

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: N4101 Zemědělské inženýrství

Studijní obor: Agroekologie

DIPLOMOVÁ PRÁCE

**STRUKTURA TRHU S BIOPRODUKČÍ V JIŽNÍCH
ČECHÁCH**

VEDOUcí DIPLOMOVÉ PRÁCE: Ing. Jan Moudrý, Ph.D.

KONZULTANT: prof. Ing. Jan Moudrý, CSc.

AUTOR: Bc. Monika Hulanová

České Budějovice, 2012

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta zemědělská
Akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Monika HULANOVÁ**
Osobní číslo: **Z10684**
Studijní program: **N4101 Zemědělské inženýrství**
Studijní obor: **Agroekologie**
Název tématu: **Struktura trhu s bioprodukci v jižních Čechách**
Zadávající katedra: **Katedra rostlinné výroby a agroekologie**

Zásady pro vypracování:

Hlavním cílem práce je zhodnocení struktury trhu s bioprodukty v jižních Čechách. Práce shrnuje popis realizovaných forem odbytu bioproduktů v regionu a analýzu struktury prodávané bioprodukce. Kromě objemu odbytu a hodnocení struktury nabízené bioprodukce z hlediska země původu bioproduktu je sledováno i propojení struktury ekologického hospodaření a zpracování bioprodukce v jižních Čechách s vlastní nabídkou bioproduktů na trhu. Vyhodnocení těchto parametrů pomůže zhodnotit plnění principu regionality v ekologickém zemědělství.

- 1) V úvodu práce jsou rámcově shrnuty principy ekologického zemědělství bioprodukce a regionality.
- 2) Vypracování literární rešerše na téma bioprodukce a struktura trhu, se zaměřením na formy odbytu a původ bioproduktů.
- 3) Výběr sledovaných druhů bioprodukce (zelenina, mléčné výrobky, cereálie, masné výrobky...), stanovení sledovaných parametrů (princip regionality, původ, objem?) a vytvoření výběrového souboru odbytišť bioprodukce.
- 4) Analýza struktury bioprodukce na základě zvolených proměnných; zhodnocení původu bioprodukce při různých formách odbytu; posouzení plnění principu regionality na základě porovnání struktury ekologického zemědělství a prodávaných bioproduktů.
- 5) Shrnutí hlavních závěrů z hodnocení plnění principu regionality.
- 6) Vytvoření seznamu literatury v abecedním pořadí dle ČSN

Rozsah grafických prací: 10 stran
Rozsah pracovní zprávy: 50 stran
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

- Moudrý, J., Prugar, J.: Kvalita zpracování a odbyt bioproduktů, Skripta ZF JU České Budějovice, 2001, 152 s.
Moudrý, J., et. al.: Marketing Bioprodukce, JU ZF v Č. Budějovicích, 2007, 41 s.
Moudrý, J., Konvalina, P., Moudrý, J. jr., Kalinová, J.: Ekologické zemědělství. JU ZF v Č. Budějovicích, 2007, 220 s.
Michelsen, J., et al.: The European market for organic products: growth and development, Universität Hohenheim. Institut für landwirtschaftliche Betriebslehre, 1999, 187 p.
Zanoli, R., Gambelli, D.: Output and public expenditure implications of the development of organic farming in Europe, Universität Hohenheim. Institut für landwirtschaftliche Betriebslehre, 1999, 203 p.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jan Moudrý, Ph.D.
Katedra rostlinné výroby a agroekologie
Koozultant diplomové práce: prof. Ing. Jan, st. Moudrý, CSc.
Katedra rostlinné výroby a agroekologie
Datum zadání diplomové práce: 18. února 2011
Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2012

V. Z.

prof. Ing. Miloslav Šoch, CSc.
děkan

UNIVERSITÄT Hohenheim
© 2011
Landwirtschaftliche Betriebslehre
Institut für landwirtschaftliche Betriebslehre
Hohenheim

T.S.

V. Č.

prof. Ing. Vladislav Čuro, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 18. února 2011

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně s využitím literatury a pramenů uvedených v seznamu použité literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě (v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Zemědělskou fakultou JU) elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Rudolfově dne

.....

Podpis studenta

Poděkování

Děkuji Ing. Janu Moudrému, Ph.D., vedoucímu mé diplomové práce, za jeho odborné vedení, připomínky, cenné rady, zájem a čas. Velmi si cením jeho kritik, kterými mne podněcoval k lepším výsledkům. Dále děkuji prof. Ing. Janu Moudrému, CSc. za poskytnuté materiály.

Abstrakt

Cílem diplomové práce byl výběr hlavních druhů bioprodukce, zmapování struktury bioprodukce z hlediska původu a zjištění prodaného objemu vybraných biopotravin v jižních Čechách.

Pro mapování struktury bioprodukce byla zvolena metoda monitoringu trhu v obchodech.

Bioprodukce byla zjišťována ve dvou typech obchodů – marketech a specializovaných bio obchodech. V jižních Čechách bylo vybráno 15 marketů a 15 specializovaných obchodů s bioprodukty, přičemž v každém z nich byla zjišťována struktura biopotravin z hlediska původu (česká/dovoz) a z hlediska objemu obchodované produkce, se zaměřením na bio-hovězí, obilniny, mléčné výrobky, ovoce a zelenina. Údaje byly zjišťovány z obalů na biopotravinách, nebo pohovorem s vedoucím obchodu.

Klíčová slova – bioprodukce, biopotravina, obchod, hovězí, obilniny, mléčné výrobky, ovoce a zelenina

Abstract

The intention of the diploma work was the choice of main sorts of bioproduction, charting of the structure of bioproduction in light of origin and detection of sold volume of chosen bio – food stuff in the South Bohemia. The method - monitoring of the sale in terrain was chosen for charting of the structure of bioproduction.

The bioproduction was found out in two types of markets –markets and markets which are specialized for bio – food stuff.

In the South Bohemia there was chosen 15 markets and 15 markets which are specialized for bio – food stuff. The structure of bio – food stuff in light of origin (Czech/import) and in light of volume of sold production was found out in each market. The target bio – food stuff were beef, grain, dairy products and fruit and vegetable.

The data were found out from the packets of bio – food stuff or through the interview with the chief of the market.

The Keywords - bioproduction, bio – food stuff, market, beef, grain, dairy products, fruit and vegetable

Obsah

Obsah	7
1. Úvod.....	9
2. Literární rešerše.....	10
2.1 Ekologické zemědělství.....	10
2.2 Ekofarmy	12
2.3 Bioprodukty	14
2.3.1 Posklizňové ošetření.....	14
2.3.2 Skladování.....	15
2.3.3 Přeprava bioproduktů	16
2.3.4 Zpracování bioproduktů	16
2.4 Biopotraviny	16
2.4.1 Zpracování bioproduktů a výroba biopotravin.....	17
2.4.2 Kontrola, certifikace a označování biopotravin	19
2.4.3 Odbyt biopotravin	23
2.4.4 Marketing biopotravin.....	25
2.4.5 Výhody a nevýhody biopotravin.....	26
3. Cíl a hypotézy	28
4. Metodika	29
4.1 Metodika získání dat	29
4.2 Vlastní sběr dat.....	29
4.3 Metodika zpracování a vyhodnocení dat.....	29
5. Výsledky	30
5.1 Země původu vybraných skupin biopotravin.....	30
5.1.1 Biopečivo	30
5.1.2 Biočaje.....	30
5.1.3 Biokoření.....	31
5.1.4 Bioluštěniny	32
5.1.5 Biomaso	33
5.1.6 Biomléko a mléčné výrobky	33
5.1.7 Biomouka	35
5.1.8 Bionápoje	36
5.1.9 Bioobiloviny.....	37

5.1.10	Biooleje	38
5.1.11	Bioovoce a zelenina	39
5.1.12	Biorýže	40
5.1.13	Biosladkosti.....	40
5.1.14	Biotěstoviny	41
5.1.15	Biovína	42
5.2	Dostupnost 4 hlavních skupin biopotravin na trhu a jejich prodané množství	43
5.3	Výsledky průzkumu 4 vybraných skupin biopotravin, rozdíly v sortimentu biopotravin v marketech a bioobchodech, jejich dovoz.....	45
5.3.1	Biomléko mléčné výrobky v marketech a bioobchodech	46
5.3.2	Biomaso v marketech a bioobchodech.....	48
5.3.3	Bioovoce a zelenina v marketech a bioobchodech	48
5.3.4	Biopečivo a mouka v marketech a bioobchodech.....	51
5.4	Země dovozu biopotravin.....	53
6.	Diskuse.....	55
7.	Závěr	59
	Seznam použité literatury.....	63
	Seznam tabulek a grafů	67
	Seznam zkratk	69

1. Úvod

Biopotraviny jsou potraviny pocházející z ekologického zemědělství. Tento typ zemědělství je charakteristický svou šetrností k přírodě, k přírodním zdrojům a k chovu zvířat. Zákonem jsou striktně dány podmínky, za kterých lze na biofarmě pěstovat plodiny či chovat zvířata. Díky kontrolám a přísným podmínkám v pěstování rostlin a chovu zvířat se ke spotřebitelům dostávají produkty v biokvalitě.

V ekologickém zemědělství se nepoužívají pesticidy, umělá hnojiva a geneticky modifikované organismy. Při zpracování biopotravin není povoleno používat umělá barviva, aromatické a konzervační látky, dochucovadla a jiné látky. Proces pěstování plodin a chovu zvířat na ekofarmách, výroba biopotravin, distribuce, kontrola a certifikace podléhá Zákonu o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb. a NR EHS č. 2092/1991.

Biopotraviny je možné zakoupit v různých marketech, zdravých výživách, specializovaných bioprodejnách, nebo přímo u biofarmáře, na trhu či na internetu. Všechny běžně prodávané potraviny lze koupit i v biokvalitě. Zákazník si může vybrat ze sortimentu bio – mléka, mléčných výrobků, masa, uzenin, vajec, vín, ovoce a zeleniny, sladkostí, mouk apod. Některé biopotraviny pocházejí z ČR, jiné jsou dováženy.

Cílem diplomové práce bylo zjistit původ biopotravin prodávaných v Jihočeském kraji a procentuelně vyčíslit české biopotraviny a dovezené ze zahraničí. Za tímto účelem bylo vybráno 15 marketů a 15 bioobchodů.

Diplomová práce má dvě části. Teoretickou a praktickou. Teoretickou částí je rešerše, v níž jsou podrobněji vysvětleny pojmy ekologické zemědělství, ekofarma, bioprodukt, biopotravina. Praktická část obsahuje vlastní výzkum, který probíhal v 15 marketech a 15 bioobchodech. Spočíval ve zmapování sortimentu v obchodě, zaznamenání si země původu biopotraviny a v dotazování se na množství prodaných biopotravin. Zjištěné údaje byly zpracovány pro větší přehlednost do tabulek a grafů. U vybraných skupin biopotravin (mléko, maso, mléčné výrobky a ovoce a zelenina) bylo zjišťováno množství prodaných produktů.

2. Literární rešerše

2.1 *Ekologické zemědělství*

Ekologické zemědělství je v legislativě zakotveno v Zákoně o ekologickém zemědělství. Je to zákon č. 242/2000 Sb. s účinností od 1. ledna 2001. Zákon stanovuje podmínky nejen pro hospodaření v ekologickém zemědělství, ale i pro výrobu biopotravin, jejich označování a definuje kontrolu a dozor nad dodržováním tohoto zákona. Zákon o ekologickém zemědělství definuje ekologické zemědělství jako „zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zamořují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat“ (Zákon o ekologickém zemědělství, 2000).

Ekologické zemědělství je tedy takové zemědělství, které upřednostňuje setrvalý rozvoj, zlepšování kvality životního prostředí a uchování přírodních zdrojů. „Setrvalé zemědělství nevyčerpává půdu, ani neochuzuje lidi“ (Jackson, 1984). Jedná se o proces probíhající na lokální i globální úrovni, přičemž je nutno vyvážit ekologický, ekonomický a sociální aspekt. Existuje také tzv. integrované zemědělství, které je přechodem mezi konvenčním a ekologickým zemědělstvím (Moudrý a kol., 2007a). Podstatou je integrovaná ochrana rostlin, kdy je snaha využívat biologických (přirozených nepřátel, feromonových lákadel) a mechanických postupů boje proti škůdcům, po dosažení jejich určitého počtu. Po mechanických a biologických metodách hubení škůdců lze využít některé chemické syntetické prostředky na ochranu rostlin (Moudrý, 1994). Základem tohoto multifunkčního zemědělství je to, aby byly ekonomické (hospodářská výkonnost, spoléhání se na místní zdroje, dlouhodobá jistota výnosů), sociální (vlastní pracovní síly, samozásobení regionu potravinami, upokojení potřeb, podpora osídlení venkova) a ekologické cíle (podpora biodiverzity, stabilní ekosystém, a jeho správné fungování) v souladu (Šarapatka a kol., 2008).

Ekologické zemědělství reaguje na problémy v konvenčním zemědělství (obsah reziduí v potravinách, horší technologická jakost, nižší sušina a tím i méně minerálů a vitamínů, možná kontaminace potravin pesticidy), proto si vytyčilo hlavní cíle:

- zvýšení biodiverzity jako následek zákazu používání chemických přípravků
- ochrana genofondu
- produkce zdravějších a kvalitnějších biopotravin
- minimalizace využívání neobnovitelných zdrojů
- uchování přírodních ekosystémů v krajině
- vznik pracovních příležitostí a udržení osídlení venkova s tradičním rázem krajiny
- poskytnutí podmínek vyhovujícím etologickým a fyziologickým potřebám hospodářských zvířat
- udržení vody v krajině a ochrana vod povrchových i spodních před možným znečištěním (Šarapatka a kol., 2006)
- udržování a zlepšování úrodnosti půdy
- osevní postup zmírňuje vodní i větrnou erozi
- zaplnění půdního prostoru kořeny k dosažení soužití s půdními živočichy (Preuschen, 1991)

Prvopočátky vývoje ekologického zemědělství v České republice se datují od roku 1990. Nejbouřlivější rozvoj nastal však po roce 1998, kdy začaly být poskytovány dotace do českého ekologického zemědělství. V roce 1998 činily dotace asi 48 mil. Kč a v roce 2004 již 292 mil. Kč. V roce 2007 bylo již 1249 ekologicky hospodařících subjektů oproti původním 211. Ekologické zemědělství se rozmáhá zejména v horských a podhorských oblastech. Dochází tam ke snižování ploch orné půdy zatravněním (Moudrý a kol., 2007b). Hlavní příčinou velkého zatravněvání je Nařízení vlády z roku 1997, které stanovuje podpůrné programy k podpoře mimoprodukčních funkcí zemědělství, podporuje aktivity přispívající k udržování krajiny a programy pro pomoc v méně příznivých oblastech. V dnešní době je snaha směřovat veřejné rozpočty do ekologického zemědělství, protože je výrazně nákladnější než zemědělství konvenční. Problémem však je výpočet optimální výše dotace (Kouřilová a kol., 2009).

V ekologickém zemědělství jsou obecně redukovány plochy obilovin a kukuřice na siláž, naopak jsou více využívány zemědělské plochy pro pěstování brambor, koření, zeleniny a píce. V zastoupení plodin je větší různorodost. Jedním z nejdůležitějších determinantů ekologického zemědělství jsou výnosy. V ekologickém zemědělství jsou výnosy nižší než v konvenčním zemědělství (Offermann and Nieberg, 2000).

Konvenční zemědělství je pojmenování pro systém hospodaření, který převládá v průmyslově vyspělých zemích. Jeho charakteristiky jsou: vyšší intenzita hospodaření a využívání více energetických a materiálových vstupů. V konvenčním zemědělství hraje nejdůležitější roli ekonomický efekt a maximální produkce (Moudrý a kol., 2007a).

V pěstebních technologiích a chovu zvířat v konvenčním zemědělství jsou na úkor potřeb živých organismů mnohdy preferovány technické a ekonomické požadavky. S tímto přístupem se lze setkat i při skladování a zpracovávání produktů. Díky zaměření na kvantitu jsou zanedbávány ekologické požadavky (Moudrý a kol., 1994).

Rozdíl výnosů mezi konvenčním a ekologickým zemědělstvím závisí na mnoha faktorech, zejména rozhoduje:

- intenzita převládajících konvenčních systémů (Padel and Lampkin, 1994)
- intenzita ekologického systému
- úroveň konvenčních výnosů (Piorr and Werner, 1998)
- druh farmy
- přírodní podmínky
- druhy pěstovaných plodin nebo chovaných zvířat (Offermann and Nieberg, 2000).

2.2 Ekofarmy

Dle zákona č. 242/2000 Sb. je ekofarmou uzavřená hospodářská jednotka zahrnující pozemky, hospodářské budovy, provozní zařízení a případně i hospodářská zvířata uvedená v § 4 odst. 2, sloužící ekologickému zemědělství“ (Zákon o ekologickém zemědělství, 2000).

Aby bylo možné zemědělský podnik označit jako ekologický, musí začínající zemědělec zaslat na kontrolní organizaci (KEZ) hlášení o započatí konverze na ekologický způsob hospodaření. Hlášení musí obsahovat přílohy: mapy honů s výměrami, datum posledního chemického ošetření, počty a druhy zvířat, musí se zavázat k dodržování metodického pokynu, uvádí popis zaměření živočišné a rostlinné produkce a dalších investic (Moudrý, 1997).

Délka konverze na ekologický způsob hospodaření = přechodné období, je u orné půdy, luk a pastvin 2 roky, 1 rok u výběhů a pastvin pro nepřežvýkavce a 3 roky u vinic, chmelnic a sadů. Přechodné období má za úkol odstranit negativní dopady předchozího zemědělského hospodaření. Pozitivní změny v agroekosystému se projevují v delším časovém období – zvýšení úrodnosti půdy, obsahu organické hmoty a stability systémů (Zanoli, Gambelli, 1999). Po konverzi se dbá na kvalitní kypření půdy, vytvoření ochranného pokryvu ornice, hojné používání meziplodin a takovou péči, aby prokořenění půdy bylo co největší (Preuschen, 1991). Zákaz používání syntetických pesticidů, premedikací a rychle rozpustných hnojiv zapříčiňuje nárůst druhové diverzity, zaplevelení, pokles produkce biomasy a výnosů (Moudrý a kol., 2007c). Ekonomickou zátěží v tomto období je nákup nové techniky, zvýšená potřeba pracovní síly, přestavba budov a investice do poradenství ohledně postupů pěstování nových plodin (Petr a kol., 1992).

Při přestavbě farmy na ekologickou farmu se majitel nejen musí zříci všech pomocných prostředků (minerální hnojiva, prostředky podporující růst apod.), ale je nutné přebudovat celou farmu (Uchino a kol., 2011). Filozofií ekologické farmy je překonání závislosti na vnějších vstupech, které nemají původ na farmě samotné. Dobře fungující ekologická farma má co možná nejuzavřenější koloběh látek a energií. V ideálním případě je na ekofarmě propojeno více odvětví. Rostlinná produkce zde slouží z velké části jako zdroj krmiv pro užitková zvířata a chlévská mrva činí základ pro výživu půdy. Pestrý osevňovací postup přispívá k úrodnosti půd a alespoň částečně směřuje k přírodním ekosystémům (Neuerburg a Padel, 1994).

Osoba, která chce podnikat na ekofarmě v ekologickém zemědělství, musí podat žádost o registraci na Ministerstvo zemědělství ČR a dnem doručení žádosti ministerstvu začíná pro žadatele přechodné období. Žadatel musí uzavřít s ministerstvem pověřenou osobou smlouvu o kontrolní činnosti. S podáním žádosti o registraci dokládá žadatel potvrzení o vstupní kontrole. Při splnění všech

požadavků vydává ministerstvo rozhodnutí o registraci do 30 dnů, při nesplnění žádost zamítne (Zákon o ekologickém zemědělství, 2000).

2.3 Bioprodukty

Zákonem č. 242/2000 Sb. vláda ustanovila, že „bioproduktem je surovina rostlinného nebo živočišného původu získaná v ekologickém zemědělství a určená na základě osvědčení podle § 22 k výrobě biopotravin (Zákon o ekologickém zemědělství, 2000).

Kvalita produktů ekologického zemědělství je zásadní. V ekologickém zemědělství se u bioproduktů upřednostňuje kvalita před kvantitou, přičemž pojem kvalita zahrnuje nové morálně etické a sociopsychologické dimenze, které jsou v konvenčním zemědělství nezvyklé. Kvalitu bioproduktů neovlivňuje přítomnost chemických látek, jako např. herbicidů, fungicidů, insekticidů, mořidel a regulátorů růstu, ani přítomnost syntetických hnojiv (Petr a kol., 1992).

Úprava bioproduktů zahrnuje jednotlivé kroky: posklizňové ošetření, skladování, přeprava bioproduktů a zpracování bioproduktů. Podstatná je preciznost a kvalita jejich provedení, aby byla zaručena kvalita a vysoká nutriční hodnota vyrobených biopotravin. V průběhu jednotlivých operací nesmí dojít ke smísení s konvenční produkcí.

2.3.1 Posklizňové ošetření

Ještě před posklizňovým ošetřením nastává příjem sklizeného produktu a jeho uložení do vyrovnávacích prostor. Ve vyrovnávacím prostoru je produkt krátkou dobu. I ve vyrovnávacím prostoru je vhodné zajistit provzdušňování.

Posklizňovým ošetřením je předčištění, sušení a provzdušňování. Předčištěním je zbavován produkt plevelných semen, nečistot, zlomků zrn i částí rostlin. Znečištění by poskytovalo živnou půdu pro škůdce, plísně a bakterie. Sušení probíhá několikrát po sobě, protože je možné odčerpat na jedno sušení pouze 2 % vlhkosti. Je to náročný proces, jehož cílem je dosáhnout vlhkosti 15 % a nižší. Provzdušňování probíhá pomocí výkonných ventilátorů. Vzduch musí procházet celou masou zrnin, jinak by docházelo ke kondenzaci ve vnitřních vrstvách (Kalinová a kol., 2007).

2.3.2 Skladování

Skladování bioproduktů a biopotravin musí umožňovat jednoznačnou identifikaci a uchování kvality. Konvenční a ekologická produkce musí být skladována odděleně. Ve skladovacích prostorech je důležitá čistota, která je pravidelně kontrolována. Při čištění používaného zařízení nesmí dojít k ohrožení nezávadnosti výrobku. Materiál používaného zařízení umožňuje důkladné čištění (tabulka 1) a nesmí absorbovat zpracovávané hmoty. O čištění, dezinfekci a dezinfekci jsou vedeny přesné záznamy (Kalinová a kol., 2007).

Tabulka 1: Povolené a zakázané prostředky v ekologickém zemědělství

POVOLENÉ PROSTŘEDKY PRO ČIŠTĚNÍ SKLADŮ	ZAKÁZANÉ PROSTŘEDKY PRO SKLADOVÁNÍ
Pára	regulátory růstu
oxid uhličitý	insekticidy a desikanty
chlornan	fungicidy
Dusík	inhibitory klíčení
kyselina dusičná	kontaminace zrna při sušení spaliny
hydroxid sodný	posklizňové ošetření konvenčních produktů pesticidy tam, kde jsou skladovány ekologicky vypěstované produkty
uhličitan sodný	posklizňové spalování slámy
Pasti	spalování obilních odpadů a strnišť
feromony a optické lapače	nedovolené stroje použité k manipulaci ve skladech
germicidní lampy	chemické fumiganty ve skladech
chlazení	pesticidy na skladech a na skladovaných produktech

Zdroj: METODICKÝ POKYN pro ekologické zemědělství. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 1996.

2.3.3 Přeprava bioproduktů

Pro přepravu bioproduktů do všech velkoobchodů i maloobchodů musí být používány pouze uzavřené obaly nebo kontejnery. Výjimku tvoří ovoce a zelenina, jejich přeprava může být neodděleně, ale musí umožňovat jednoznačnou identifikaci a uchování kvality. Mezi dvěma ekologickými podnikateli, výrobcem biopotravin a distributorem není požadováno uzavření obalu či kontejneru, pokud je bioprodukt provázen kopií osvědčení o původu bioproduktu (Kalinová a kol., 2007).

2.3.4 Zpracování bioproduktů

Pokud má bioprodukt osvědčení o původu bioproduktu, mohou z něj dalšími úpravami vznikat biopotraviny. Zpracování bioprodukce podléhá běžným předpisům, zejména Zákonu o potravinách 110/1997 Sb. Manipulace s bioprodukty musí být šetrná, musí zachovávat kvalitu a omezit pomocné a přídavné látky. Zpracováním bioproduktů se rozumí třídění, očišťování, upravování, zpracování (tabulka 2) a přidání zákonem povolených látek. K výrobě biopotravin dovoluje prováděcí vyhláška přidání látek a surovin zemědělského původu nepocházejících z ekologického zemědělství – žaludy, angrešt, maliny, černý rybíz, olivový olej, kakaový olej, želatina apod. (Kalinová a kol., 2007).

Zpracování bioproduktů je zatím nedostatečné. Zpracovatelů je v ČR málo, proto je pro některé farmy nutností vyrábět například regionální speciality, nebo provozovat agroturistiku (Konvalina a kol., 2007).

2.4 Biopotraviny

Dle Zákonu o ekologickém zemědělství je biopotravina „potravina, vyrobená za podmínek uvedených v tomto zákoně a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními právními předpisy, na niž bylo vydáno osvědčení o biopotravině“ (Zákon o ekologickém zemědělství, 2000), není ale vyloučeno, že díky nerozvinuté distribuční síti končí biopotraviny na trhu jako klasické konvenční potraviny. Biopotravinu lze tedy definovat jako potravinářský výrobek vyrobený z bioproduktů a povolených přísad. Postup výroby je dle zvláštních předpisů a režimu kontroly (Moudrý, 1997).

Biopotraviny jsou zařazeny do sortimentů hypermarketů, supermarketů i specializovaných maloobchodů. V celé České republice je asi 300 prodejních míst s bioprodukty. Existuje svaz ekologických zemědělců PRO-BIO, který je tvořen asi 50 bioprodejny. Hlavní sortiment v těchto bioprodejny činí rostlinné produkty - výrobky ze špaldy, čaje, vína, pečivo, těstoviny, ovoce a zelenina a masné výrobky - hovězí, kuřecí, vepřové a jehněčí (Moudrý a kol., 2007b).

2.4.1 Zpracování bioproduktů a výroba biopotravin

Zásadou pro získání kvalitní biopotraviny je šetrná zpracovatelská technologie. Bez ní by byla předchozí snaha o vypěstování ekologicky kvalitní a zdravé potravin zbytečná. Stejně jako platí přísná pravidla pro pěstování rostlin v ekologickém zemědělství, platí pravidla pro zpracování bioproduktů. Bylo by bez smyslu ekologicky čistý produkt, vypěstovaný bez chemických hnojiv a pesticidů, znehodnocovat konzervačními látkami, emulgátory, umělými barvivy a aromáty. Existují dvě koncepce zpracování bioproduktů: tradiční řemeslné zpracování a moderní velkovýrobní technologie. Tradiční zpracování bývá ruční práce, kde je díky dlouholetým zkušenostem ceněna kvalita. Velkovýrobní zpracování dovoluje zpracovávat velké množství surovin, ale vysoká produkce nese rizika upřednostnění kvantity před kvalitou (Kalinová a kol., 2007).

V systému zpracování a marketingu je ještě mnoho slabých míst. Je nutné podpořit sdružování zpracovatelů a producentů, vynakládat finance na zpracování biopotravin a investovat do průzkumů trhu (Konvalina a kol., 2007).

Mezi zásady ekologického zpracování bioproduktů patří:

- ohleduplné zacházení s přírodními zdroji - voda, vzduch
- energetická úspornost
- nesmí znečišťovat životní prostředí
- minimalizace odpadů - recyklace
- maximalizace zapojení do cyklů
- eliminace reziduí v potravinách
- využívá prověřené techniky
- sociální přiměřenost

Při zpracování by mohlo dojít k ovlivnění kvality během tepelného zpracování nebo přidáním některých chemických látek, proto se při zpracování bioproduktů postupuje šetrně a používají se pouze zákonem povolené postupy (tabulka 2). Zakázáno je přidávat veškeré syntetické konzervační látky, ochucovadla, barviva, umělá sladidla, oxid siřičitý, s výjimkou zpracování vína, a emulgátory.

Tabulka 2: Zákonem povolené a zakázané postupy zpracování bioproduktů

ZÁKONEM POVOLENÉ POSTUPY ZPRACOVÁNÍ BIOPRODUKTŮ	ZÁKONEM ZAKÁZANÉ POSTUPY ZPRACOVÁNÍ BIOPRODUKTŮ
mechanické (mletí, drcení, stloukání)	výměna kationtů a aniontů
tepelné (sušení, odpařování, pečení, pasterace, sterilace)	nakládání s použitím chemikálií
uzení bez použití chemikálií	bělení
filtrace a čiření	působení hormonů
lisování	uzení s použitím chemikálií
chlazení a mrazení	hydrogenace
fermentace	ozařování
destilace	mikrovlnný ohřev
extrakce parou, alkoholem	přidávání látek a sladidel syntetického původu
sýření	přidávání oxidu siřičitého s výjimkou ošetření vína
homogenizace	zjemňování s použitím chemikálií

Zdroj: (Kalinová a kol., 2007)

2.4.1.1 Hlavní zpracovatelé a výrobci bioproduktů

V ČR jsou to společnosti:

PRO – BIO, s. r. o.

Obchodní společnost PRO – BIO je první český výrobce biopotravin. Vznikla roku 1992 a jejím zakladatelem byl Ing. Martin Hutař, který byl také jedním z prvních ekologických zemědělců v ČR a roku 1990 byl u zrodu Svazu ekologických

zemědělců PRO – BIO. Z počátku působila obchodní společnost v pronajatém mlýně se třemi zaměstnanci, kteří vyráběli zrna a šrotovanou mouku. Na konci 90. let vyráběl podnik již více než 100 bioproduktů a k dispozici měl 28 zaměstnanců. Prvním oceněním bylo získání Bartákova hrnce, jímž byl Ing. Martin Hutař oceněn za nejlepšího ekologického zemědělce. Od roku 2000 vyráběla společnost PRO – BIO široký sortiment zboží (např. těstoviny, koření, čaje, rýže, oleje, vločky, luštěniny) a vznikla nová značka BIOLINIE, která je vhodná pro začínající konzumenty potravin v biokvalitě, nebo pro ty, kteří konzumují biopotraviny pouze jako doplněk stravy (PRO – BIO, 2011).

Country Live, s. r. o.

Společnost Country Live, s. r. o. byla založena v roce 1991 a stala se prvním průkopníkem biopotravin na českém trhu. Biopotraviny pouze nevyrábí, některé bioprodukty si přímo pěstuje. Společnost má sídlo v Nenačovicích u Berouna. Pěstuje, vyrábí a prodává produkty v bio-kvalitě. Jejím cílem je distribuce zboží do velkoobchodů, maloobchodů i do restaurací (Country Live, 2011).

2.4.2 Kontrola, certifikace a označování biopotravin

Podnikatelé, kteří chtějí být zařazeni jako ekologičtí zemědělci do systému kontroly a certifikace, musí podat žádost o registraci na Ministerstvo zemědělství ČR. Žádost musí být úplně a správně vyplněná. V opačném případě ji MZe ČR vrací k přepracování. Datem podání dokonale vyplněné žádosti začíná období konverze a podnikatel je zařazen do kontroly KEZ (Urban a kol., 2003).

2.4.2.1 Kontrolní systém v České republice

Ekologičtí zemědělci podléhají kontrolnímu systému, který řídí ministerstvo zemědělství. Úkolem ministerstva zemědělství je vykonávat dozor na dodržování zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Samotnou kontrolu ekologických podnikatelů provádí právnická osoba vybraná na základě výběrového řízení. Tato osoba zvolená ministerstvem zemědělství má oprávnění vydávat osvědčení o původu bioproduktu nebo osvědčení o biopotravině (Moudrý a kol., 2007d). V ČR jsou takovými kontrolními právními subjekty:

- KEZ, o. p. s. (Kontrola ekologického zemědělství)
- ABCERT GmbH

- Biokont CZ, s. r. o.

Inspektoři z kontrolních organizací provádějí kontrolní návštěvy u ekofarem, výrobců krmiv a rozmnožovacích materiálů a výrobců biopotravin. Inspektor může kontrolovat jeden podnik maximálně dva roky po sobě a nesmí dojít ke konfliktu zájmů. Druhy kontrol jsou:

a) Ohlášená kontrola (řádná) - navštěvuje podnik minimálně jednou za rok. Kontrola je předem ohlášená a týká se celého podniku, stájí a zvířat, pozemků, technologií, strojů, skladů, obalů, etiketací a vedení účetnictví (Urban a kol., 2003).

b) Následná kontrola – je nařízená, nebo namátková; ohlášená, nebo neohlášená. Nařízení kontrola je následkem podezření z použití nepovolených prostředků nebo probíhá u problémových podniků (Moudrý a kol., 2007d). Při následné kontrole se kontrolují zemědělské podniky – odpovědné osoby, pořádek, informovanost pracovníků, rostlinná a živočišná produkce; výrobci biopotravin – informovanost, pořádek, tok surovin a zboží, výroba, účetnictví, certifikát a distributor – tok zboží, pořádek v podniku, odpovědné osoby a informovanost, účetnictví (Urban, 2003).

c) Revizní inspekce – je reakce na písemnou žádost nebo na stížnost podanou na MZe ČR. Kontroluje se rostlinná produkce (sadba, osivo, odrůdy, oseední postup, hnojení) a živočišná produkce (plemena, technologie chovu, ustájení, krmení, zákroky na zvířatech, zdravotní stav) (Moudrý a kol., 2007d).

d) Kontrola zpracování, evidence a prodeje bioprodukce – zpracování po sklizni, skladování, použité materiály, přídatné látky, označování, kontrola prodeje, vedení účetnictví. Souhrnem je celkové hodnocení podniku. Po každé kontrole musí být sepsána kontrolní zpráva. Zpráva obsahuje zjištěné skutečnosti a musí být podepsána kontrolovanou osobou, která má právo se ke zprávě vyjádřit (Moudrý a kol., 2007d).

2.4.2.2 Certifikace biopotravin

Inspektoři, kteří vyplnili zprávu o kontrole podniku, odešlou zprávu na kontrolní organizaci, kde certifikační orgán rozhodne o vydání osvědčení o původu bioproduktu nebo biopotravin. Osvědčení je vydáno na jeden rok a do 30 dnů od provedení kontroly. Maximálně je osvědčení platné 15 měsíců (Konvalina a kol., 2007). Povinnost uchovávat osvědčení je pět let. Při odepření vydání certifikátu musí

osoba podnikající v EZ vrátit platný certifikát a své produkty není oprávněna prodávat pod označením bio do doby vydání platného certifikátu (Moudrý a kol., 2007d).

2.4.2.3 Označování biopotravin

Certifikovaný produkt ekologického zemědělství slouží k výrobě biopotravin. Biopotravina musí být označena grafickým znakem, slovem „bio“ a identifikačním kódem kontrolní organizace (CZ-KEZ-01, CZ-ABCERT-02, CZ-BIOKONT-03). Pokud produkt pochází z přechodného období, je možné ho označit slovy „produkt z přechodného období na ekologické zemědělství“, přičemž ekologické zemědělství nesmí být na etiketě nijak zvýrazněno. Po uplynutí přechodného období, pokud má výrobek osvědčení o původu, ho lze označovat jako „bio“ nebo „eko“. Další podmínkou pro toto označení biopotraviny je použití více než 95 % hmotnosti nebo objemu produktů vyrobených v ekologickém zemědělství a přídatných látek. Při použití 95 % - 70 % hmotnosti nebo objemu bioproduktů, přídatných a pomocných látek, musí být biopotravina označena procentním obsahem složek pocházejících z ekologického zemědělství. Pokud nebylo na potravinu vydáno osvědčení o biopotravině, je její prodej se slovem „bio“, nebo grafickým znakem zakázán (Moudrý a kol., 2007d).

Označování biopotravin je nezbytné. Chybné označení ovlivňuje důvěru spotřebitelů. Zboží se stává méněcenným a je možné, že se jeho uvedení na trh vůbec nezdaří (Giannakas, 2002).

2.4.2.4 Kvalita biopotravin

Existují různé názory na kvalitu biopotravin. Na jedné straně je slyšet o zdravější, chutnější a výživnější potravíně, na straně druhé se spotřebitelé domnívají, že bez průmyslových hnojiv trpí plodiny nedostatečnou výživou a bez chemického ošetření by mohly obsahovat zdraví škodlivé mykotoxiny. Kvalitou se v ekologickém zemědělství rozumí hlavně podmínky, za kterých jsou plodiny pěstovány. Ochrana a šetrné využívání přírodních zdrojů je základ pro ekologické zemědělství. Teprve jeho výsledkem je produkce kvalitnějších a chutnějších biopotravin (Moudrý, 1997).

Od zakoupené biopotraviny spotřebitel očekává jistý nadstandard. Existuje několik ukazatelů kvality biopotravin, jež certifikovaná biopotravina pocházející z ekologického zemědělství má:

2.4.2.5 Nutriční hodnota

Nutriční (výživová) hodnota zahrnuje aspekty jako obsah látek pozitivně ovlivňující lidskou výživu, vnitřní skladbu a vzájemné poměry obsažených látek. Biopotraviny obsahují bílkoviny s výhodnou aminokyselinovou skladbou, vlákninu, pektiny, vitamíny, enzymy a nezbytné minerální prvky. Nutriční hodnota bývá zpravidla u produktů ekologického zemědělství lepší než u konvenčního zemědělství. Díky zákazu používání průmyslových hnojiv je většinou obsah bílkovin slabší (Prugar, 1994).

2.4.2.6 Hygienická kvalita

Díky předpokládané hygienické jakosti je o bioprodukty zájem. Výzkumy hygienické kvality ukázaly, že kontaminace cizorodými a škodlivými látkami je u bioproduktů nižší. Produkty ekologického zemědělství jsou méně zatíženy rezidui pesticidů, dusičnany a mykotoxiny. Obsah těžkých kovů v biopotravinách záleží na jejich dostupnosti a výskytu v prostředí, není tedy ovlivněn způsobem pěstování. U obsahu dusičnanů v produktech je to velmi složité, protože i při hnojení výhradně statkovými hnojivy se dusičnany mohou v produktech hromadit. Dochází k tomu za speciálních meteorologických podmínek.

Problémy v ekologickém zemědělství činí přirozené toxiny. Jsou to látky, které si rostliny dokáží vyrábět samy na obranu proti škůdcům a chorobám. Někdy se jim říká „přírodní pesticidy“. V ekologickém zemědělství může být produkce toxinů vyšší, protože nejsou používány chemické přípravky na regulaci chorob a škůdců a rostliny jsou tudíž více napadnutelné (Prugar, 1994).

2.4.2.7 Technologická kvalita

Technologická kvalita znamená vhodnost pro různé formy zpracování v průmyslu i v kuchyni (hlavní roli zde hrají některé vlastnosti bioproduktů, jako např. výtěžnost, barevná stálost, loupateľnost, vhodnost k pečení, vaření, smažení a konzervaci), transport a odolnost při skladování. V době skladování jsou díky většinou nižšímu obsahu vody ekologické produkty méně ohrožené plísněmi a hnilobami. Dusíkaté

hnojení v konvenčním zemědělství zpomaluje dozrávání, proto jsou produkty sklizeny v mladší vegetační fázi a trvající aktivita enzymů přispívá ke ztrátám při skladování. Při skladování brambor mohou být ztráty v ekologickém zemědělství až o 25 % menší než v konvenčním (Prugar, 1994).

Sladovnický ječmen má také nižší obsah dusíkatých látek a menší velikost obilek, to je pro něj výhodou. Nevýhoda je menší vyrovnanost (Moudrý, 1997).

2.4.2.8 Senzorická kvalita

Bioprodukty nebývají znečištěny nedovolenými pomocnými látkami. Stát se to ale může kontaminací z okolních konvenčních polí. Znečištění je pouze ve stopovém množství, ale i to by mohlo mít vliv na sensorickou kvalitu, která může být u bioproduktů horší (Stolz a kol., 2005). O cenových relacích zde rozhoduje vůně, chuť, tvar, čistota, barva, velikost, neporušenost, hmotnost a odrůdová čistota. Nejlepších hodnot u těchto vlastností lze dosáhnout v konvenčním zemědělství za pomoci pesticidů a vydatného hnojení. V ekologickém zemědělství činí sensorická kvalita problémy. Bez použití rychle se rozpouštějících hnojiv a pesticidů může docházet ke strupovitosti ovoce, která má za důsledek zhoršení sensorické hodnoty produktu. Jako bioindikátor sensorické kvality slouží divoce žijící zvěř, která vždy rozezná vnitřní hodnotu ekologicky a konvenčně pěstované plodiny (Prugar, 1994).

2.4.3 Odbyt biopotravin

Velmi oblíbený je přímý prodej. Spotřebitelé vyžadují čerstvé a kvalitní produkty, díky tomu často navázali kontakty s farmáři a pro bioprodukty si dojíždějí na jejich statky. Výhodou pro spotřebitele je seznámení se s místem, odkud produkt pochází, a za jakých podmínek vznikal. Ze dvora farmáři prodávají ovoce a zeleninu, vejce, med, ale i maso (Urban, 1994). Se zakoupením biopotraviny by si měl spotřebitel uvědomit, že neplatí vyšší cenu pouze za kvalitu, ale podporuje také ekozemědělce, kteří svým šetrným chováním snižují znečištění přírody a přispívají ke zdraví lidí (Vohralíková, 2011).

Úspěšnost přímého prodeje záleží na několika podmínkách:

- Předpoklady k podnikání

Jedním z nejdůležitějších předpokladů je vhodná poloha podniku. Produkty, které podléhají rychlé zkáze, je potřeba co nejrychleji prodat. Proto je optimální vzdálenost

pro distribuci či prodej ze dvora 20 – 50 km. Prodejce musí mít schopnost přesvědčivé komunikace, bez níž by oslovení zákazníka nebylo pravděpodobně úspěšné.

- Znalost předpisů

Z předpisů jsou pro farmáře podstatné zákony a nařízení týkající se skladování, zpracování produktů, balení a značení produktů apod., jimiž se musí řídit.

- Příležitosti prodeje

K úspěšnému podnikání je nutné prvotně zmapovat počet spotřebitelů v zájmové oblasti, zájem spotřebitelů o bioprodukty, konkurenci, potenciální odbyt a množství, jež může farmář uspokojit.

- Marketing

Pod pojmem marketing stojí snaha co nejvíce se přiblížit zákazníkovi, snažit se zjistit a splnit jeho přání, očekávání, zájmy a postoje za pomoci reklamy, prospektů a akcí, jež farmář může uspořádat. Jedním z marketingových tahů je nastavení ekonomicky příznivých cen pro zákazníka (Moudrý, 1997).

Formami přímého prodeje jsou samosběr, prodej na objednávku, obchod ve dvoře, stánkový prodej a prodej v kamenných obchodech. Biopotraviny si lze objednat poštou i přes internet. Je nutné se pouze na internetových stránkách zaregistrovat a potraviny si objednat vložení do virtuálního nákupního košíku. Biopotravina pak dorazí většinou do dvou dnů domů ke spotřebiteli (Urban, 1994).

Čerstvé biopotraviny lze zakoupit v tržnicích. Tržnice je výborná příležitost pro farmáře. Zde může nabídnout své produkty a získat si tak stálé odběratele. Trhy jsou dnes velmi populární a zvyšuje se i počet míst, kde jsou konány. Nejvíce farmářských trhů je konáno v okolí Prahy, ale můžeme je najít i v Brně, Ostravě, Plzni, Pardubicích a severních Čechách. Odbyt biopotravin v ČR je menší než v zahraničí, proto téměř polovina produktů putuje na export tam, kde je poptávka vyšší (Vohralík, 2011).

2.4.4 Marketing biopotravin

K úspěšnému podnikání musí stát v čele silná osobnost, která je schopna organizovat a ví, čeho chce dosáhnout. Marketing znamená pro ekologického farmáře soubor podnikatelských aktivit, které jsou prováděny za účelem plánování, stanovení ceny, propagace a distribuce výrobků a služeb, které mají za úkol uspokojit potřeby spotřebitelů. Pro ekologického zemědělce je základem zákazník, kterého musí být schopen uspokojit, a dodat na trh bioprodukt tak, aby po něm byla poptávka a zemědělec z něj měl zisk (Trnka, 1999).

Strategie marketingu spočívá v pěti krocích:

- Analýza současné situace na trhu

Pro úspěšné uplatnění se na trhu je pro ekologického zemědělce nutné zjistit potřeby zákazníků, postavení, zaměření, jednání a schopnosti konkurentů. K úspěšnému podnikání je potřeba sbírat informace a zjišťovat ochotu zákazníků zaplatit za uspokojení svých potřeb (Šarapatka a kol., 2005).

- Stanovení realistických marketingových cílů

Při určování cílů je potřeba brát v potaz cíle výrobní a finanční. Cíle musí být dosažitelné a mít termín splnění (Šarapatka a kol., 2005). Hlavní oblast zájmu je zisk, objem prodeje, ceny a propagace. Ceny prodáváných biopotravin se v marketech a specializovaných obchodech liší. Obecně v zemích s malou ekologickou výrobou lze očekávat problémy s odbytem většího množství biovýrobků, protože každá změna nabídky nebo poptávky může narušit složitou rovnováhu trhu (Michelsen a kol., 1999).

- Vytvoření marketingové strategie

Marketingová strategie přispívá k dosažení cílů. Existují čtyři typy marketingové strategie: strategie průniku na trh, rozvoje trhu, rozvoje produktů a diverzifikace. Lepší uspokojení zákazníka, nabízení svých produktů na nových trzích, vývoj nových produktů a oslovení nových skupin zákazníků přispívá k vytvoření plně fungujícího a prosperujícího systému (Šarapatka a kol., 2005). K vytvoření marketingové strategie je zapotřebí schopných předních pracovníků, kteří jsou v oboru vzdělání, jsou schopni pro svou vizi získat spolupracovníky, firmu úspěšně řídit a své výrobky prodat (Trnka, 1999).

- Stanovení postupu realizace strategie

Po vybrání strategie následuje určení ceny produktu, propagace a distribuce bioproduktů. Pro úspěšné podnikání je důležitá vysoká kvalita produktů a pevné a vstřícné vztahy s kupujícími (Šarapatka a kol., 2005), protože základem je spokojenost zákazníka. Od spokojenosti zákazníka se odvíjí úspěšnost podniku, množství prodaných produktů a velikost tržeb. Zákazník by měl „řídít“ firmu. Všichni zaměstnanci musí znát teorii marketingu a je zapotřebí je stále prověřovat. Kvalitní vedení napomáhá svým správným rozhodováním (Svoboda, 1999).

- Hodnocení a postup kontroly

Farmář si určí měřítko úspěšnosti splnění cílů. Takovým měřítkem například mohou být: celkové obraty a zisky, porovnání úspěšného obchodu s ostatními zemědělci, spokojenost zákazníků a jejich opětovné využití farmářových služeb (Šarapatka a kol., 2005).

V rámci spotřebitelů biopotravin proběhlo několik průzkumů. Bylo zjištěno, že hlavní spotřebitelskou skupinou biopotravin jsou matky ve věku 35 – 45 let, které vystudovaly alespoň střední školu a žijí ve městech. Nakupováním bioproduktů se matky snaží přispět ke zdraví svých dětí (Šarapatka a kol., 2005).

Matky již dnes nejsou jedinou skupinou kupující bioprodukty. Mladé páry i samostatní jedinci jsou velice častými zákazníky bioobchodů. Je nutné sledovat poptávku a té marketing biopotravin přizpůsobit. Matky nejčastěji kupují biočaje, nápoje, tyčinky a sladkosti, dětské výživy. Mladí lidé obvykle biotěstoviny, mouky,

2.4.5 Výhody a nevýhody biopotravin

Roční útrata za potraviny činí v ČR statisíce korun. Nákup biopotravin se pro některé spotřebitele stal velmi atraktivní (ANONYM 1, 2011). Ve Velké Británii proběhla vědecká studie, jejímž závěrem bylo konstatování, že neexistují důkazy, které potvrzují, že by biopotraviny byly zdravější. Studie ukázala, že biopotraviny mohou obsahovat v některých případech více zdraví prospěšných látek, ale v jiných případech obsahují méně zdraví prospěšných látek. Zhodnocení, zda jsou biopotraviny zdravější, závisí na každém spotřebiteli. Podstatné je to, že lidé nekupují biopotraviny jen kvůli zdraví. Existuje mnoho nezpochybnitelných výhod, které biopotraviny mají (Václavík, 2009):

- šetrnější způsob výroby
- zákaz používání konzervantů a barviv
- šetrný přístup k životnímu prostředí při pěstování bioplodin
- zachování neobnovitelných přírodních zdrojů
- přirozená chuť, vůně a barva biopotravin (ANONYM 1, 2011)
- podpora biodiverzity v ekologickém zemědělství
- welfare zvířat v ekologickém zemědělství
- neznečišťování životního prostředí
- neobsahují GMO ani zbytky pesticidů (Václavík, 2009)
- mají vyšší podíl sušiny, díky kterému obsahují víc vlákniny, vitamínů a minerálů (Hašlová, Schulzová, 2006)
- vytváření pracovních míst v ekologickém zemědělství a spokojenost zemědělců (Schäfer, 1999)
- orná půda v ekologickém zemědělství přispívá ke stabilizaci klimatu – orné půdy v ekologickém zemědělství ukládají více C v humusu, tím se zmenšuje množství CO₂ v atmosféře (Drinkwater a kol., 1998)

Ekologické zemědělství podporuje druhovou pestrost. Pole, na kterém jsou pěstovány ekologické plodiny, obsahuje devětkrát více doprovodných rostlin a plevelů. Z živočichů zde žije o 25 % více žížal a o 15 % více střevlíků (Mäder a kol., 2002).

Biopotraviny mají i své nevýhody:

- jsou dražší
- mohou obsahovat více plísní a rychleji se zaplísní (Veselá, 2008)

3. Cíl a hypotézy

Cílem diplomové práce bylo zmonitorování struktury biopotravin ve specifických odbytových zařízeních (markety a bioobchody) z hlediska původu a zjistit objemy obchodované bioprodukce vybraných druhů potravin (biohovězí, obilniny, mléčné výrobky a ovoce a zelenina).

Hypotéza č. 1: Podíl biopotravin pocházejících z jižních Čech přesahuje ve sledovaných obchodech 50 %.

Hypotéza č. 2: Největším dovozcem biopotravin do sledované skupiny obchodů je Rakousko.

Hypotéza č. 3: Širší sortiment biopotravin nabízejí specializované bioobchody než markety.

4. Metodika

4.1 Metodika získání dat

Data potřebná k vypracování diplomové práce byla získána:

- z literárních a ostatních zdrojů (knihy, články, internet)
- dotazováním se obsluhy v obchodech s produkty bio
- vlastním zjišťováním údajů z etiket na výrobcích
- z materiálů, které poskytl ÚZEI
- konzultací poznatků s vedoucím práce

4.2 Vlastní sběr dat

Pro zjišťování struktury biopotravin v obchodech (z hlediska původu a objemu) bylo vybráno celkem 30 obchodů v Jihočeském kraji. 15 obchodů bylo specializovaných přímo na prodej biopotravin a ve zbylých 15 obchodech, supermarketech a hypermarketech, činily biopotraviny pouze část sortimentu. Byly zde sledovány druhy biopotravin, země jejich původu a množství prodávané bioprodukce. Mapování obchodů mělo tedy dvě části.

První část obsahovala vlastní monitoring biopotravin v terénu. Úkolem bylo zaznamenat si vybrané druhy biopotravin z celého obchodu a zjistit zemi původu. Tyto informace by měly být uvedeny na obalech biopotravin.

Druhým krokem bylo zjišťování informací o objemu prodávané bioprodukce.

4.3 Metodika zpracování a vyhodnocení dat

Data byla zpracována s pomocí programů Microsoft Office Word a Microsoft Office Excel, pro zpřehlednění výsledků byly vytvořeny grafy shrnující původ jednotlivých skupin bioproduktů.

Mezi sledované proměnné v rámci výběrového souboru 15 obchodů specializovaných na prodej bioprodukce a 15 hypermarketů a supermarketů patřila šíře sortimentu jimi nabízeného, jeho původ a objem.

5. Výsledky

5.1 Země původu vybraných skupin biopotravin

U biopotravin byly zjišťovány země, ze kterých byly dováženy. Za tímto účelem byly všechny zaznamenané údaje z bioobchodů a z marketů sloučeny a byl posuzován původ biopotravin v jižních Čechách celkem. Země původu byla zjišťována u 15 hlavních skupin biopotravin, které byly v obchodech prodávány. Další částí diplomové práce byla specializace na 4 základní skupiny (z 15) a jejich podrobnější průzkum z hlediska množství prodáváných biopotravin na trhu a jejich dovoz (viz 5.2, 5.3, 5.4).

5.1.1 Biopečivo

Biopečivo lze nalézt téměř v každém obchodě. Ve specializovaných bioobchodech a zdravých výživách je sortiment nejširší. Biopečivo je zde čerstvé a pochází z 92 % z českých pekáren. Mouka používaná na výrobu biopečiva je také v kvalitě bio. K výrobě pečiva se převážně používá celozrnná mouka, která obsahuje více vitamínů, zejména B a E. Biopečivo vydrží déle čerstvé, protože kvásek potřebný na pečení je tradiční. Přirozené kvašení těsta zajišťuje výbornou stravitelnost a konzervuje pečivo. Ve většině bioobchodů je velký výběr – biochléb, toustový chléb, biorohlíky, sladké i slané drobné pečivo.

V marketech je častější vakuované biopečivo, které pochází z ČR, ale je také dováženo z Německa a Rakouska. Dovážené pečivo v marketech tvoří kolem 19 % z celkového objemu biopečiva.

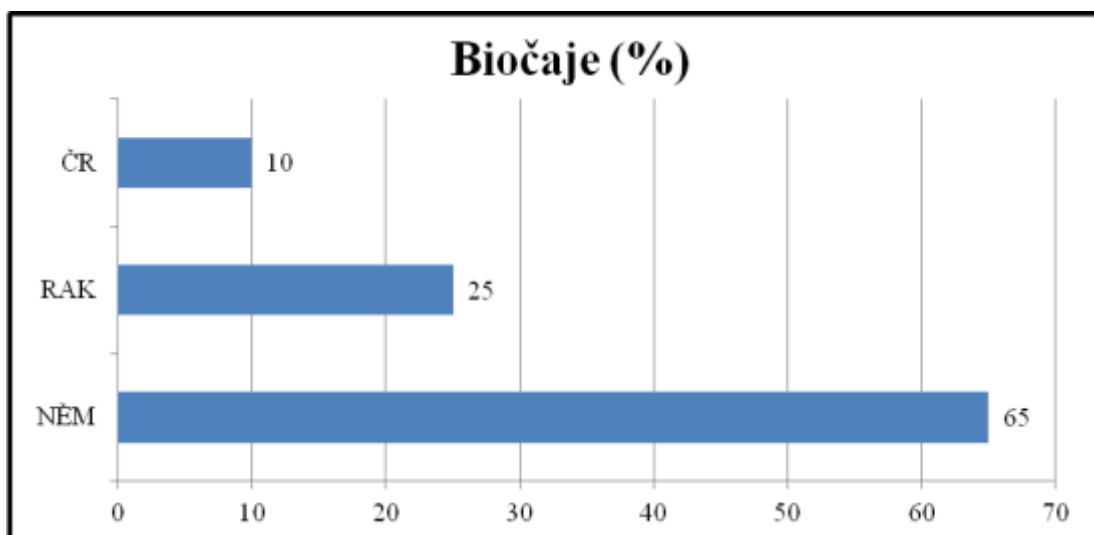
5.1.2 Biočaje

Polovina marketů čaje nevede. Naopak velký výběr biočajů je ve většině specializovaných obchodů. Na každém výrobku by měla být informace pro spotřebitele, odkud produkt pochází. U většiny čajů je však na obalu pouze označení „produkt EU/mimo EU“. Z tohoto označení není zřejmé, kde byl daný bio čaj vypěstován.

Čaje, u nichž byla uvedena země původu, pocházely z 65 % z Německa a z 25 % z Rakouska. Pouze 10 % biočajů pocházelo z České republiky (graf č. 1).

Biočajů je na trhu mnoho druhů. Zázvorové s pomerančem nebo citronem, rakytníkové, pohankové, mátové, fenyklové, heřmánkové, zelené, ale i dětské čaje a čaje pro kojící a těhotné matky.

Graf č. 1: Země původu bio čajů



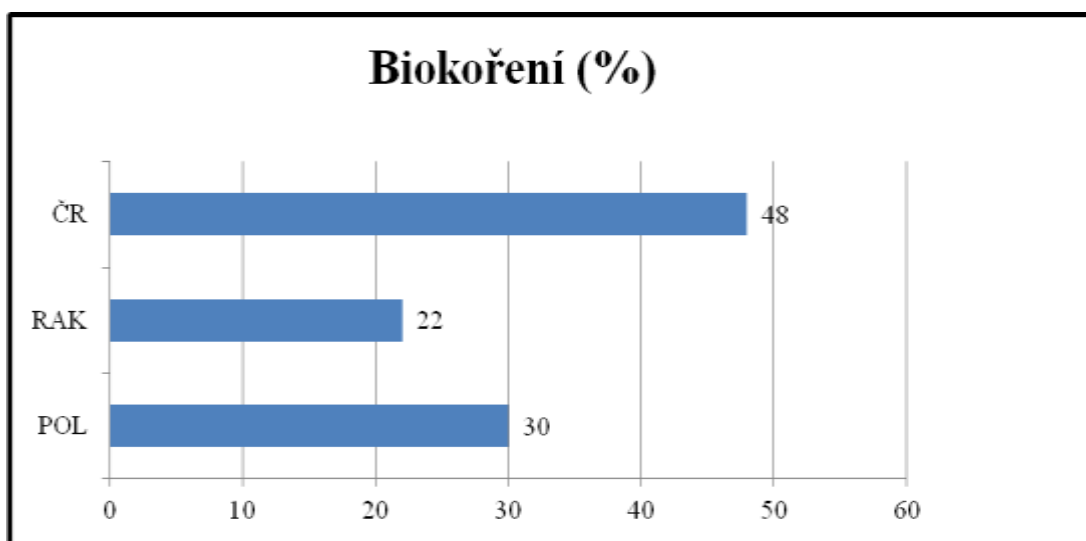
5.1.3 Biokoření

V biokoření je hlavně ve specializovaných obchodech velký výběr. Téměř 50 % koření bylo vypěstováno v České republice. Typickou oblastí, kde je koření pěstováno, je Pálava. Koření je pěstováno s velkou pečlivostí a trpělivostí. Regulace plevelů spočívá v manuálním odplevelení, případně v používání přírodních výluhů na potlačení plevelů. Druhy koření pěstované v ČR jsou bazalka, saturejka, šalvěj, estragon, dobromysl, tymián, majoránka, pažitka, petržel. Jejich kombinací vznikají směsi. Na některých baleních s kořením je i návod na použití a kulinářský recept, protože pro mnohé jsou některé druhy koření neznámé.

Dovoz biokoření tvoří 52 % obchodovaného koření. Z Rakouska je dováženo 22 % a z Polska 30 % biokoření (graf č. 2).

Prodávané druhy koření jsou tradiční, jako např. pepř, kmín, majoránka, kořeněná sůl na kuře, směs na těstoviny, směs na ryby, směs na maso, polévková směs, muškátový oříšek. Méně známým kořením je např. směs koření fikadely.

Graf č. 2: Země původu biokoření



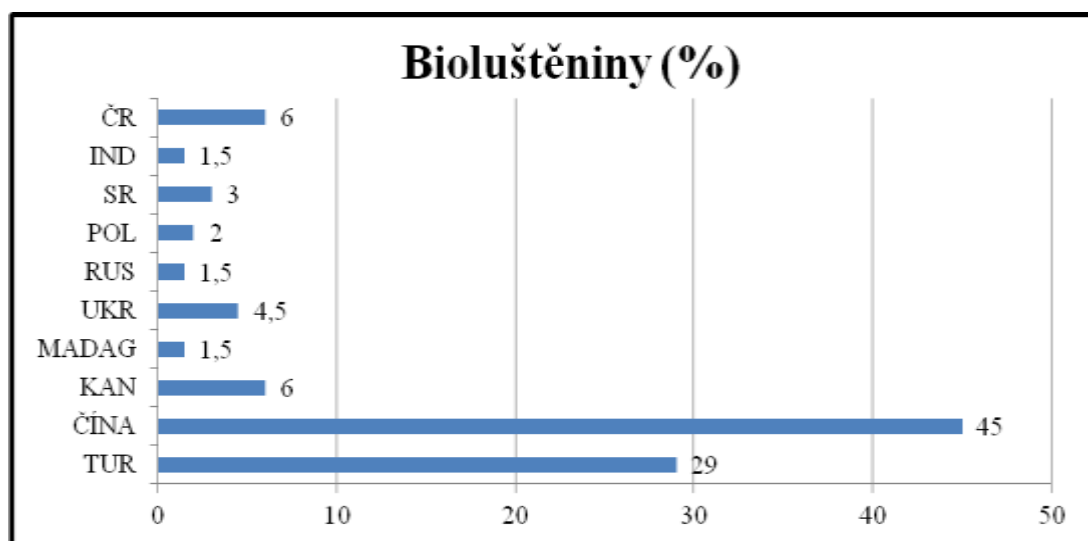
5.1.4 Bioluštěniny

Bioluštěniny tvoří jednu ze tří skupin biopotravin s velmi širokým spektrem zemí původu. V každém obchodě bylo možné najít jiný druh luštěniny, nebo jinou zemi původu, než tomu bylo do posledního průzkumu. Podobná situace nastala i u olejů, zeleniny a ovoce. 6 % bioluštěnin pochází z ČR.

Dovoz bioluštěnin byl 94 %. Čína a Turecko jsou hlavními dovozci luštěnin. Z Číny pocházelo 45 % luštěnin a z Turecka 29 %. Kanadské bioluštěniny tvořily 6 %, ukrajinské 4,5 %, slovenské 3 %, polské 2 % a indické, ruské, madagaskarské po 1,5 % (graf č.3).

Široká nabídka bioluštěnin byla v marketech i bioobchodech. Nebyl problém luštěniny nalézt v jakémkoliv obchodě. Na výběr bylo z mnoha druhů, jako např. čočka zelená, červená, sójové boby, adzuki, fazole červené, barevné, hrách římský - cizrna.

Graf č. 3: Země původu bioluštěnin



5.1.5 Biomaso

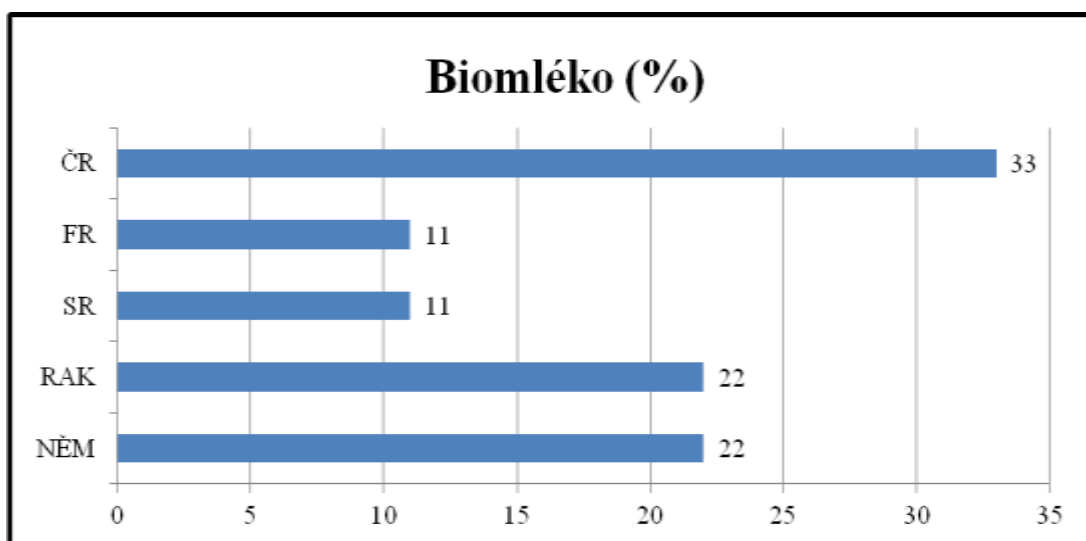
V marketech i bioobchodech je velmi malá nabídka biomasa. Biomaso bylo možno koupit pouze v jednom marketu a v jednom bioobchodě. V obou případech pouze na objednání. Objednané maso pocházelo z ČR, lze tedy říci, že původ masa je 100% český. Problémem však je biomaso sehnat. Hlavním odbytem biomasa (biohovězího) je prodej ze dvora. Zákazník získá představu o původu masa a vztah k dané ekofarmě. Díky výhodnějším výkupním cenám může biomaso putovat na export. Další variantou je, že biofarmy nemají odběratele, proto nakonec musí biomaso prodat jako konvenční maso.

5.1.6 Biomléko a mléčné výrobky

Spotřebitel konvenčního mléka má majoritní zájem o kravské mléko. Ostatní druhy mléka plní v obchodech doplňkovou funkci. Zákazníci nakupující biopotraviny však vyhledávají mnohem častěji například kozí mléko. Jednou z příčin může být jejich větší informovanost o produktech bio, o jejich zdraví a hlavně o způsobu chovu zvířat na biofarmách. Takovíto zákazníci jsou ochotní experimentovat s chutí různých mlék a platit cenu vyšší, než je u produktů pocházejících z konvenčního zemědělství.

33 % biomléka pochází z ČR. 22 % biomléka je dováženo z Německa a Rakouska a 11% pochází ze Slovenska a Francie (graf č. 4).

Graf č. 4: Země původu biomléka

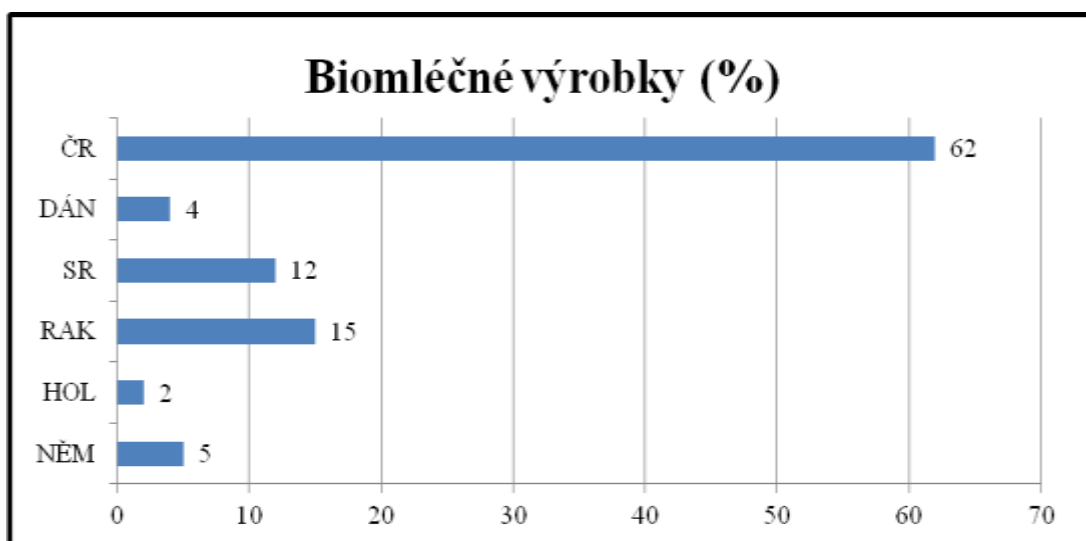


Produkce biomléka a mléčných výrobků je podpořena i Ministerstvem zemědělství ČR. Na podzim roku 2009 byla podepsána smlouva Svazem ekologických zemědělců a Spolkem poradců v ekologickém zemědělství v ČR na realizaci veřejné zakázky, která je zaměřená na podporu regionálního prodeje potravin. Regionální odbyt je zaměřen na biomléko a mléčné výrobky. Cílem bylo zvýšit produkci biomléka a osvětu zemědělců. Program nebyl určen jen pro ekofarmáře, ale i pro zpracovatele mléka (MZe ČR, 2009).

Pozitivní přínos byl potvrzen vlastním průzkumem, kde bylo zjištěno, že biomléčné výrobky pocházejí z 62 % z ČR (graf č. 5). Při porovnání s výzkumem, který byl proveden Eliškou Chytráčkovou v roce 2010 je zřejmé zvýšení produkce a prodeje biomléčných výrobků. Zastoupení českých biomléčných výrobků bylo v roce 2010 45 %. Prodej českých mléčných výrobků se tedy za 2 roky zvýšil o 17 %.

Z Rakouska je do jižních Čech dováženo 15 % biomléčných výrobků, ze Slovenska 12 %, z Německa 5 %, z Dánska 4 % a z Holandska 2 %.

Graf č. 5: Země původu biomléčných výrobků



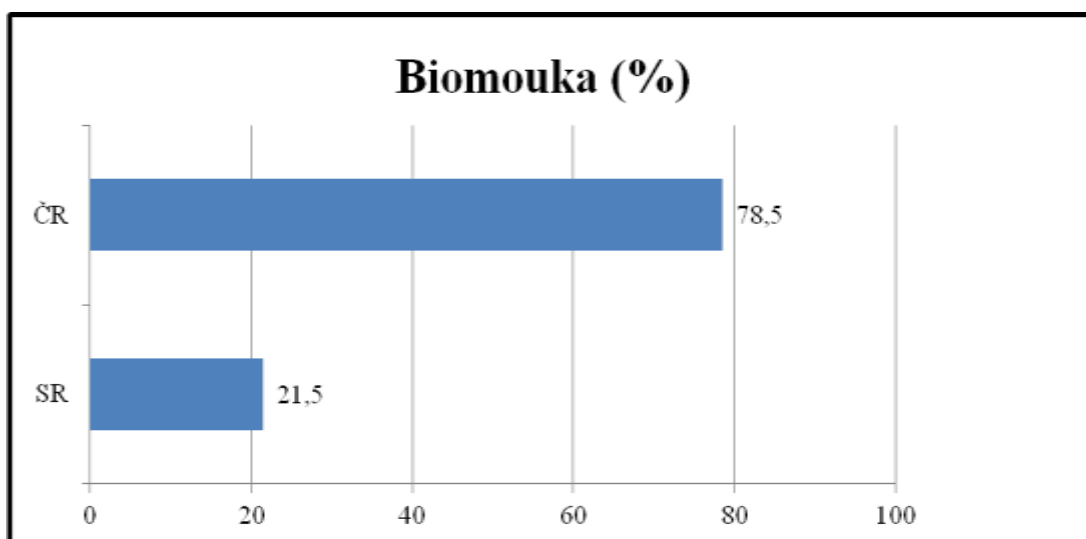
5.1.7 Biomouka

78,5 % biomouky pochází z ČR. V konvenčním i ekologickém zemědělství jsou obiloviny nejčastěji pěstované plodiny. Z bioobilovin je mleta biomouka. V obchodech je nabízen široký výběr mouk pšeničných a žitných. Z pšeničných mouk je na výběr mouka světlá, polosvětlá, hladká, hrubá a chlebová. Žitné mouky jsou nejčastěji tmavé. Na trhu je ale i např. mouka špaldová hladká a polohrubá a celozrnná mouka ječná.

V marketech a bioobchodech je prodáváno i biopečivo (viz kapitola 5.1.1). Na výběr je mezi druhy sladkého i slaného pečiva, různé druhy chlebů i rohlíků. V marketech se zákazník častěji setká s baleným pečivem, zatímco v bioobchodech je prodáváno čerstvé pečivo, maximálně 2x do týdne.

Ze Slovenska je dováženo 21,5 % biomouky (graf č. 6).

Graf č. 6: Země původu biomouky

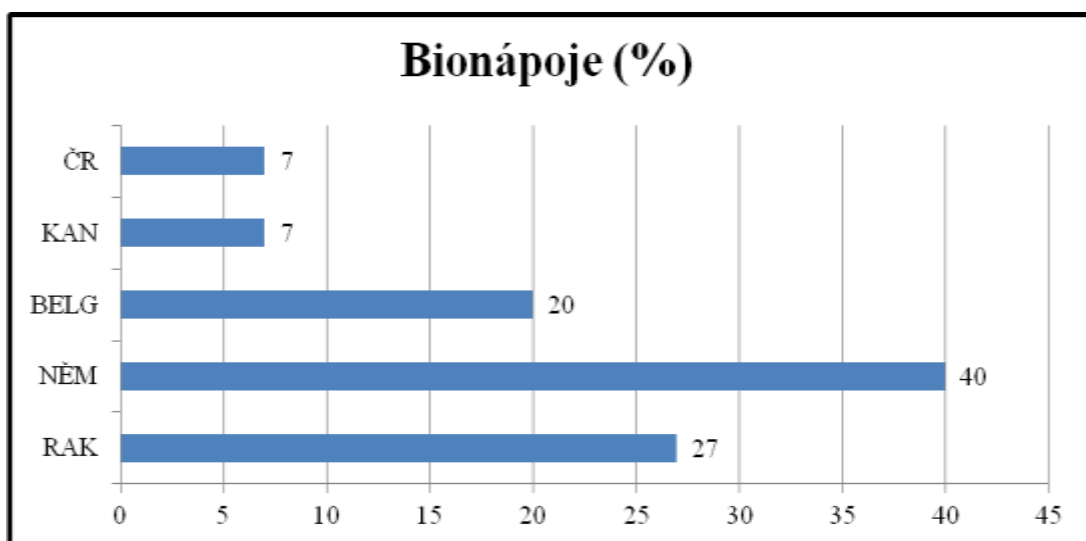


5.1.8 Bionápoje

Pouze 7 % prodávaných bionápojů v jižních Čechách pochází z ČR (graf č. 7). Hlavními dovozci bionápojů jsou Německo a Rakousko. V obchodech bylo v prodeji mnoho různých ovocných biošťáv, mléčných nápojů, kefirů. Unikátním českým bionápojem byla Hanácká kyselka ochucená, která byla v prodeji pouze v jednom marketu.

Z Německa je dováženo 40 % bionápojů, z Rakouska 27 %, z Belgie 20 % a z Kanady 7 % bionápojů.

Graf č. 7: Země původu bionápojů

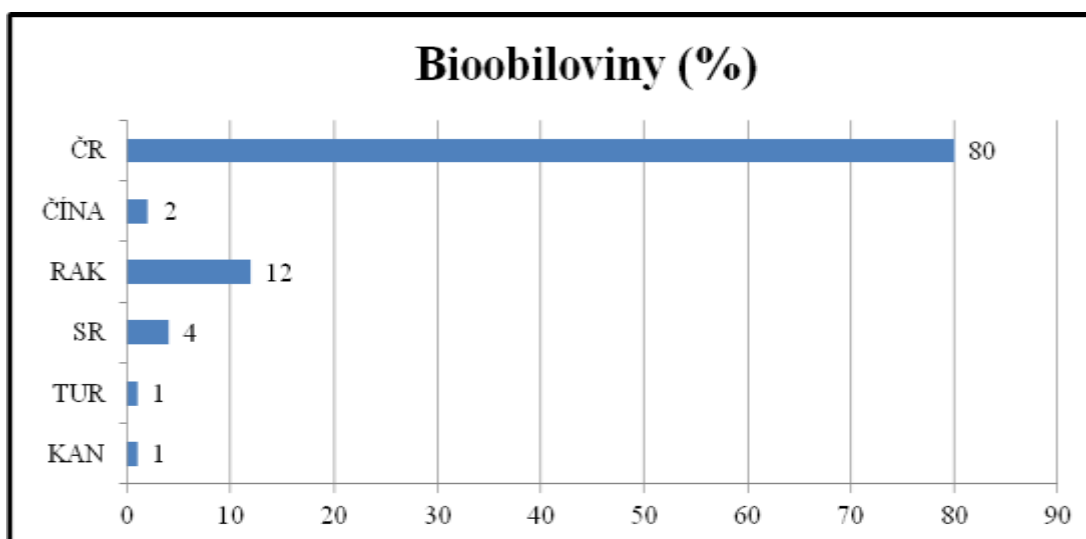


5.1.9 Bioobiloviny

80 % bioobilovin prodávaných v marketech i bioobchodech pochází z ČR (graf č. 8). Obiloviny jsou v jižních Čechách oblíbenou plodinou často pěstovanou, proto je podíl bioobilovin českého původu tak vysoký. Prodávány jsou např. ječmen bezpluchý, ječné kroupy, pšenice špalda, pšenice ozimá, červená pšenice, vločky jáhly, pohanka. Jedno balení obilovin váží 200 g – 500 g a cena se pohybuje mezi 20 Kč – 50 Kč.

Největším dodavatelem bioobilovin je pro jižní Čechy Rakousko. Dovoz z Rakouska činí 12 %. 4 % bioobilovin jsou dovážena ze Slovenska, 2 % z Číny. Z Turecka a Kanady je do jižních Čech importováno 1 % bioobilovin.

Graf č. 8: Země původu bioobilovin

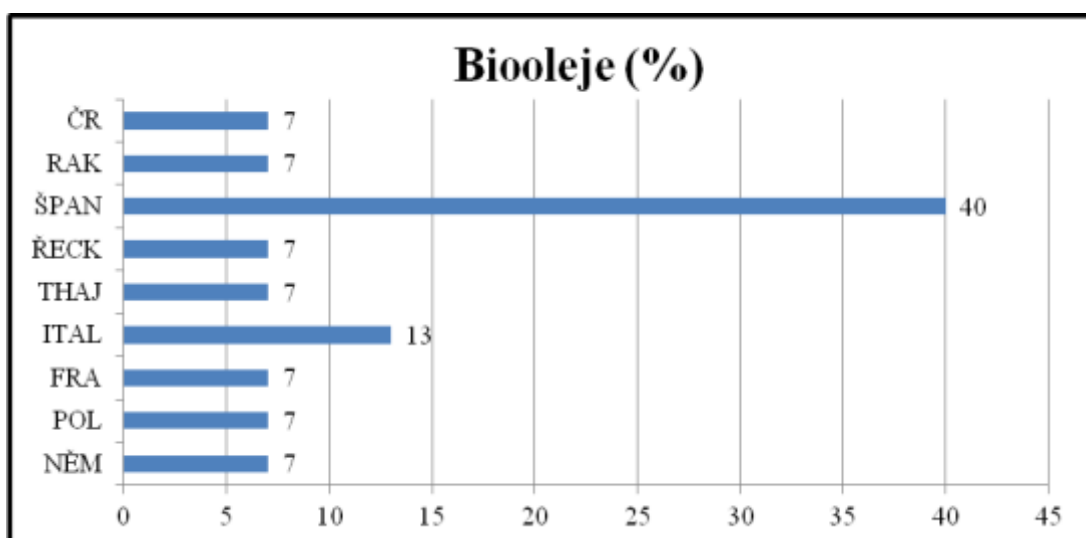


5.1.10 Biooleje

Biooleje jsou dováženy z mnoha různých zemí. Na trhu převažují španělské oleje, které zaujímaly 40 % ze všech bioolejů. Oleje původem z Itálie činily 13 % a zbytek po 7 %. 7 % olejů pocházelo z Rakouska, Řecka, Thajvanu, Francie, Polska, Německa a České republiky (graf č. 9).

V ČR je vyráběn převážně olej slunečnicový. Z jiných zemí je dovážen olej olivový, sójový, olej ze světlice barvířské, sezamový, slunečnicový a olej z dýňových semen.

Graf č. 9: Země původu bioolejů



5.1.11 Bioovoce a zelenina

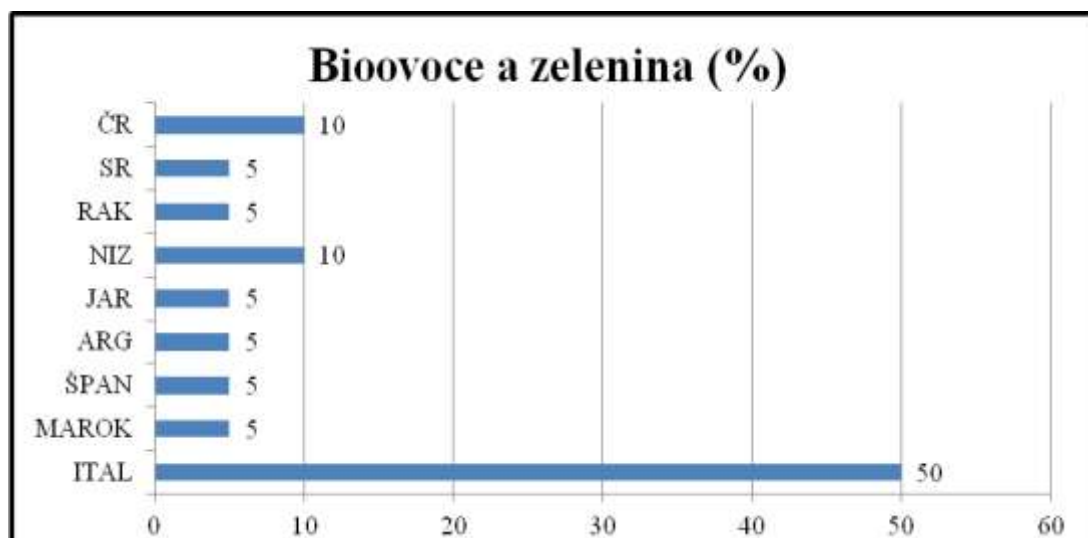
Bioovoce a zelenina je pěstována bez použití umělých hnojiv a syntetických pesticidů. Její koupí spotřebitel podpoří pěstování plodin bez snižování úrodnosti půdy a bez znečišťování spodních vod. Z cenovky na zelenině by měly být patrné údaje jako cena, jakost, dodavatel a země původu. Bohužel výběr v bioovoci a zelenině je ovlivněn ročním obdobím - proto některé druhy lze zakoupit pouze sezónně.

Bioovoce a zeleniny českého původu je na trhu nedostatek. České bioovoce a zelenina tvořily pouhých 10 % z prodáváného množství (graf č. 10).

Dovoz zeleniny a ovoce činil 90 %. Nejvíce bio ovoce a zeleniny je dováženo z Itálie – 50 %, 10 % z Nizozemí a po 5 % ze Slovenska, Rakouska, Jihoafrické republiky, Argentiny, Španělska a Maroka.

Bioovoce a zeleninu měly v sortimentu pouze 3 markety a 7 bioobchodů. V kvalitě bio byly ve sledovaných obchodech prodávány citróny, jahody, mandarinky, jablka, kiwi, pomeranče, česnek, brambory a kořenová zelenina.

Graf č. 10: Země původu bioovoce a zeleniny



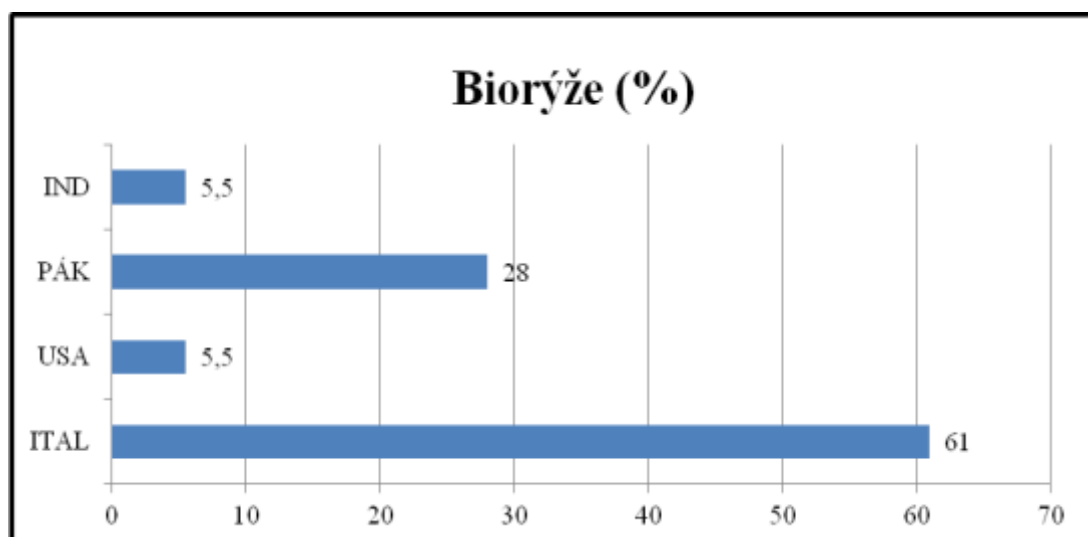
5.1.12 Biorýže

Rýže vyžaduje dostatek světla, tepla a vydatnou závlivku, proto lze rýži pěstovat v České republice pouze jako pokojovou rostlinu. Import biorýže tedy činí 100 %.

Hlavním dodavatelem biorýže je Itálie. Z Itálie je dováženo 61 % biorýže na trhu. Z Pákistánu je dováženo 28 % biorýže a z Indie a USA po 5,5 % (graf č. 11).

Ačkoli je veškerá biorýže dovážena, je na trhu její velký výběr. Téměř v každém marketu a bioobchodu jsou různé druhy rýže – např. rýže kulatozrná, bílá, barevná, dlouhozrná, basmati.

Graf č. 11: Země původu biorýže



5.1.13 Biosladkosti

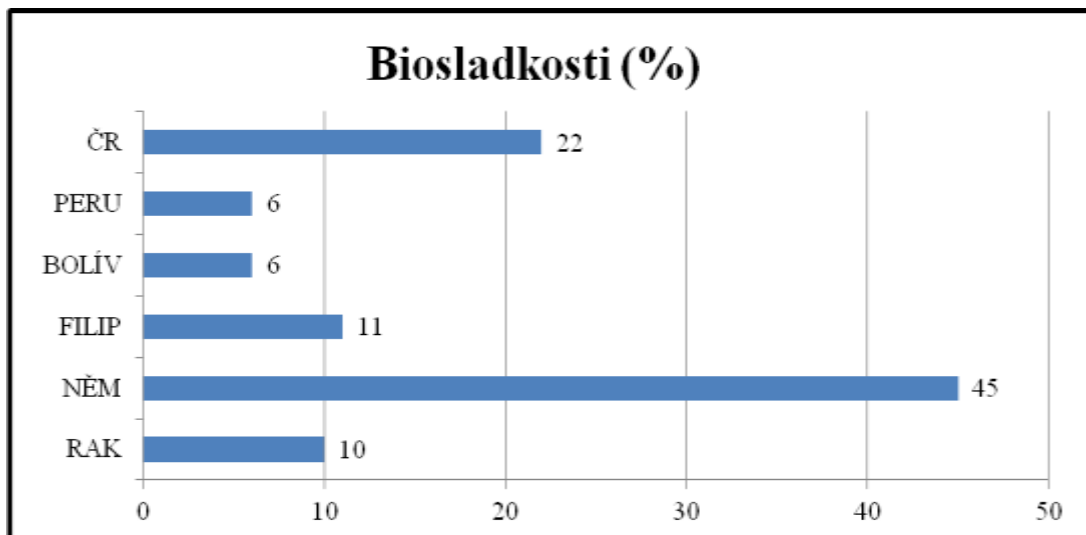
Rozdíly v konvenčních sladkostech a biosladkostech jsou velké. Do konvenčních sladkostí je přidáván rafinovaný cukr, syntetická aromata, modifikované škroby a barviva. V biosladkostech je upřednostňováno využití rostlinných přísad, medu, obilných sirupů, ovocných šťáv a třtinového cukru. Barviva a umělé přísady jsou pro výrobu biosladkostí zakázány (Pro-Bio Liga, 2009).

Biosladkostí českého původu je na trhu v jižních Čechách 22 %. V marketech a specializovaných obchodech je jejich velký výběr. Nejčastěji se objevují různé celozrné a obilné tyčinky.

Dovoz biosladkostí je 78 %. 45 % je importováno z Německa, 11 % z Filipín, 10 % z Rakouska, 6 % z Bolívie a Peru (graf č. 12).

Sortiment bio sladkostí je tvořen např. různými celozrnnými a obilnými tyčinkami, javorovými sušenkami, kakaovými sušenkami, čokoládami, oříšky, bonbóny, müsli.

Graf č. 12: Země původu biosladkostí

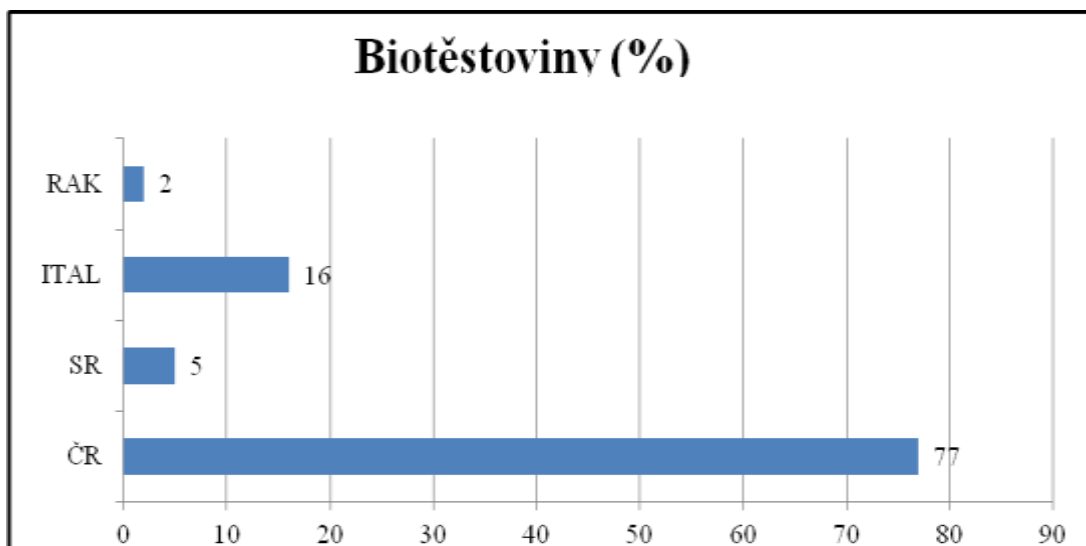


5.1.14 Biotěstoviny

Biotěstovin bylo na trhu nepřeborné množství. Byly nalezeny těstoviny různých tvarů, barev, různých velikostí balení i zemí původu. Pozitivní však je, že 77 % biotěstovin pochází z ČR. Tato skutečnost má přímou souvislost s tím, že v jižních Čechách tvoří velký podíl pěstovaných plodin obiloviny, ze kterých je mleta biomouka. Ta tvoří základ pro výrobu biotěstovin.

Biotěstoviny jsou dováženy z 16 % z Itálie, z 5 % ze Slovenska a z 2 % z Rakouska (graf č. 13).

Graf č. 13: Země původu biotěstovin



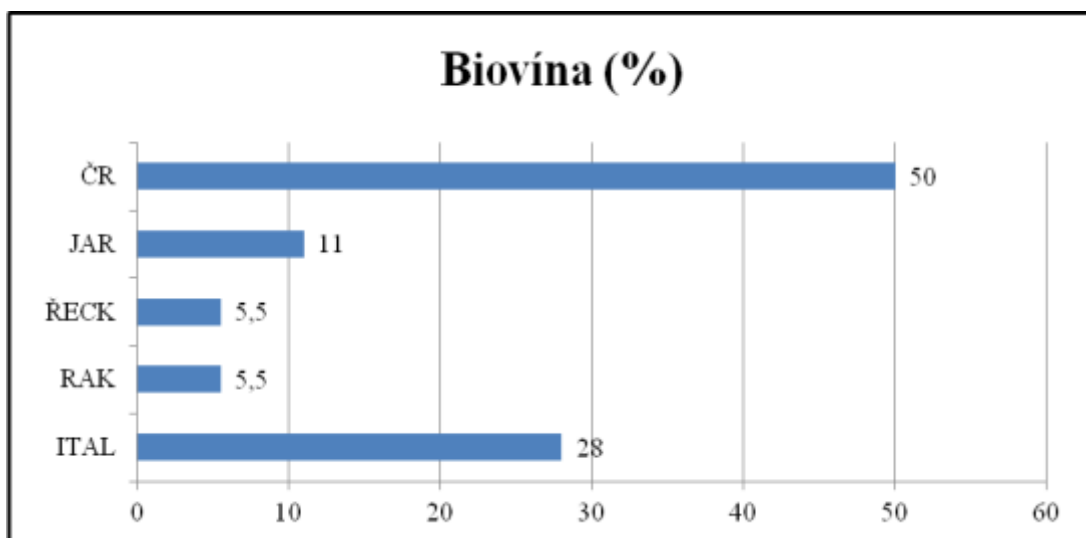
5.1.15 Biovína

Česká biovína, která činí asi 50 % na trhu s víny, jsou jedním z nejkvalitnějších bioproduktů u nás. Pocházejí z vinařství na Moravě, která pravidelně prochází kontrolami. Kontroly zaručují, že při pěstování vína v ekologickém zemědělství nejsou používána umělá hnojiva a pesticidy. Pro ochranu rostlin jsou využívány přírodní přípravky – např. výluhy z bylin, fenyklový olej apod. Při napadení vinic živočišnými škůdci jsou insekticidy nahrazeny dravým roztočem. Při kvašení vína je zakázáno používat šlechtěné kvasinky, nepřírodně čerící látky a stabilizátory kromě SO₂. Díky tomu se biovíno musí skladovat v temnu při teplotě 10 - 15°C (Veselá, 2010).

28 % vín je dováženo z Itálie, 11 % z Jihoafrické republiky a po 5,5 % z Řecka a Rakouska (graf č. 14).

Z italských vín je na trhu např. Pinot grigio, Prosecco. Z českých vín např. značky Naturvin, Muškát moravský.

Graf č. 14: Země původu biovín



5.2 Dostupnost 4 hlavních skupin biopotravin na trhu a jejich prodané množství

Dalším cílem diplomové práce bylo zjistit množství prodaných biovýrobků u čtyř vybraných skupin biopotravin – biomléko a mléčné výrobky, bioovoce a zelenina, biomaso, biopečivo. Jen málo prodejců bylo schopno tuto informaci poskytnout. Důvody byly různé. Ač byli v marketech ujišťováni, že průzkum je anonymní, nebyli téměř vůbec sdílní díky obavám z konkurenčního tlaku. Ve specializovaných obchodech byli vedoucí pracovníci sdílnější. Dotazování směřovalo ke zjištění množství prodaných biopotravin – masa, mléka a mléčných výrobků, mouky (pečiva), ovoce a zeleniny.

Bio mléka a mléčné výrobky zaujímají 28 % z celkového množství všech 4 sledovaných skupin biopotravin (graf č. 15). Z šetření vyplynulo, že objemy prodávaných biomlék a mléčných výrobků se zvyšují. Při porovnání s výzkumem, který byl proveden Eliškou Chytráčkovou v roce 2010 je zřejmé zvýšení produkce a prodeje biomléčných výrobků. Zastoupení českých biomléčných výrobků bylo v roce 2010 45 %. Prodej českých mléčných výrobků se tedy za 2 roky zvýšil o 17 %. Díky programu Mze, který do roku 2009 podporoval ekofarmáře v produkci biomléka a mléčných výrobků jsou počty dojného skotu v jižních Čechách na současném stavu 2 148 ks, což je 9 % z celkového množství chovaného skotu na ekofarmách.

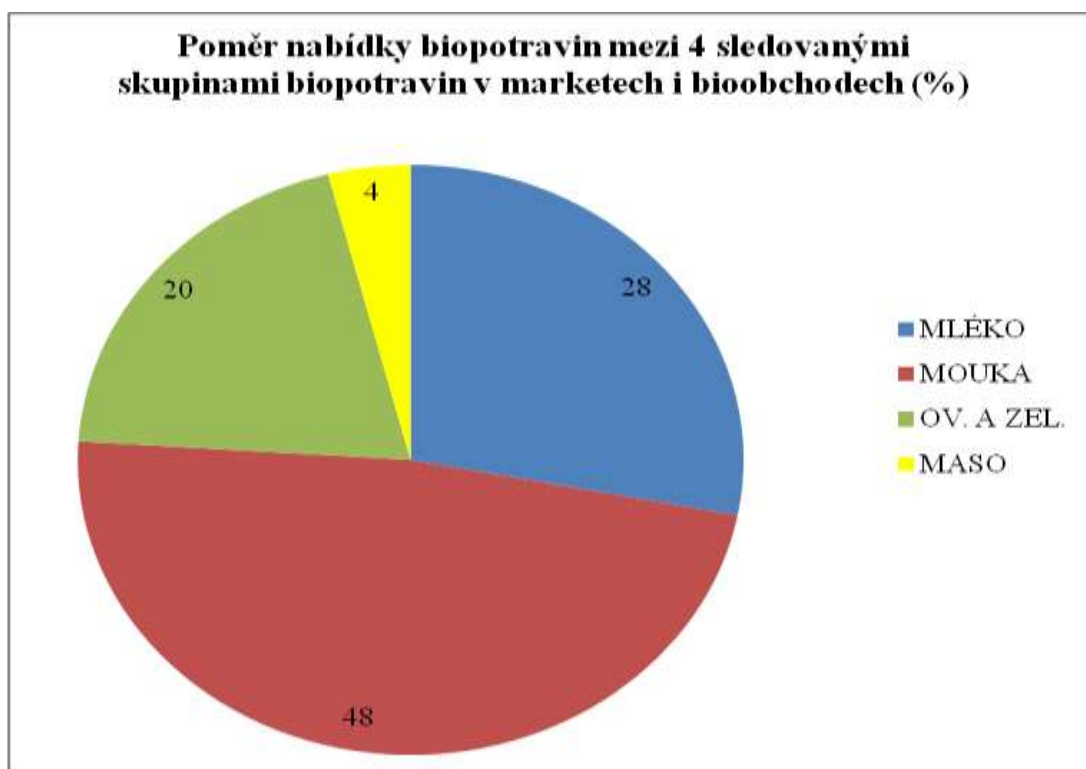
91 % (21 722 ks) bioskotu je chováno bez tržní produkce mléka. Logicky by tedy měla převažovat nabídka biohovězího masa nad biomlékem a mléčnými výrobky. Opak je pravdou. Ve většině marketů, kde ještě před dvěma lety biohovězí bylo možné koupit, již není. Zájem zákazníků o dražší biomaso je velice malý. Dokonce tak malý, že se ho v marketech nevyplácí prodávat. Biomaso bylo možné zakoupit v jednom marketu a v jednom bioobchodě na objednávku. Lze konstatovat, že se chované počty zvířat (především skotu) v jižních Čechách projevují v minimální míře v marketech a bioobchodech. Biomaso tvořilo pouze 4 % ze všech 4 sledovaných skupin biopotravin (graf č. 15). Důvodů je několik. Biofarmáři preferují prodej ze dvora, který je ekonomicky výhodnější i pro zákazníky. V marketech je mnohdy biomaso tak předražené, že pro zákazníka není lukrativní si ho koupit. Někteří biofarmáři maso vyváží do zahraničí, kde je lépe cenově ohodnoceno.

Bioovoce a zelenina zaujímá 20 % ze všech 4 sledovaných skupin biopotravin (graf č. 15). 90 % bioovoce a zeleniny je dováženo. Samotné bioovoce je v jižních

Čechách pěstováno na pouhých 4,98 ha sadů. Těchto necelých 5 ha se v marketech a bioobchodech téměř nepromítne. Z ČR pocházely biojablka prodávaná pouze v několika obchodech. Biozeleniny je v jižních Čechách 31,38 ha. V nabídce marketů a bioobchodů se promítly prodejem biobrambor, biořepy a biocukety.

Biomouky jsou v obchodech nejdostupnější. Biomouka je v téměř v každém obchodě. Lze ji zakoupit v bioobchodech i v marketech. Výběr je mezi biomoukami velký, např. mouka světlá, tmavá, polosvětlá, hladká, hrubá a chlebová. Při porovnání se zbylými třemi sledovanými skupinami biopotravin tvoří biomouky 48 % z nabídky celkového sortimentu. (graf č. 15). Zavážení pečiva do bioobchodů probíhá 1x, maximálně 2x do týdne. Příčinou velkého množství českých biomouk a pečiva na trhu je vysoká obliba ekofarmářů v pěstování obilovin. V současné době je evidováno v jižních Čechách 1 698,83 ha obilovin v ekologickém zemědělství. Výměry ploch bioobilovin se budou zvyšovat. V přechodném období je evidováno 676,87 ha orné půdy. Lze usuzovat, že se produkce bioobilovin odráží na trhu s biopotravinami v jižních Čechách, protože biomouky pocházející z ČR tvoří téměř 80 % prodávaných biomouk.

Graf č. 15: Poměr nabídky biopotravin mezi 4 sledovanými skupinami biopotravin v marketech i bioobchodech (%)



5.3 Výsledky průzkumu 4 vybraných skupin biopotravin, rozdíly v sortimentu biopotravin v marketech a bioobchodech, jejich dovoz

Pro zákazníky, kteří chtějí nakupovat pouze biopotraviny, je ideální vyhledání většího bioobchodu, či zdravé výživy. Nabízený sortiment zboží je zde nejširší. Nejsou prodávány pouze základní potraviny v biokvalitě. V Bioobchodě je horší orientace, protože je zboží nahuštěno na malém prostoru. Ani v bioobchodě nejsou prodávány pouze biopotraviny. Je zapotřebí pečlivě prostudovat cenovku, na které musí být logo, označení a číslo kontrolní organizace.

V marketech je prodávané biozboží v závislosti na konkrétním dodavateli, s kterým má daný řetězec uzavřenou smlouvu. Proto jsou ve zboží značné rozdíly. V některých řetězcích jsou produkty převážně od jednoho dodavatele, v jiném jsou dodavatelé různí. Horší je v marketech i samotné vyhledávání zboží. Biovýrobky nejsou většinou prodávány pohromadě, ale jsou zařazeny do sekcí ke konvenčnímu zboží. Označeny bývají zelenou cedulkou bio, nicméně pokud jde zákazník nakupovat biovýrobky, musí pracně prohledat celý obchod. Tento problém ve specializovaných obchodech na bioprodukty odpadá.

V rámci všech bioobchodů je v jižních Čechách 70 % obchodů, kde převládá velmi slušný výběr biopotravin. 25 % specializovaných bioobchodů prodává zdravé výrobky, ale sortiment přímo biopotravin je zde velmi zúžený, často tvořící desítky kusů. V rámci všech bioobchodů je v jižních Čechách 5 % prodejen, kde je sortiment zboží velmi široký, až nepřehledný. Všechny bioobchody se potýkají s problémem minimálního místa, proto je zde zboží nahuštěno a snižuje se tak orientace mezi ním.

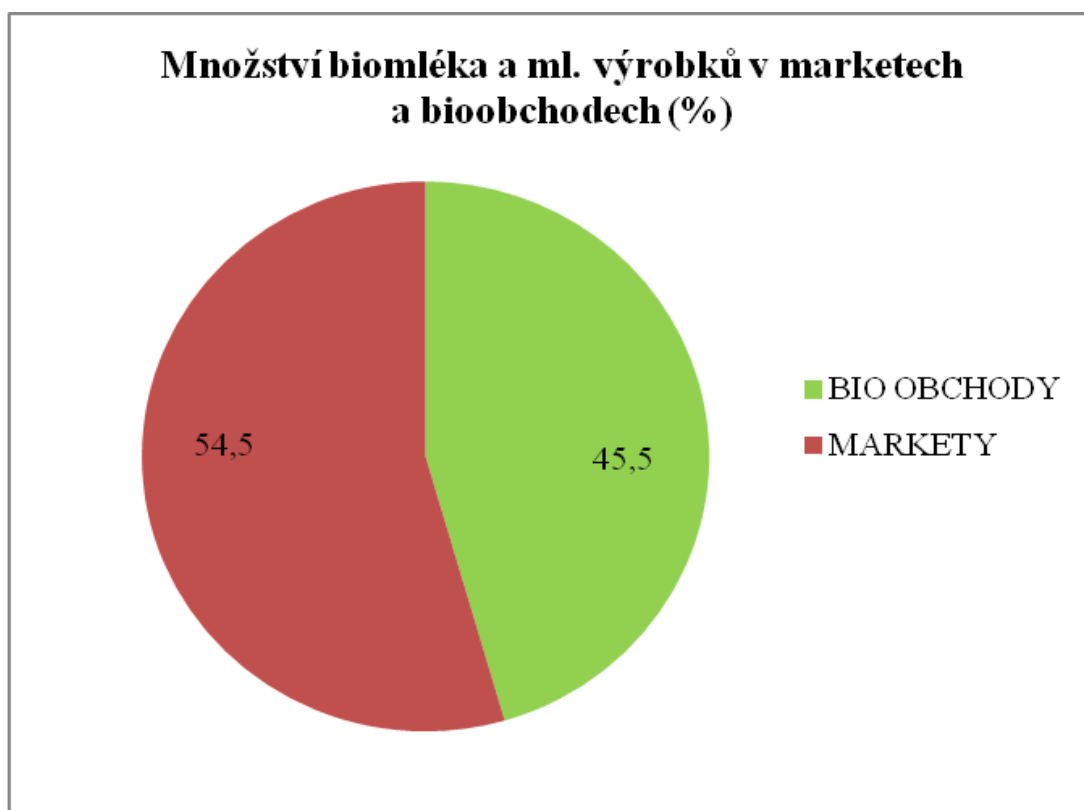
V marketech bývá zboží rovnoměrně rozloženo a orientace je tak snazší. Stačí např. vědět, jaká část obchodu je vyhrazena pro mléčné výrobky. Pokud obchod vede i biovýrobky, nacházejí se ve stejné části jako konvenční výrobky. Nevýhodou je, že zákazník musí projít celým obchodem, aby vyhledal zboží, které chce nakoupit.

Výjimkou byl největší market v Českých Budějovicích, kde byla nabídka zboží v kvalitě bio tak široká, že předčila všechny ostatní prodejny. Byl zde nejen velmi široký výběr bio potravin, ale objevovaly se zde i druhy zboží, které jinde nebylo vedeno. Příkladem je Biohanácká kyselka, která nikde jinde zaznamenána nebyla.

5.3.1 Biomléko mléčné výrobky v marketech a bioobchodech

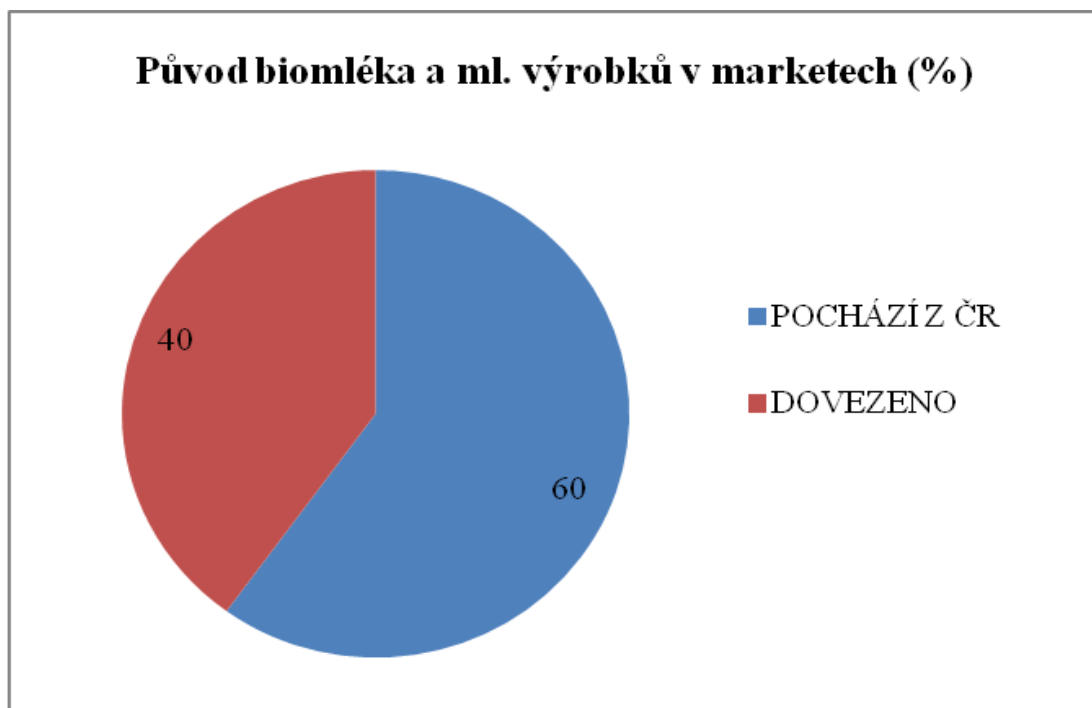
Z celkového množství biomléka a mléčných výrobků na trhu bylo 54,5 % prodáváno v marketech a 45,5 % v bioobchodech (graf č. 16). Nabídka biomléka a mléčných výrobků se tak zdá být podobná, ale ve skutečnosti jsou zde markantní rozdíly. Hlavním důvodem byly rozdílné kapacity v chladicím řízení marketů a bioobchodů. Markety disponují většími plochami, tudíž i kapacity chladicích zařízení jsou zde větší. Zboží je přehledněji uspořádáno a opatřeno značením, které upozorňuje, že výrobek je bio. Bioobchody bývají typické svou menší přehledností a nedostatečnou kapacitou pro chlazené výrobky. Někdy bývají na sobě naskládány i různé druhy mléčných výrobků.

Graf č. 16: Množství biomléka a mléčn. výrobků v marketech a bioobchodech (%)



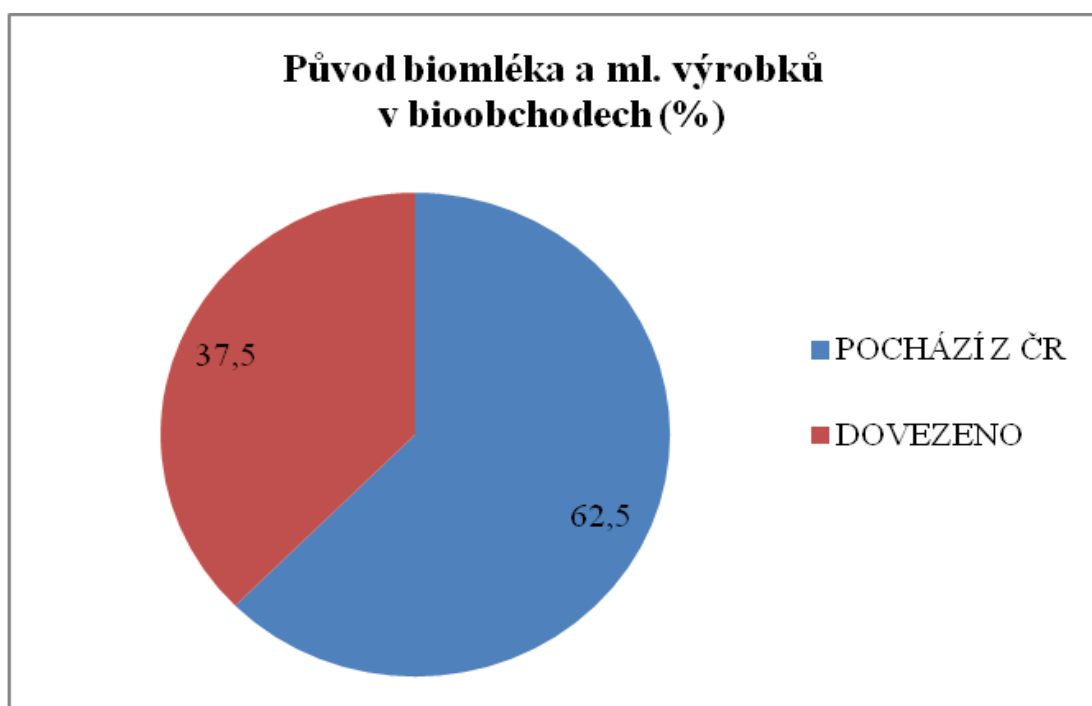
Do marketů je dováženo 60 % biomléčných výrobků a mléka (graf č. 17). Hlavním dovozcem je Rakousko a Německo. Ale i ze Slovenska, Dánska či Holandska jsou biomléčné výrobky dováženy. 40 % pak činí domácí produkce biomléka a mléčných výrobků.

Graf č. 17: Původ bioláka a mléčných výrobků v marketech (%)



V bioobchodech pochází bioláko a mléčné výrobky z 62,5 % z domácí produkce ČR. Dovoz činí 37,5 % (graf č. 18). Do jižních Čech se stalo hlavní importní zemí Německo.

Graf č. 18: Původ bioláka a mléčných výrobků v bioobchodech (%)



5.3.2 Biomaso v marketech a bioobchodech

Bio maso (především biohovězí) by mělo být jedním z bioproduktů, které na trhu s biopotravinami můžeme koupit, protože v jižních Čechách je ekologickým způsobem obhospodařováno celkem 41 224 ha půdy. Z nich 93 % tvoří trvalé travní porosty. To je 38 153,11 ha travního porostu, na kterém by měla být chována domácí zvířata. Z toho důvodu by mělo být biomasa na trhu dostatek. Opak je ale pravdou. Ze všech 30 sledovaných marketů a bioobchodů bylo možno biomaso zakoupit pouze ve dvou bioobchodech, a ještě pouze na objednávku. Prodej biomasa byl v marketu zaznamenán pouze v jednom případě. 66 % bio masa je prodáváno v bioobchodech a 34 % v marketech.

Příčin malé nabídky biomasa je mnoho:

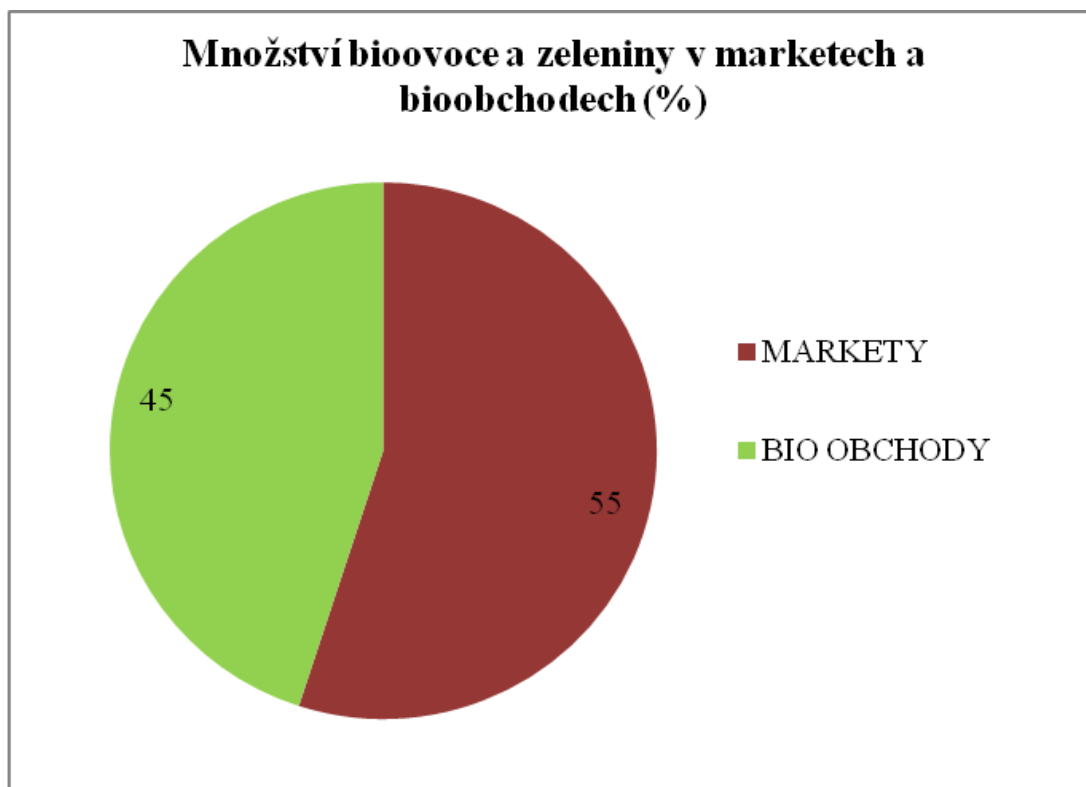
- lidé nejsou ochotni si připlatit za byt' dražší, ale kvalitnější maso
- farmáři nemohou najít odbyt pro své maso
- maso je exportováno do zahraničí
- maso se prodá jako konvenční
- farmáři upřednostňují prodej ze dvora a na trzích

Biomaso je ze sice ze 100 % původem z ČR, ale zákazník si ho téměř nemůže zakoupit.

5.3.3 Bioovoce a zelenina v marketech a bioobchodech

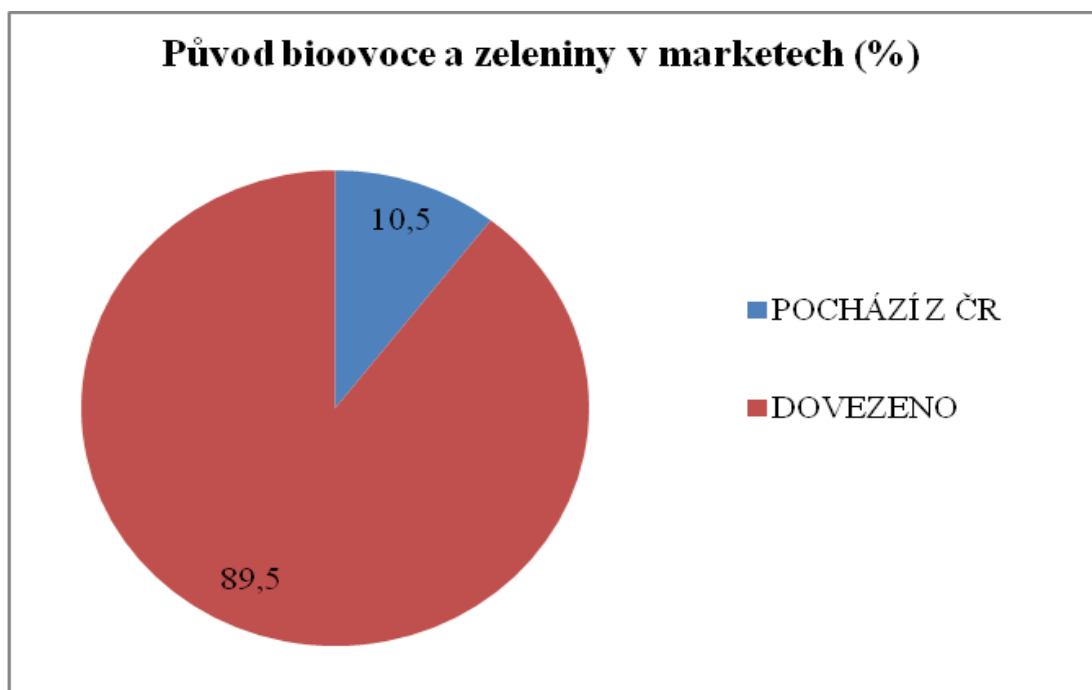
Bio ovoce a zelenina je prodávána z 55 % v marketech (graf č. 19). Ve většině marketů lze nalézt alespoň nějaké bioovoce a zeleninu. Do bioobchodů je dováženo 45 % bio ovoce a zeleniny. Na rozdíl od marketů nelze v každém bioobchodu bioovoce a zeleninu zakoupit. Pouze asi 1/3 specializovaných obchodů na biopotraviny má v sortimentu i bio zeleninu. Procentuelní podíl, který je znázorněn v grafu č. 19, zvyšují u bioobchodů tzv. zeleninové bary, kde je nabídka bioovoce a zeleniny vyšší. Z ústního sdělení ale vyplývá, že pro většinu bioobchodů se bioovoce a zeleninu nevyplácí prodávat, protože je většinou poškozena dopravou do obchodu a tím ztrácí na atraktivitě pro zákazníky.

Graf č. 19: Množství bioovoce a zeleniny v marketech a bioobchodech (%)



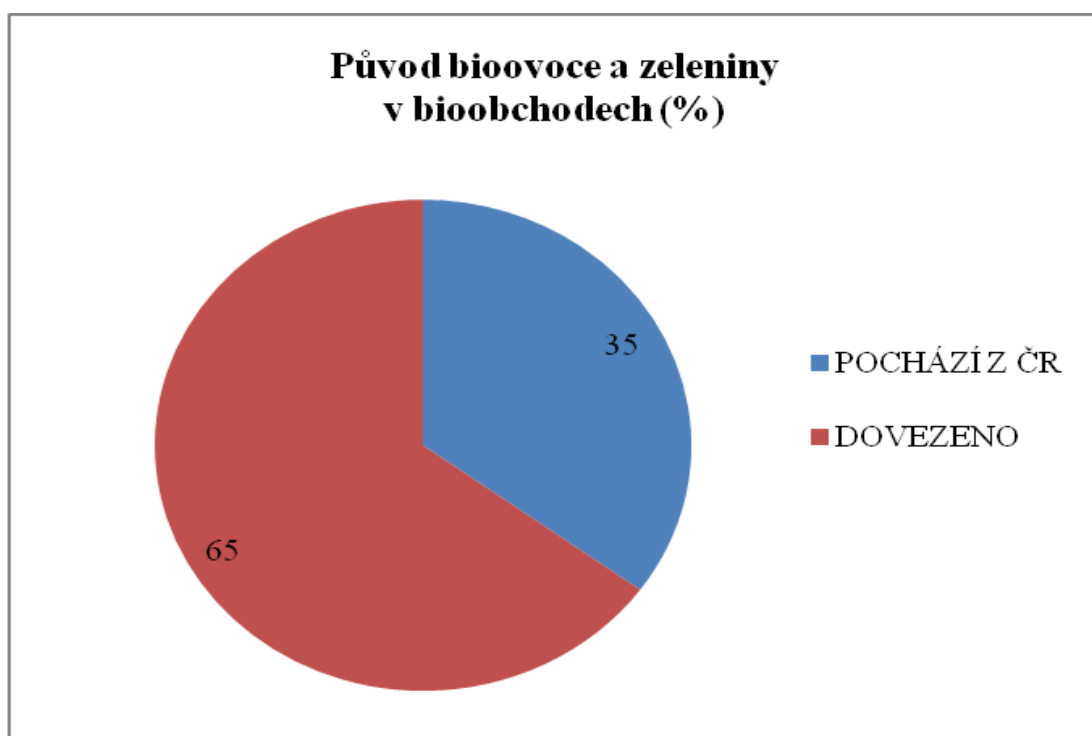
Bioovoce a zelenina je do marketů z 89,5 % dovážena (graf č. 20). Spektrum dovozních zemí je velmi široké: Argentina (jablka), Itálie (hrušky, citróny, mandarinky, jablka Gala, kiwi, pomeranče, česnek, rajčata), JAR (pomeranče), Nizozemí (okurky, cibule), Rakousko (mrkev), Španělsko (česnek), Maroko (jahody). Z ČR pochází pouze 10,5 % bio ovoce a zeleniny v marketech, cukety a řepy.

Graf č. 20: Původ bioovoce a zeleniny v marketech (%)



V bioobchodech tvoří 65 % bioovoce a zeleniny dovoz. 35 % pochází z domácí produkce (graf č. 21). Nabídka v bioobchodech je tvořena biojablky, bramborami, kořenovou zeleninou.

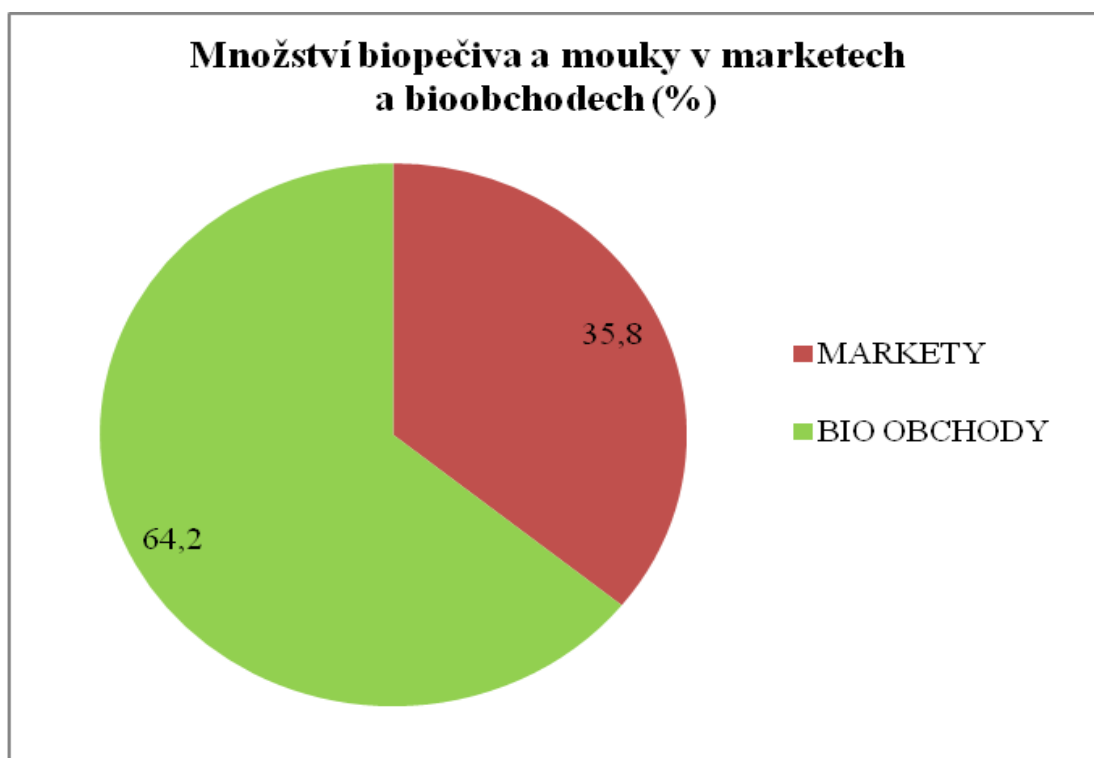
Graf č. 21: Původ bioovoce a zeleniny v bioobchodech (%)



5.3.4 Biopečivo a mouka v marketech a bioobchodech

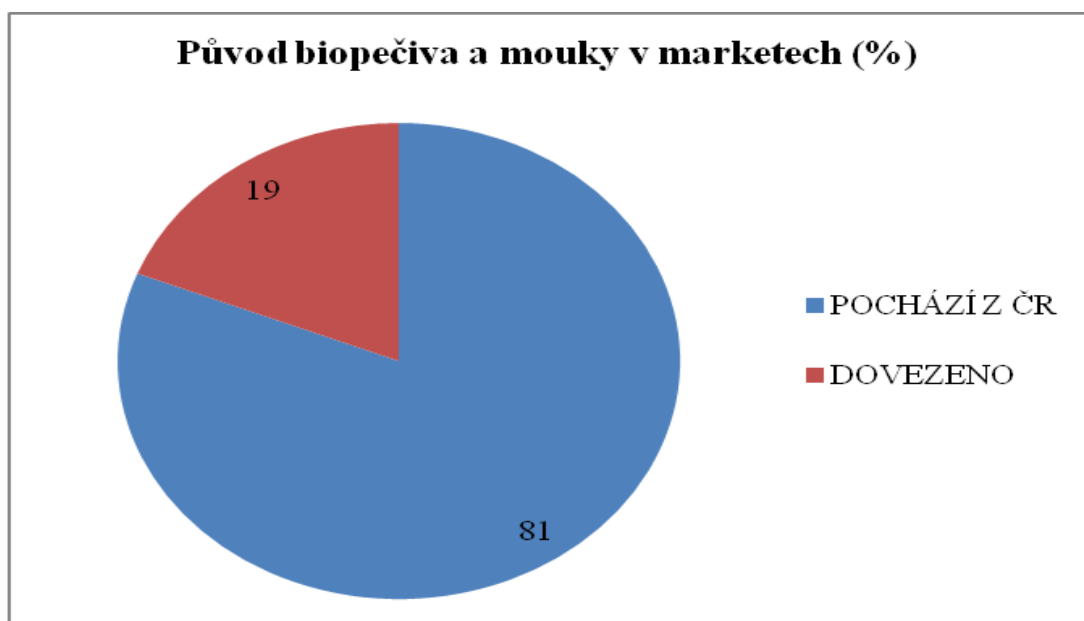
Z celkového množství prodáváného biopečiva a biomouky lze 35,8 % nalézt v marketech a 64,2 % v bioobchodech (graf č. 22). V marketech je prodáváno pečivo spíše balené, v bioobchodech čerstvé. Je na výběr mezi sladkým i slaným pečivem, rohlíky a chleby. Zavážení pečiva do bioobchodů probíhá 1x, maximálně 2x do týdne. Biomouka je v téměř v každém obchodě. Vybrat si zákazník může mezi moukami světlými, polosvětlými, tmavými, hladkými, hrubými a chlebovými.

Graf č. 22: Množství biopečiva a mouky v marketech a bioobchodech (%)



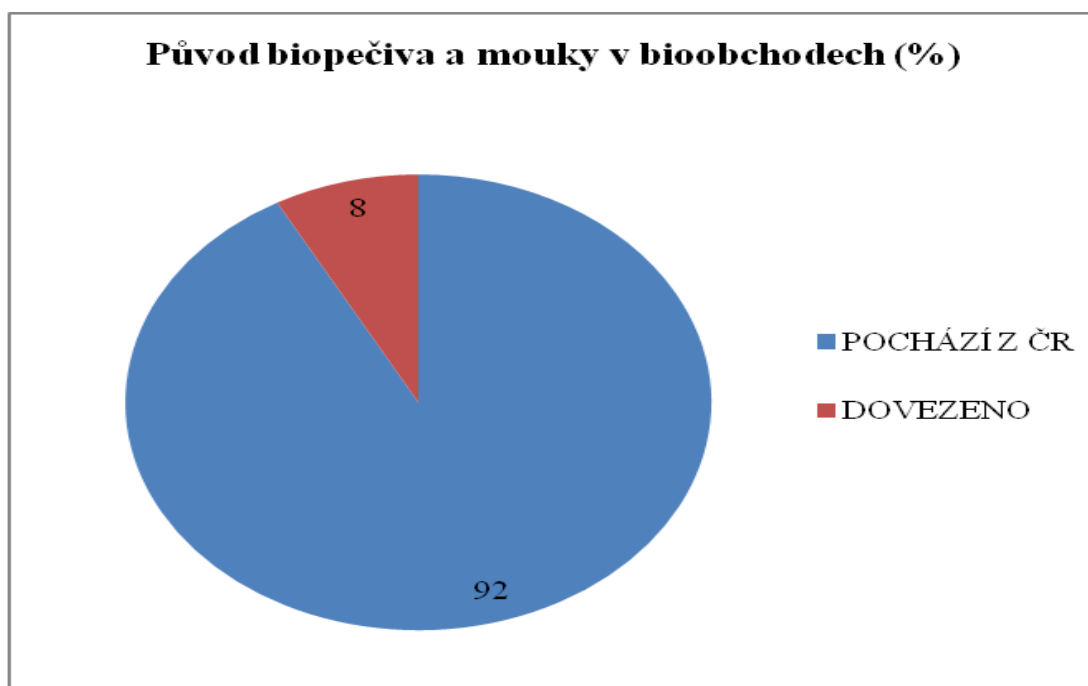
V marketech tvoří 19 % biopečivo a mouka z dovozu a 81 % pochází z ČR (graf č. 23). Hlavními importními zeměmi jsou Německo, Rakousko a Slovensko.

Graf č. 23: Původ biopečiva a mouky v marketech (%)



Do bioobchodů je dovážena biomouka pouze z 8 % (graf č. 24). Hlavním dovozcem je Slovensko. Tuzemské biopečivo a biomouka činí v bioobchodech 92 %. Pěstování obilí je v ČR velmi hojné, proto se to projevuje i v nabídce, kde česká biomouka, vyrobená z českého bio obilí, dominuje. Orná půda v ekologickém zemědělství jižních Čech zaujímá 7 % (3 074,48 ha) z celkových ploch (41 224 ha), obhospodařovaných ekologickým způsobem.

Graf č. 24: Původ biopečiva a mouky v bioobchodech (%)



5.4 Země dovozu biopotravin

Dovoz biopotravin do jižních Čech činí 52 %. Existuje několik důvodů, proč markety a bioobchody nejsou zaplněny českými biopotravinami. Objektívním důvodem je, že ekologičtí zemědělci nemají produkční kapacity potřebné k pravidelnému zásobování marketů a bioobchodů. Subjektivním důvodem je to, že ekologičtí farmáři chtějí vytvořit vztah mezi zákazníkem a místem, kde bioprodukt byl vyroben. Zákazník se začne zajímat o kvalitu a původ potravin, které jí (Horáková, 2012).

Z monitoringu v obchodech vyplývá, že 11,2 % všech biopotravin je do jižních Čech importováno z Itálie (graf č. 25). Z Itálie jsou dováženy biotěstoviny, oleje, většina rýže, vína a většina ovoce a zeleniny.

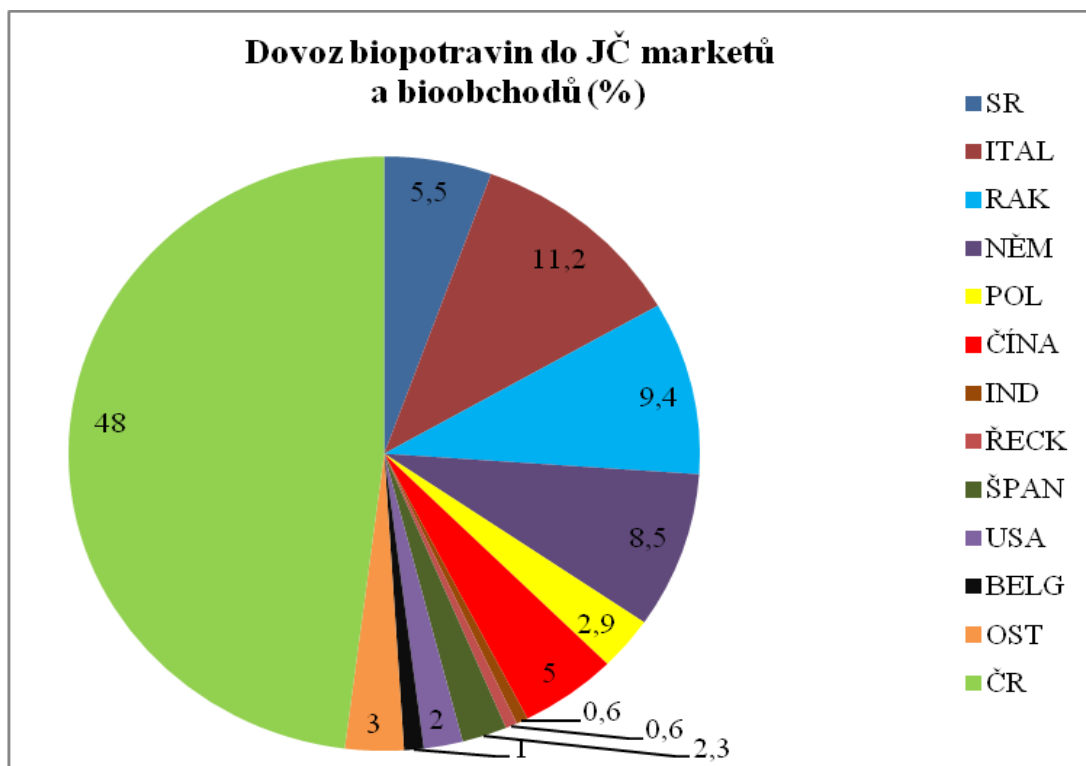
9,4 % biopotravin je dováženo z Rakouska. Jsou to hlavně bioobiloviny, koření, mléčné výrobky a mléko, nápoje a sladkosti.

Z Německa je dováženo 8,5 % biopotravin, hlavně bionápoje, mléko a mléčné výrobky, sladkosti, ale i např. oleje.

Ze Slovenské republiky pochází 5,5 % biopotravin. Jsou dováženy zejména biomouky, těstoviny, obiloviny, ale i mléko, ovoce a luštěniny.

5 % biopotravin je dováženo z Číny. Čína dominuje v dovozu bioluštěnin, který činí 45 % z celkové nabídky bioluštěnin na trhu.

Graf č. 25: Země importu biopotravin do jihočeských marketů a bioobchodů (%)



6. Diskuse

Dle Moudrého (2007e), je v ČR málo rozvinut trh s biopotravinami vzhledem k úzkému sortimentu domácích biopotravin a vysokým cenám dovážených biopotravin. Tvrzení Moudrého z roku 2007 se ukázalo z části stále pravdivé. Na druhou stranu se ale biopotraviny stávají čím dál více oblíbenějším nákupním artiklem. Hlavní překážkou pro spotřebitele je vyšší cena biopotravin. Je nutné si ale uvědomit, že cenovým rozdílem přispíváme k ochraně krajiny, v níž se produkty pěstují, a k pohodě a spokojenosti hospodářských zvířat, jež jsou v ekologickém zemědělství chována. Úzký sortiment biopotravin je dnes již diskutabilní. Je jasné, že biopotravin je v marketech oproti konvenčním potravinám minimum. Spotřebitel biopotravin má však na výběr ve specializovaných obchodech. Další velmi perspektivní možností nákupu biopotravin je prodej ze dvora. Samotným farmářům je bližší dodávat zboží do menších bioprodejen či ho prodávat ze dvora. Vzniká tak vztah mezi prodejcem a zákazníkem, kdy kupující vidí, kde byl produkt pěstován či chován. Správnost mého úsudku potvrzují Střeleček, Kollár, Lososová (2002), kteří tvrdí: „pro úspěšný rozvoj konkurenceschopné environmentálně šetrné zemědělské výroby je nezbytná aktivní státní podpora zemědělství zaměřeného na zemědělskou produkci, a na zajišťování údržby krajiny a dalších environmentálních služeb“. Jinými slovy je nutnost si uvědomit, že krajina živí celé lidstvo. Proto nelze krajinu vykořisťovat a pouze využívat, ale je nutné ji chránit a vážit jí, protože hodnota služeb, které nám poskytuje, je nesmírná.

Již v roce 1994 bylo jasné, že zájem o pěstování a zpracování bioproduktů bude narůstat (Prugar, 1994). Prognózy se splnily a zájem roste. Specializované obchody potřebují větší prostory prodejen a sortiment se rozšiřuje. Oblibu biopotravin ale zpomaluje další fakt - „ukázalo, že problémem ekologického zemědělství není ani tak vypěstovat jako prodat“ (Vohralík, 1994). Tam, kde se farmář rozhodne založit ekofarmu, musí být jeho prvotní zájem o půdní a klimatické podmínky krajiny a v návaznosti na to (poptávka hraje také nezanedbatelnou roli) si vybírá druh pěstované plodiny. Existuje tedy předpoklad, že vybrané plodině se zde bude dařit, pokud nezanedbá pečlivou přípravu půdy, prevenci a kontrolu růstu pěstované plodiny apod. Pěstování plodiny nebude činit takový problém, jako plodinu následně prodat jako BIO produkt. Jednou z příčin problémů s prodejem biopotravin je dle Moudrého (2007e) malá osvěta ve výživové oblasti a malá vzdělanost lidí. Při

konzultaci s konzumenty mnohdy stačí, pokud se dozví, že se jedná o biopotravinu a že má vyšší cenu. Bioproduktům nevěří a domnívají se, že to je podvod. To vypovídá o nevzdělanosti v tomto směru. V rámci osvěty o ekologickém zemědělství jsou konány různé semináře, informace jsou i na internetu. Nejefektivnější je praktická návštěva na ekofarmě, kde ekologický přístup každý vidí. Existují určité skupiny populace, které upřednostňují nakupování biopotravin.

V roce 2005 Šarapatka uvádí, že typickým českým spotřebitelem biopotravin je žena ve věku 35 – 45 let s dětmi, která absolvovala minimálně střední školu a žije ve městě. Poptávkou po biopotravinách se stará o své zdraví i zdraví celé rodiny. Dnes jsou stále častěji biopotraviny populární mezi matkami. V bioobchodech nakupují např. mladé páry, lidé, kteří se snaží žít zdravě, a sportovci, kteří mají lepší pocit péče o sebe samého. Pokud si chce zákazník koupit biopotravinu, musí pečlivě číst obal produktu. Biopotraviny se označují číslem kontrolní organizace a logem biopotravin.

Z výzkumu vyplynulo, že v bioobchodech, ale i v marketech jsou i mírně matoucí a zavádějící potraviny. Produkt vypadá na první pohled jako biopotravina, ale při bližším ohledání zde chybí logo a číslo kontrolní organizace. Tyto potraviny mají zelené etikety, které jsou typické pro biopotraviny. Obal potravin je matoucí nejen svým zbarvením, ale většinou i obrázky, dokonce nápisem bio nebo eko. Zákazník na první pohled může usoudit, že tento produkt je biopotravina, a zakoupit něco, co nechce.

Označení vnukne zákazníkovi funkční užitek, životní styl, typickou vlastnost, garanci kvality (Václavík, 2008). Existují normy, přesně dané zákonem, jak má být biopotravina označena a jak s ní zacházet. Tato velmi přísná pravidla, která fungují u biopotravin, ať již při pěstování, výrobě nebo distribuci, by měla být zakotvena i pro konvenční potraviny. I u produktů konvenčního zemědělství by bylo jasné, jak by měly vypadat. Potřelo by se tak riziko záměny zboží při nakupování. Druhým pozitivním faktem by bylo to, že by se ekologičtí zemědělci měli jak bránit proti výrobcům, kteří by se mohli ať chtěně, či nechtěně přiživovat na možné záměně s jejich výrobky.

Z pohovoru s vedoucími pracovníky marketů není záměna zboží nic neobvyklého. Hojně se stává, že si zákazník splete biopotravinu s konvenční a při placení nákupu

nastávají problémy, zboží je vráceno apod. Je to způsobeno lidskou nepozorností a tím, že zákazníci nesledují, co kupují. Na něco neobvyklého je pak upozorní vyšší cena bioproduktu. Vůbec si neuvědomují, že za vyšší cenu je možné koupit si kvalitnější produkt, a raději sáhnou po nejlevnější konvenční potravíně, která je svou kvalitou úplně jinde.

Přes 60 % biopotravin je prodáno v super a hypermarketech, dalších 30 % biopotravin je prodáno prostřednictvím prodejen zdravé výživy a specializovaných bioprodejen (Šarapatka a kol., 2005). Myslím si, že toto procentuelní zastoupení je stále aktuální. Při dotazování bylo zjištěno, že v menších marketech není odbyt biopotravin tak velký. Často se prodají jen díky záměně s konvenčním zbožím. Naopak v největších řetězcích, které profitují a mohou si dovolit i široký sortiment biopotravin, lidé kupují i biopotraviny. Nejnáročnější je v jižních Čechách sehnat biomaso. V řetězcích, kde ještě před dvěma lety bylo v prodeji, již dnes není, nebo si ho lze pouze objednat. Sortiment nabízených biopotravin ve specializovaných bioprodejnách se rozšiřuje a náročný zákazník zde má větší možnost výběru.

S rostoucím počtem obyvatel stoupá i spotřeba potravin (Klír, 1997), proto by trendem mělo být zvyšování produkce konvenčních potravin i biopotravin. Veřejné rozpočty směřují do ekologického zemědělství, protože je výrazně nákladnější než zemědělství konvenční (Kouřilová a kol., 2009). Každý by si měl uvědomit, co se pod vyšší cenou za bioprodukt skrývá. Je tam započtena cena šetrného hospodaření. V chovu zvířat je v ceně zahrnut důstojný život zvířat, v němž nejsou potlačovány jejich přirozené projevy a potřeby. Tyto nadstandardy, které farmáři svým zvířatům poskytují, jsou náročnější na péči. Proto je cena bioproduktu vyšší. Je zapotřebí zaplatit větší úsilí, které zemědělci na biofarmách musejí vynaložit.

Proč by si měl zákazník biopotravinu koupit? Nelze striktně říci, že biopotravina je zdravější. Výzkumy ukazují, že v některých případech skutečně může obsahovat zdraví prospěšné látky, které produkty konvenčního zemědělství neobsahují. Jen kvůli tomu ale nelze tvrdit, že jsou biopotraviny zdravější. Bioprodukt se odlišuje svou kvalitou zpracování a výroby. Lidé u biopotravin vyhledávají další přidané hodnoty, jako český či regionální původ, společenské aspekty produkce a distribuce a chuťové vjemy (Veselá, 2010). Beze sporu velmi cenné na biopotravinách je to, že zákazník ví, kde a jak byly suroviny na výrobu produktu pěstovány. Za zdůraznění stojí podmínky, v nichž jsou chována zvířata na biofarmách. Trendem moderní doby

je mít vše, co nejrychleji a ve velkém. Velkochovy se staly lukrativním byznysem. Chovaná zvířata zde mají minimální prostor na pohyb a přirozené projevy chování. Osobně jsem zastáncem toho, aby byl chovaným zvířatům dopřán důstojný život. O to se chovatelé v ekologickém zemědělství snaží.

V roce 2007 prodávaly 57 % ekologických produktů mezinárodní konvenční maloobchodní řetězce (Willer and Yussefi, 2007). Dnes je nabídka biopotravin rozšířena do všech hypermarketů, supermarketů. Pozitivem je snadný přístup všech zákazníků k biopotravinám. Sortiment prodávaných biopotravin však není tak široký, jak si poptávka po nich žádá.

7. Závěr

Cílem diplomové práce bylo zmapovat v jižních Čechách trh s biopotravinami a zjistit jejich původ a obrat. Mapování biopotravin probíhalo v 15 marketech a 15 bioobchodech. Výsledkem byl výpočet procentuelního zastoupení českých biopotravin na jihočeském trhu, zjištění největšího dovozce biopotravin a porovnání obratu biopotravin s produkcí v jižních Čechách.

Zájem o biopotraviny se zvyšuje. Na jihočeském trhu s biopotravinami činí zastoupení tuzemské produkce 48 %. Nepotvrdila se hypotéze, která stanovovala minimálně 50 % českých biopotravin v marketech a bioobchodech. 52 % biopotravin je dováženo. Největším dovozcem biopotravin pro jižní Čechy je Itálie. Z Itálie je dováženo 11,2 % biopotravin. Jedním z důvodů nutnosti dovozu biopotravin je vysoké množství zatravněných ploch u nás. Některé podniky mají více než 80 % zatravněných ploch. Zatravnění má za následek vypěstování méně bioproduktů.

Dvěma dalšími největšími dovozci bylo Rakousko a Německo. Z Rakouska je dováženo 9,4 % biopotravin a z Německa 8,5 %. Díky tomu, že dle průzkumu je z Itálie dováženo o 1,8 % více biopotravin než z Rakouska (o 2,7 % více než z Německa), se nepotvrdila ani druhá hypotéza, ve které byl předpokládán největší dovoz biopotravin z Rakouska.

Biomaso je prodáváno se 100 % českým původem v marketech i bioobchodech. Jeho zakoupení je však problém. Biomaso měl v nabídce pouze jeden market a jeden bioobchod. Nákup biomasa byl možný pouze na objednávku. Několik bioobchodů a jeden market, měly v prodeji uzeniny (např. Bio uherák). Chov skotu pro produkci biohovězího masa by v ČR mohl být rentabilní. Pro rentabilní využití kapacit TTP, které máme, musí mít podnik vhodný marketing, ale ten je pro některé zemědělce problémem.

V prodeji biomléka a mléčných výrobků byla zaznamenána větší poptávka než v minulých letech. Poptávka se projevila zvýšením podílu českých mléčných výrobků na trhu s biopotravinami. 62 % biomléčných výrobků pochází z ČR. Při porovnání s výzkumem, který byl proveden Eliškou Chytráčkovou v roce 2010 je zřejmé zvýšení produkce a prodeje biomléčných výrobků. Zastoupení českých biomléčných výrobků bylo 45 % v roce 2010. Prodej českých mléčných výrobků se

tedy za 2 roky zvýšil o 17 %. Největšími dovozci bio mléka jsou Německo (22 %) a Rakousko (22 %). U mléčných výrobků je největším importérem Rakousko, ze kterého je dováženo 15 % biomléčných výrobků a Slovensko, odkud je dováženo 12 % mléčných výrobků.

Biomouka a pečivo pocházejí ze 78,5 % z ČR. 21,5 % biomouky je dováženo ze Slovenska. Téměř 80 % zastoupení české biomouky na trhu je způsobeno tím, že pěstování obilí je v ČR velmi oblíbené. Proto se to projevuje i v nabídce, kde česká biomouka, vyrobená z českého bioobilí, dominuje. Orná půda v ekologickém zemědělství jižních Čech zaujímá 7 % (3.074,48 ha) z celkových ploch (41.224 ha), obhospodařovaných ekologickým způsobem.

Pouze 10 % bioovoce a zeleniny pochází z ČR. Hlavním dovozcem byla Itálie, ze které bylo dovezeno 50 % bioovoce a zeleniny. Z Nizozemí bylo dovezeno 10 % a ze Slovenska, Rakouska, Jihoafrické republiky, Argentiny, Španělska a Maroka bylo dovezeno po 5 % bioovoce a zeleniny. Bioovoce a zelenina byla prodávána z 55 % v marketech. Z ústního sdělení vedoucích bioobchodů vyplývá, že prodej bioovoce a zeleniny není pro ně lukrativní. Minimální prodávané množství se nevyplácí dovážet. Problém je, že díky dopravě ztrácí zelenina vizuální přitažlivost pro zákazníka a často je problém s jejím prodejem. Výjimkou jsou zeleninové bary, jejichž živnost je založena na prodeji biozeleniny. Zde si lze vybrat mezi kvalitním bioovocem a zeleninou.

V bioobchodech je v rámci 4 hlavních skupin biopotravin prodáváno: 66 % biomasa (34 % v marketech), 45,5 % biomléka a mléčných výrobků (54,5 % v marketech), 45 % bio ovoce a zeleniny (55 % v marketech) a 64,5 % bio mouk a pečiva (35,5 % v marketech). Z těchto výsledků vyplývá, že širší sortiment biopotravin mají bioobchody než markety. Tím byla potvrzena hypotéza, ve které je tvrzeno, že nejširším sortimentem biopotravin disponují specializované bioobchody.

Pozitivně bylo vyhodnoceno prodávané množství českých biomlék, mléčných výrobků a biomouky. U biomléka a mléčných výrobků pocházejících z ČR bylo zjištěno, že jejich množství se na jihočeském trhu zvyšuje. Díky podpoře Mze, se zvýšilo množství biomlék a mléčných výrobků na jihočeských pultech za poslední 2 roky o 17 %. Pěstování obilovin je klasickou tradiční doménou českých zemědělců. Proto i v ekologickém zemědělství je oblíbené a plochy orné půdy, na nichž je

pěstováno bioobilí se stále zvětšují. Díky tomu je v marketech a bioobchodech téměř 80 % bioobilí a biomouk českého původu. Lze říci, že bioprodukty vypěstované v jižních Čechách se projeví i v nabídce marketů a bioobchodů.

Zklamáním bylo biomaso, bioovoce a zelenina. U těchto dvou skupin byl zaznamenán diametrálně opačný problém. V jižních Čechách je dostatek TTP, na kterých by bylo ideální chov hospodářských zvířat, pro produkci biomasa v ekologickém zemědělství, uskutečnit. Dotační tituly jsou nastaveny tak, že někteří zemědělci chovají minimum zvířat tak, aby dotaci pobírali, ale zároveň byl pro ně chov snadný a „bezúdržbový“. Malá poptávka v marketech a bioobchodech způsobuje, že prodej biomasa je zde velmi malý. Odbyt biofarmáři preferují ze dvora, či do zahraničí. U českého bioovoce a zeleniny je opačný problém. Plochy, na nichž jsou pěstovány, jsou nedostatečné. Proto byl původ bioovoce a zeleniny byl pouze z 10 % český. Nelze říci, že by se produkce bioovoce, zeleniny a biomasa v jižních Čechách nějakým zásadním způsobem odrážela na pultech marketů a bioobchodů.

Z výzkumu vyplynulo několik nedostatků, které s prodejem biopotravin bezprostředně souvisejí. Existují biopotraviny, z jejichž obalu nelze zjistit, odkud pocházejí. Je možné, že biopotravina pro zákazníky, kteří netuší, odkud biopotravina pochází, může ztratit atraktivitu. Z obalu je možné zjistit pouze informace o distributorovi a označení např. „produkt EU/mimo EU“. S takovým označením je možné se setkat např. u některých biočajů.

Nedostatkem byla malá ochota pracovníků marketů podávat informace o biopotravinách, které měli v sortimentu prodávaných potravin. Příčinou je špatné zaslíbení pracovníků marketů. Zákazník očekává znalost výrobku a popř. radu jak s biopotravinou nakládat. V marketu lze očekávat pouze informaci o úseku v obchodě, ve kterém se biopotravina nachází. Při dotazování se na množství prodaných biopotravin jsem se setkala s neochotou a odmítavými postoji. Na druhou stranu je velmi pozitivní, že jsou biopotraviny prodávány i v marketech. Rozšířila se tak nabídka biopotravin všem zákazníkům, ne pouze těm, kteří biopotraviny vyhledávají v bioobchodech.

V bioobchodech, ale i v marketech byly matoucí a zavádějící potraviny. Produkty vypadaly na první pohled jako biopotravina, měly zelené etikety, které jsou typické

pro biopotraviny. Obal potravin byl matoucí nejen svým zbarvením, ale většinou i zobrazenými symboly, které jsou typické pro biopotraviny. Po prostudování obalu bylo zjištěno, že chybí loga a čísla kontrolní organizace a tudíž se o biopotraviny vůbec nejednalo. Větším a závažnějším prohřeškem prodejců jsou potraviny, na kterých je před názvem potraviny použito slovo „bio“ nebo „eko“, ale na obalu chybí logo a označení kontrolní organizace. Jedná se o klamání společnosti a takové výrobky by se vůbec neměly dostat na trh.

Méně dostupné jsou v marketech a bioobchodech biopotraviny české kvality jako uzeniny, chlazené lahůdky, paštiky a nápoje.

Seznam použité literatury

ANONYM 1. Bio jako zdravý životní styl. In: *BIO portál* [online]. 2011 [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.bioportal.cz/clanek/vyhody-i-rizika-ohledne-bio/>

COUNTRY LIFE [online]. 2011 [cit. 2011-08-14]. *Bio a zdravý životní styl*. Dostupné z WWW: <http://www.countrylife.cz/poslani-a-filozofie>.

ČESKO. Zákon č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. *Sbírka zákonů České republiky*, 2000, s. 1-23. Dostupný z: <http://smtp.pro-bio.cz/icea/pro-bioweb.nsf/dd5cab6801f1723585256474005327c8/0b5a6ae24f6c51414125695b0038cc5d?OpenDocument&ExpandSection=-1>.

DOSTÁLEK, P. (1994). *S citem pěstované, s citem zpracované*. In *České biopotraviny*. Praha, Obchodní tiskárny Hořovice. Kapitola 10, s. 90-96.

Drinkwater, L. E., Wagoner, P., Sarrantonio, M. (1998): *Legume-based cropping systems have reduced carbon and nitrogen losses*. *Nature* 396, S. 262-264.

GIANNAKAS, K. Information Asymmetries and Consumption in Organic Food Product Markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics*. 2002, roč. 50, č. 1. Dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1744-7976.2002.tb00380.x/abstract>

HAŠLOVÁ J., SCHULZOVÁ V. (2006). *Porovnání produktů ekologického a konvenčního zemědělství*. Ústav zemědělských a potravinářských informací, Praha, s. 23.

HORÁKOVÁ, Sylva. Kvalitní bioprodukty na českém trhu. In: *Tisková zpráva PRO-BIO Svazu ekologických zemědělců* [online]. 2012 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: http://www.pro-bio.cz/cms/ms_files/09YBUQCY1748.pdf

CHYTRÁČKOVÁ, Eliška. *Struktura, zpracování a odbyt bioprodukce v Jižních Čechách*. České Budějovice, 2010. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích.

JACKSON, W., BERRY, W., COLMAN, B. (1984): *Meeting the Expectations of the Land*. San Francisco, North Point Press.

KALINOVÁ, J. a kol. (2007): *Posklizňová úprava, skladování a zpracování rostlinných bioproduktů*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 26 s.

KLÍR, J. (1997): *Setrvalé zemědělství*. Praha, Ústav zemědělských a potravinářských informací, s. 5-15.

KONVALINA, P. a kol. (2007): *Právní normy a dotace v ekologickém zemědělství*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 38 s.

KOUŘILOVÁ, J., PŠENČÍK, J., KOPTA, D. (2009): *Dotace v zemědělství z hlediska komplexního pohledu a s přihlédnutím k ekologickému zemědělství*. Brno, FINAL TISK s.r.o. Olomučany, s. 97.

MÄDER, P., FLIESSBACH A., DUBOIS, D., GUNST, L., FRIED, P. (2002): *Soil Fertility and Biodiversity in Organic Farming*. Science Vol. 296, Issue 5573.

METODICKÝ POKYN pro ekologické zemědělství. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 1996. 67 s.

MICHELSEN, J., HAMM, U., WYNEN, E., ROTH, E. (1999): *The European Market for Organic Products: Growth and Development*. Stuttgart – Hohenheim, s. 64.

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR. Bio mléko. In: *BIO MLÉKO* [online]. 2009 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://www.bio-mleko.cz/>

MOUDRÝ, J. a kol. (1994): *České biopotraviny*. Praha, Obchodní tiskárny Hořovice, 197 s.

MOUDRÝ, J. (1997): *Bioprodukty*. Praha, Institut výchovy a vzdělání Ministerstva zemědělství ČR, 37 s.

MOUDRÝ, J. a kol. (2007a): *Základní principy ekologického zemědělství*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 39 s.

MOUDRÝ, J. a kol. (2007b): *Ekologické zemědělství*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 219 s.

MOUDRÝ, J. a kol. (2007c): *Konverze na hospodaření a projektování ekologických farem*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 56 s

MOUDRÝ, J. a kol. (2007d): *Kontrola, certifikace a poradenství bioprodukce*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 50 s.

MOUDRÝ, J. a kol. (2007e): *Analýza ekologického hospodaření na orné půdě*. České Budějovice, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 30 s.

NEUERBURG, W., PADEL, S. (1994): *Ekologické zemědělství v praxi*. Praha, Ministerstvo zemědělství ČR, s. 49-52.

OFFERMANN, F., NIEBERG, H. (2000): *Economic Performance of Organic Farms in Europe*. Stuttgart, University of Hohenheim, s. 20-40.

PADEL, S., LAMPKIN, N. (1994): *Farm-level Performance of Organic Farming Systems*. Wallingford, CAB International, s. 201.

PETR, J. a kol. (1992): *Ekologické zemědělství*. Praha, Zemědělské nakladatelství Brázda, s. 274 – 279.

PIORR, A., WERNER, W. (1998): *Nachhaltige landwirtschaftliche Produktionssysteme im Vergleich*. Frankfurt, VerlagsUnion Agrar, s. 28.

PREUSCHEN, G. (1991): *Die landwirtschaftliche Nutzung von Wassereinzugsgebieten*. Dürkheim, Stiftung ökologische Landbau, s. 19-25.

PRO - BIO [online]. 2011 [cit. 2011-03-23]. *První český výrobce biopotravin*. Dostupné z WWW: <<http://www.probio.cz/>>.

PRO-BIO LIGA. Obsahují bio sladkosti cukr?. In: *Magazín zdraví* [online]. 2009 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://www.magazinzdravi.cz/obsahuji-bio-sladkosti-cukr>

PRUGAR, J. (1994). *Biopotraviny – Nová kvalita*. In *České biopotraviny*. Praha, Obchodní tiskárny Hořovice. Kapitola 9, s. 76-90.

Schäfer, M. (1999): *The contributions of a regional industrial sector toward quality of life and sustainable results*. Indicators and preliminary results. Diskussionspapier Nr. 126 am Artec Forschungszentrum Nachhaltigkeit, Bremen.

STOLZ, P., WEBER, A., STRUBE, J. (2005): *Auswertung der Pestizidgehalte von Lebensmitteln ökologischer und nichtökologischer Herkunft des deutschen Marktes im Zeitraum 1994-2002*. Qualitätsforschung, Fulda GmbH, 70 Seite.

STŘELEČEK, F., KOLLÁR, J., LOSOSOVÁ, J. (2002): *Economic results of agricultural companies in production and marginal areas in the year 2000*. Agricultural economics: zemědělská ekonomika, s. 433 – 436.

SVOBODA, E. (1999). *Nové přístupy v řešení rozhodovacích procesů v řízení podniku*. In *Vytváření ziskového zemědělství-Precizní zemědělství*. Praha, HART PRESS Otrokovice. Kapitola 6, s. 42-44.

ŠARAPATKA, B., URBAN, J. a kol. (2005): *Ekologické zemědělství 2. díl*. Šumperk, PRO - BIO, 333 s.

ŠARAPATKA, B. a kol. (2006): *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk, Reprotisk s. r. o., 502 s.

ŠARAPATKA, B. a kol. (2008): *Zemědělství a krajina – cesty k vzájemnému souladu*. Olomouc, Univerzita Palackého v Olomouci, 271 s.

TRNKA, F. (1999). *Mezipodniková konkurence a spolupráce*. In *Vytváření ziskového zemědělství-Precizní zemědělství*. Praha, HART PRESS Otrokovice. Kapitola 5, s. 33-41.

UCHINO, H., IWAMA, K., JITSUYAMA, Y. et al. (2011): *Stable characteristics of cover crops for weed suppression in organic farming systems*. Plant Production Science, July, vol. 14, no. 1, p. 75-85.

URBAN, J., ŠARAPATKA, B. a kol. (2003): *Ekologické zemědělství 1. díl*. Praha, Ministerstvo životního prostředí ČR, 280 s.

URBAN, J. (1994). *Z pole až na stůl*. In České biopotraviny. Praha, Obchodní tiskárny Hořovice. Kapitola 13, s. 113-125.

VÁCLAVÍK, Tom. Jsou pro nás bio potraviny lepší?. In: *Bio-info* [online]. 2009 [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/jsou-pro-nas-biopotraviny-lepsi>

VESELÁ, Iva. Biopotraviny - pro a proti. In: *Bio-Life* [online]. 2008 [cit. 2012-03-30]. Dostupné z: <http://www.bio-life.cz/clanky/bio/biopotraviny---pro-a-proti.html>

VESELÁ, Iva. Biovíno po templářsku. In: *Bio-Life* [online]. 2010 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://www.bio-life.cz/clanky/bio/biovino-po-templarsku.html>

VESELÁ, Iva. Růst trhu s biopotravinami loni výrazně zpomalil. In: *Bio-Life* [online]. 2010 [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://www.bio-life.cz/clanky/bio/rust-trhu-s-biopotravinami-loni-vyrazne-zpomalil.html>

VOHRALÍK, M. Biopotraviny nemohou sedávat v koutě. *BIO měsíčník pro trvale udržitelný život*, duben 2011, roč. 4, č 10, s. 3.

VOHRALÍK, M. (1994). *Návštěva v prvním českém biomlýně*. In České biopotraviny. Praha, Obchodní tiskárny Hořovice. Kapitola 11, s. 96-99.

VOHRALÍKOVÁ, M. BIO chceme, ale jde o neoceněnou starost navíc. *BIO měsíčník pro trvale udržitelný život*, červen 2011, č 6, s. 8.

WILLER, Helga a YUSSEFI, Minou. *The World of organic Agriculture* [online]. 2007 [cit. 2012-04-08]. Dostupné z: <http://www.env-edu.gr/Documents/The%20world%20of%20organic%20agriculture.pdf#page=52>

ZANOLI, R., GAMBELLI, D. (1999): *Output and Public Expenditure Implications of the Development of Organic Farming in Europe*. Stuttgart – Hohenheim, s. 19.

Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1: Povolené a zakázané prostředky v ekologickém zemědělství

Tabulka 2: Zákonem povolené a zakázané postupy zpracování bioproduktů

Graf č. 1: Země původu bio čajů

Graf č. 2: Země původu biokoření

Graf č. 3: Země původu bioluštěnin

Graf č. 4: Země původu biomléka

Graf č. 5: Země původu biomléčných výrobků

Graf č. 6: Země původu biomouky

Graf č. 7: Země původu bionápojů

Graf č. 8: Země původu bioobilovin

Graf č. 9: Země původu bioolejů

Graf č. 10: Země původu bioovoce a zeleniny

Graf č. 11: Země původu biorýže

Graf č. 12: Země původu biosladkostí

Graf č. 13: Země původu biotěstovin

Graf č. 14: Země původu biovín

Graf č. 15: Poměr velikosti nabídky biopotravin mezi sledovanými skupinami biopotravin v marketech i bioobchodech (%)

Graf č. 16: Podíl biomléka a ml. výrobků v marketech a bioobchodech

Graf č. 17: Původ biomléka a mléčných výrobků v marketech

Graf č. 18: Původ biomléka a mléčných výrobků v bioobchodech

Graf č. 19: Podíl bioovoce a zeleniny v marketech a bioobchodech

Graf č. 20: Původ bioovoce a zeleniny v marketech

Graf č. 21: Původ bioovoce a zeleniny v bioobchodech

Graf č. 22: Podíl biopečiva a mouky v marketech a bioobchodech

Graf č. 23: Původ biopečiva a mouky v marketech

Graf č. 24: Původ biopečiva a mouky v bioobchodech

Graf č. 25: Země importu biopotravin do jihočeských marketů a bioobchodů

Seznam zkratek

BELG – Belgie

BOLÍV – Bolívie

ČR – Česká republika

DÁN – Dánsko

FILIP - Filipíny

FR – Francie

HOL – Holandsko

IND – Indie

ITAL – Itálie

KAN – Kanada

MADAG – Madagaskar

MAROK – Maroko

NĚM – Německo

NIZ – Nizozemí

PÁK – Pákistán

POL – Polsko

RAK – Rakousko

RUS – Rusko

SR – Slovenská republika

ŠPAN – Španělsko

THAJ – Thajsko

TUR – Turecko

UKR – Ukrajina

USA – Spojené státy americké