jsou výrobky vyráběny dobře, což bylo hlavním důvodem pro dotazovaného „D3“ a „D6“) a navýšení odbytu produktů a zvýšení počtu kupujících (především z tohoto důvodu se rozhodl k certifikaci dotazovaný „D4“). K vnějším důvodům vedoucím k certifikaci produktů je pak možné zařadit samotného koordinátora značky KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt, který plní funkci endogenního aktéra v rozvoji lokalit, protože svojí pomocí, kterou nabízí výrobcům, zviditelňuje lokalitu a napomáhá tvořit lokální identitu. Na základě předchozí spolupráce s dotazovaným „D2“ a „D5“ při jiných projektech a činnostech vedl tyto výrobce k rozhodnutí o zapojení se do procesu certifikace. Poté následovalo zjišťování, zda jejich očekávání po získání certifikátu byla naplněna. Pro dotazovaného „D1“ byl jeho cíl naplněn, i když ne v očekávané míře. Je uveden na webových stránkách, jeho kontakt je součástí tiskových prospektů a katalogu. Ovšem dle jeho slov dochází spíše k prezentaci kraje. Pro výrobce z tohoto hlediska neplyne žádné zviditelnění, a díky místu produkce se nezvyšuje viditelnost výrobce. Odbyt produktů a navýšení počtu klientů nebyl dle jeho slov díky získání značky KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt potvrzen. Také pro dotazovaného „D2“ a „D5“ byl cíl reklamy naplněn. Ovšem došlo u nich k mírnému navýšení tržeb, kupujících a odbytu produktů a to stejně tak i pro dotazovaného „D4“. Lze tedy proto zhodnotit, že na základě značení produktů může docházet k podpoře místního podnikání, neboť výrobci, kteří svoje produkty nabízejí již několik let, mají vytvořenou síť stálých zákazníků. Tito zákazníci tak cestou nákupu jejich produktů podnikání podporují. Noví zákazníci se objeví například díky návštěvě regionu či farmářského trhu. Stává se, že díky propagaci kraje, odkud produkty pocházejí, se objevují noví zákazníci, kteří si chtějí právě z dané lokality odnést památku či dárek v podobě místních produktů. Dále také dochází k podpoře lokálních výrobců především propagací jejich činnosti (cestou

webové prezentace, katalogu a tištěných letáků, na kterých jsou uvedeny kontakty a popisy jejich produktů).

Mimo jiných informací uvedlo i pět z šesti dotazovaných, že jsou na místo své produkce pyšní a mají k němu osobní vztah (vyrůstali zde, dále zde žijí nebo do místa produkce výrobků dojíždějí, mají zde rodinu). Lze proto potvrdit lokální identitu, kterou každý z nich vnímá. Jako poslední bylo sledováno, zda dotazovaní vědí o svých možných konkurentech. Každý z dotazovaných si uvědomuje blízkost a počet výrobců, kteří na území značky působí. Ne ovšem všichni tyto ostatní výrobce považují za ohrožující. Pouze dotazovaný „D1“ a „D5“ uvedli, že ostatní výrobci jsou vnímáni jako konkurenti, proto byli v rámci subjektivního hodnocení autorky práce hodnoceni kladně, neboť dle názoru autorky práce je nutné každé další výrobce vnímat jako své možné konkurenty a být připraven na to, že mohou ohrozit podnikání. Dotazovaní „D2“, „D3“ a „D6“ o výrobcích stejných či podobných produktů vědí, ale nevnímají je jako své konkurenty. Dotazovaný „D4“ nikdy o míře potenciální konkurence nikdy nepátral, a proto byl hodnocen záporně, protože se o míru možné konkurence nezajímá.

Prostřednictvím empirického zjištění bylo zjištěno, že získání značky kvality přispívá k podpoře a rozvoji lokálních výrobců, kterým se na základě propagace mírně navýšil počet prodaných produktů, či alespoň získali prezentaci svých výrobků. Pro některé z nich znamená certifikát potvrzení kvality jejich produktů a důkaz toho, že svou práci dělají dobře, což může dále napomoci k zachování tradičních řemesel či produktů a jejich předávání dalším generacím.

Cílem diplomové práce nebylo hodnotit a porovnávat výrobce mezi sebou z hlediska výnosů a počtu prodaných produktů. Cílem této diplomové práce bylo pouze poukázat na názory již certifikovaných výrobců a dát tak možnost kupujícím se s popisovanou značkou kvality seznámit. Práce měla také sloužit jako inspirace pro ostatní výrobce, kteří zatím značku kvality nemají i přesto, že jejich produkty certifikační kritéria splňují, a tím napomoci k podpoře místního podnikání.

Dle názoru autorky práce značení produktů na regionální úrovni smysl má, a to jak z pohledu propagace výrobců či kraje, tak i z důvodu zachování tradičních řemesel, výrobků a dále také jako jedna z cest vedoucí k podpoře podnikání a rozvoji lokalit.

Seznam použitých zdrojů

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality. Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1966. ISBN 80-85959-46-1.

BERNARD, Josef. *Endogenní rozvojové potenciály malých obcí a místní samospráva*. Praha 1: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2010. ISBN 978-80-7330-187-3.

BLAŽEK, Jiří, UHLÍŘ, David. *Teorie regionálního rozvoje – nástin, kritika, klasifikace*. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0384-5.

ČADILOVÁ, Kateřina. *Třináct značek v jednom systému: Regionální značení napříč Evropou. Sdílení zkušeností v oblasti podpory regionálních produktů*. Praha: Asociace regionálních značek, o.s., 2011. 14-19 s. ISBN 978-80-254-9506-3.

DVOŘÁKOVÁ-JANŮ, Věra. *Lidé a jídlo*. Praha: ISV nakladatelství, 1999. ISBN 80-85866-41-2.

HLAVÁČEK, Petr. *Aktéři a mechanismy regionálního rozvoje*. Ústí nad Labem : Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, 2012. ISBN 978-80-7417-523-0.

HRABÁNKOVÁ, Magdaléna, ŘEHOŘ, Petr a kol.. *Faktory regionálního rozvoje a jejich vliv na sociálně-ekonomický potenciál regionu*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s.r.o., 2011. ISBN 978-80-7204-752-9.

HYLLAND ERIKSEN, Thomas. *Sociální a kulturní antropologie*. Praha: Portál, s.r.o., 2008. ISBN 978-80-7367-465-6.

KOVÁŘOVÁ, Kateřina. *Certifikace potravin*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, 2010. ISBN 978-80-213-2134-2.

STEJSKAL, Jan, KOVÁRNÍK, Jaroslav. *Regionální politika a její nástroje*. Praha: Portál, s.r.o., 2009. ISBN 978-80-7367-588-2.

VEBER, Jaromír, SRPOVÁ, Jitka a kol.. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

WOKOUN, René, a kol.. *Regionální rozvoj (Východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování)*. Praha: Linde Praha, a.s., 2008. ISBN 978-80-7201-699-0.

Dokumenty

Zásady pro udělování a užívání značky „KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt“ ve znění platném od 1. 11. 2014 [cit. 2016-10-12]. Dostupné z WWW: < <http://www.regionalni-znacky.cz/kraj-blanickych-rytiru/cs/pro-vyrobce/dokumenty> >

Příloha č. 1 Zásad pro udělování a užívání značky „KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt“ Certifikační kritéria pro značku „KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt“ pro výrobky, zemědělské a přírodní produkty [cit. 2016-10-12]. Dostupné z WWW: < <http://www.regionalni-znacky.cz/kraj-blanickych-rytiru/cs/pro-vyrobce/dokumenty> >

Elektronické zdroje

KRAJ BLANICKÝCH RYTÍŘŮ regionální produkt [cit. 2016-10-03]. Dostupné z WWW: < <http://www.regionalni-znacky.cz/kraj-blanickych-rytiru/> >