



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

## **Diplomová práce**

# **Distribuce farmářské produkce - bedýnky**

Vypracovala: Bc. Mirka Průšová

Vedoucí práce: doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

České Budějovice 2016

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2014/2015

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Bc. Mirka PRŮŠOVÁ  
Osobní číslo: E15717  
Studijní program: N6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodní podnikání  
Název tématu: Distribuce farmářské produkce - bedýnky  
Zadávací katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

### Zásady pro vypracování:

#### Cíl práce:

Cílem práce je identifikovat subjekty zapojené do distribuce prostřednictvím bedýnek a provést průzkum zkušeností s touto formou prodeje. Dále pak vymezit postoj spotřebitelů k tomuto způsobu prodeje.

#### Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Identifikace zapojených podnikatelských subjektů
3. Dotazníkové šetření: subjekty zapojené do systému bedýnek
4. Spotřebitelský průzkum
5. Formulace závěrů

#### Rámcová osnova:

1. Úvod. Cíl práce (hypotézy - pokud jsou s ohledem na zvolené téma potřebné).
2. Přehled řešené problematiky (literární rešerše).
3. Metodika.
4. Řešení a výsledky, případně diskuse.
5. Závěr.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**  
Rozsah pracovní zprávy: **60 - 80 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**  
Seznam odborné literatury:


**Robinson, J.M., & Hartenfeld, J.A. (2007).** *The Farmers' Market Book: Growing Food, Cultivating Community.* Bloomington: Indiana University Press.  
**Kozel, R., Mynářová, L., & Svobodová, H. (2011).** *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu.* Praha: Grada Publishing.  
**Schiffmann, L.G., & Kanuk, L.L. (2004).** *Nákupní chování.* Brno: Computer Press.  
**Vysekalová, J., Tomek, I., Kotyzová, P., Jurášková, O., & Juříková, M. (2011).** *Chování zákazníka. Jak odkrýt tajemství černé skříňky.* Praha: Grada Publishing.  
**Wells, V., & Foxall, G. (eds.) (2012).** *Handbook of Developments in Consumer Behaviour.* Edward Elgar Pub.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Kamil Pícha, Ph.D.**  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání diplomové práce: **16. ledna 2015**  
Termín odevzdání diplomové práce: **30. dubna 2016**

  
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.  
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (26)  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.  
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2015

## Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou/diplomovou práci jsem vypracoval/a samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

.....

Bc. Mirka Průšová

## **Poděkování**

Hlavní poděkování patří vedoucímu mé diplomové práce doc. Ing. Kamilu Píchovi, Ph.D. za vedení, podněty, připomínky a cenné rady, které mi ochotně poskytoval při zpracování této práce. Dále bych ráda poděkovala distributorům farmářských bedýnek, kteří mi věnovali svůj drahocenný čas a ochotně mi poskytli informace o provozu jejich systému.

# Obsah

<b>1. Úvod</b> .....	3
<b>2. Cíle a hypotézy</b> .....	4
2.1. Cíle práce .....	4
2.2. Výzkumné otázky .....	4
2.3. Pracovní hypotézy .....	4
<b>3. Literární přehled</b> .....	5
3.1. Potravinová suverenita .....	5
3.2. Alternativní potravinové systémy .....	6
3.3. Krátký dodavatelský řetězec .....	6
3.3.1. Krátký potravinový řetězec .....	7
3.4. Vývoj trhu v České republice .....	8
3.5. Udržitelný rozvoj .....	9
3.5.1. Udržitelná spotřeba a výroba .....	10
3.6. Ekologické zemědělství .....	11
3.7. Rodinné zemědělství .....	12
3.8. Lokální potraviny .....	13
3.9. Komunitou podporované zemědělství .....	14
3.10. Bedýnkový systém .....	15
3.10.1. Výhody a nevýhody pro spotřebitele .....	18
3.10.2. Výhody a nevýhody pro farmáře .....	19
<b>4. Materiál a metody</b> .....	21
<b>5. Výzkumná část</b> .....	23
5.1. Průzkum mezi distributory .....	23
5.2. Průzkum mezi spotřebiteli .....	36
5.3. Syntéza dat .....	50
5.3.1. Vyhodnocení stanovených hypotéz .....	50
5.3.2. Vyhodnocení výzkumných otázek .....	53
<b>6. Návrhová část</b> .....	54
<b>7. Závěr</b> .....	56
<b>I. Summary</b> .....	58
<b>II. Seznam pramenů a použité literatury</b> .....	59

- III. Seznam tabulek a obrázků**
- IV. Seznam příloh**
- V. Přílohy**

# 1. Úvod

Významný vliv na potravinové sítě mají v současné době globální procesy, které zapříčiňují vzájemné vzdalování producentů potravin se spotřebiteli. Globální procesy výrazně změnili uspořádání potravinového systému i na regionální úrovni, bohužel díky těmto procesům zaniká provázanost a závislost lokálních farmářů na místním obyvatelstvu a takový stav se stává trvale neudržitelný. Tato situace, přispívá k neudržitelnému způsobu hospodaření, protože dochází ke škodám na životním prostředí a k závislosti na neobnovitelných zdrojích. Také ke špatnému zdravotnímu stavu chudších obyvatel, kteří nemají dostatek finančních prostředků na pořízení kvalitních a čerstvých potravin,

Naštěstí si lidé uvědomují, že ke zdravému životnímu stylu, který se v posledních letech stává běžnou součástí života, patří čerstvé, kvalitní potraviny nebo biopotraviny. Mění se pozvolna přístup ke spotřebě, lidé dbají na místo původu a na kvalitu potravin. Skladba potravin také zaznamenala pozitivní změny, v dnešní době lidé jedí více ovoce, zeleniny a dbají o své zdraví.

Alternativní potravinové systémy obnovují téměř zaniklou tradici přímého prodeje lokální farmářské produkce bez jakýchkoli zprostředkovatelů. V posledních letech lze spatřovat nárůst nových potravinových sítí, které mohou přispět ke komplexnímu řešení rozvoje produkce lokálních zemědělských výrobků v regionu. Alternativní potravinové systémy jsou úzce spjaty s krátkým dodavatelským řetězcem, za který lze považovat takový způsob dodání výrobku, kdy mezi zemědělcem a konečným spotřebitelem je maximálně jeden mezičlánek. Poptávka obyvatelstva po místních potravinách napomáhá k rozvoji regionálních alternativních systémů, které postupně sblížují spotřebitele se zemědělci. Obyvatelé daného regionu tak přispívají k rozvoji místního udržitelného zemědělství a k podpoře menších producentů. Další výhodnou alternativních potravinových systémů je vzájemný vztah mezi lokálními producenty a místními obyvateli, který se zakládá na společné důvěře.

Jednou z forem tohoto systému jsou farmářské bedýnky, které se v 60. letech začaly poprvé objevovat ve Švýcarsku a v Německu. Od té doby se rozšiřují po celém světě a v posledních letech si svojí popularitu získaly i v českých domácnostech. Bedýnky, které jsou plněny ovocem, zeleninou nebo jinými produkty od místních farmářů, se staly součástí životního stylu mnoha lidí po celém světě. Jedná se o netradiční způsob nakupování, kdy pro spotřebitele je každá bedýnka tak trochu překvapením, její složení záleží na přírodě a na ročním období, proto je pokaždé jiná.



## **2. Cíle a hypotézy**

### **2.1.Cíle práce**

Hlavním cílem práce je identifikovat subjekty zapojené do distribuce prostřednictvím bedýnek a provést průzkum zkušeností s touto formou prodeje. Dále pak vymežit postoj spotřebitelů k tomuto způsobu prodeje.

### **2.2.Výzkumné otázky**

Výzkumné otázky, které budou ověřeny v závěru práce, byly stanoveny:

- 1) Jaké složení bedýnek spotřebitelé upřednostňují?
- 2) Jaké složení bedýnek distributoři nejčastěji nabízejí?
- 3) Která skupin spotřebitelů nakupuje bedýnky nejčastěji?
- 4) Jsou bedýnky dodávány spotřebitelům v průběhu celého roku?
- 5) Umožňují distributoři odběratelům, aby si bedýnky mohli sestavit sami?

### **2.3.Pracovní hypotézy**

Hypotézy, které budou v závěru této práce na základě zjištěných dat vyvráceny nebo potvrzeny, byly stanoveny následující:

- 1) Spotřebitelé, kteří nakupují bio potraviny, mají větší tendenci si objednávat biopotraviny i do bedýnek.
- 2) Cena, kterou jsou spotřebitelé ochotni zaplatit za bedýnky je závislá na průměrném hrubém měsíčním příjmu jejich domácnosti.
- 3) Prodejci si bedýnky distribuují sami bez zapojení jiné distribuční firmy, pokud je akční rádius rozvozu maximálně do 30 km od sídla společnosti.
- 4) Intervaly dodávek bedýnek koncovým zákazníkům jsou závislé na ceně bedýnek.
- 5) Existuje závislost mezi tím, jak prodejci vnímají budoucnost bedýnkování a zvyšujícím se počtem jejich odběratelů.
- 6) Frekvence objednávání bedýnky závisí na počtu členů respondentovi domácnosti.

### 3. Literární přehled

#### 3.1. Potravinová suverenita

V roce 2007 světové hnutí NYELENI (European food sovereignty movement) definovalo potravinovou suverenitu. Toto vymezení pokládá potravinovou suverenitu za právo lidských společenství na zdravé a kulturně vhodné potraviny, produkované pomocí environmentálně příznivých a udržitelných přístupů, a také za právo těchto společenství definovat vlastní potravinové a zemědělské systémy. Důležité je, že požadavky na trh kladou ti, kdo potraviny produkují, distribuují a spotřebovávají a ne veřejná politika a potravinové systémy. Potravinová suverenita hájí zájmy a myslí na začlenění a spokojenost příští generace, také poskytuje strategii, jak se nepoddát současnému korporátnímu obchodnímu potravinovému systému.

Za prioritní považuje tento systém místní a národní ekonomiky trhy a zplnomocňuje drobné zemědělce, rodinné farmy, místní rybáře a pastevce a také pokládá za důležitou produkci, distribuci a spotřebu potravin založenou na environmentální, sociální a ekonomické udržitelnosti. Je zde také upřednostňován transparentní obchod, který garantuje důstojný příjem všem. Spotřebitelům garantuje kontrolu nad svou vlastní výživou a nad potravinami, které jedí a producentům potravin práva na využívání a správu jejich půdy, území vody, osiva, dobytka.

Potravinová suverenita zahrnuje skutečné právo na potraviny a produkci potravin, je zastáncem toho, že všichni lidé mají právo na bezpečné, nutričně bohaté potraviny, které odpovídají místní kultuře. Také mají právo na zdroje potřebné pro produkci potravin a na zajištění individuálního i společenského udržitelného životního stylu. Dalším důležitým faktem je, že tento systém upřednostňuje práva lidí a společenství na potraviny a jejich produkci nad zájmy trhu.

V době globalizace, kdy společnost spěje čím dál tím více k individualismu a nedůvěře, potravinová suverenita směřuje naopak k socializaci, vytváření odolných společenských vazeb založených na vzájemné důvěře, spravedlnosti, solidaritě a především k rozhodování na demokratických principech. Tento trend přináší nové sociální vztahy, které nejsou ovlivňovány utlačováním, nerovnostmi mezi muži a ženami, mezi národy nebo etnickými skupinami, či sociálními vrstvami a generacemi.

Potravinovou suverenitu lze považovat za širší hnutí, jehož součástí je komunitou podporované zemědělství, díky němuž se do systému našeho obstarávání potravin vrací solidarita, spolupráce a partnerství. (The Golan Theme, 2011)

### 3.2. Alternativní potravinové systémy

Pokud budeme členit cesty, prostřednictvím kterých se ke spotřebitelům dostávají potraviny, lze je členit na tyto základní cesty: **konvenční**, cesty za které lze považovat nákup v běžném obchodě a více či méně **alternativní cesty**.

Alternativní cesty v menší míře doplňují chybějící funkce konvenčních přístupů, jejich nevýhodou je, že jsou ceny produktů vyšší, je zde sezónní omezení a také vyšší organizační a časová náročnost. Robinson (2008) hodnotí tyto cesty jako potravinové systémy, při kterých dochází k vylučování prostředníků v potravinovém řetězci a produkce, zpracování, distribuce a následná konzumace potravin se odehrává v rámci jednoho regionu. Hinrichs (2000) popisuje lokální potravinové systémy, jejichž výhodou je relativně krátká cesta vyprodukovaných potravin přes producenta ke spotřebiteli, a to díky užším společenským vztahům mezi zemědělcem a spotřebitelem. Tento fakt nevnímá jen z geografického pohledu.

V posledních letech vidíme nárůst nových potravinových sítí, které se liší od konvenčního modelu zemědělsko-potravinových sítí. Alternativní potravinové sítě reorganizují vztahy mezi producenty a spotřebiteli a rovněž pomáhají venkovským oblastem a rozšiřují se po celé Evropě. (Venn & kol., 2006)

Alternativní potravinové sítě se začaly více rozvíjet z důvodu toho, že se spotřebitelé začali více zajímat o ekologie, své zdraví a rostla jejich nedůvěra v kvalitu potravin produkovaných industriálním zemědělstvím. Dalším podmětem byl výskyt nemocí a epidemií, které byly způsobeny závadnými potravinami a ovlivnili také přístup Evropské unie na ochranu a bezpečnost potravin a potravinových řetězců.

Cílem alternativních cest je snaha obejít globální distribuční sítě při nákupu nebo prodeji potravin. Za tyto cesty lze považovat farmářské trhy, komunitou podporované zemědělství, distribuce bedýnek, komunitní městské zahrady a farmy, školní farmy, zahrádkářské osady a samozásobitele, potravinová družstva, přímý prodej produktů koncovým spotřebitelům, faremní zpracování produktů, hnutí slow food. (Knowles, T., Moody, R. & McEachern, M., 2007)

### 3.3. Krátký dodavatelský řetězec

Krátký dodavatelský řetězec je úzce spjatý s alternativními potravinovými systémy. V dnešní době jsou dodavatelské řetězce čím dál tím delší a komplikovanější, často nastává situace, kdy výrobek obletí celý svět, než se dostane do rukou

spotřebitele. Do dodavatelského řetězce jsou většinou zapojeny desítky společností a roste riziko, že jedna součást řetězce udělá chybu a celý systém zkolabuje. Paradoxní je na této situaci to, že čím jednodušší je dodavatelský řetězec, tím rychlejší a flexibilnější firma je. (Chlupatý, 2014)

Za krátký dodavatelský řetězec lze považovat takový způsob dodání výrobku, kdy mezi zemědělcem a prodejcem tohoto výrobku konečnému spotřebiteli, je maximálně jeden mezičlánek, tím může být např. zpracovatel, či zprostředkovatel. Za nejkratší dodavatelský řetězec lze považovat přímý prodej od původního výrobce až ke konečnému spotřebiteli.

Krátké dodavatelské řetězce mohou přinášet různé výhody pro zemědělce, pokud dojde ke snížení počtu podniků zapojených do dodavatelského řetězce, mohou výrobci zvýšit svůj podíl na konečné ceně potravin. Mohou také přidat hodnotu jejich vlastním produktům a diverzifikovat jejich podniky. Pokud jsou prvovýrobci začlenění do dodavatelských řetězců, může to posílit jejich konkurenční schopnost na trhu. Finanční úsporu lze promítnout i do ceny produktu, kdy konečný zákazník zaplatí nižší cenu. Další výhodou je jednoznačné určení místa původu dané suroviny. (Evropská síť pro rozvoj venkova, 2014)

Alternativní způsoby prodeje snižují počty článků v krátkodobém dodavatelském řetězci, snižují vzdálenost mezi zemědělcem a spotřebitelem a přivádí producenty blíže ke konzumentům. Těmito způsoby mohou být farmářské trhy a tržišť, komunitou podporované zemědělství, spotřebitelská nákupní sdružení, bedýnky, přímý prodej z farmy. (Slow food, 2012)

### **3.3.1. Krátký potravinový řetězec**

Za významnou podmnožinu krátkých dodavatelských řetězců lze považovat krátké potravinové řetězce, které mohou uspokojit stoupající poptávku spotřebitelů po čerstvých, zdravých, kvalitních potravinách identifikovatelného původu. Tyto potravinové řetězce mohou nabídnout čerstvé potraviny spotřebitelům ve městech a spotřebitelům, kteří mají nízké finanční příjmy. Další výhodou je, že dokáží ušetřit „potravinové míle“, energii a využití fosilních paliv a tím pomáhají chránit životní prostředí a bojují proti změně klimatu. Také mohou vytvářet nová pracovní místa. (Palánová, 2015)

S krátkým potravinovým řetězcem jsou spojeny i určité obtíže pro zemědělce, malí farmáři nemusí mít dostatek dovedností nezbytných k prodeji a zvládnání

diverzifikované činnosti. Další nevýhodou je nedostatek finančních zdrojů nezbytných k úhradě svého podílu na investicích. Infrastruktura na venkově, ale i ve městech na trzích, kde farmáři chtějí prodávat svou produkci, může být nedostatečná k tomu, aby farmáři mohli prodávat nebo přepravovat své potraviny. (Dower, n.d.)

Krátké dodavatelské řetězce jsou zapojeny i do programu rozvoje venkova na aktuální období 2014 až 2020, ale i v předchozím období 2007 až 2013 byly podporovány. Z důvodu toho, že drobní zemědělci představují zásadní aktivum pro Evropu a malá hospodářství a krátké potravinové řetězce, představují životně důležitou součást budoucnosti evropského zemědělství. V aktuálním období tohoto programu je kladen důraz nejen na zvýšení efektivity výroby, ale i na zkrácení dodavatelských řetězců. Jsou zvýhodněny projekty zaměřené na zkrácení dodavatelského řetězce v rámci lokálních trhů, tím je podpora zacílena také na produkci regionální potravin. (Enders, 2014)

### **3.4. Vývoj trhu v České republice**

Před rokem 1989 byla skladba českých jídelníčků založena především na klasické české kuchyni, teda převládal velký podíl masa a obilovin a stagnovala poptávka po zelenině. Po sametové revoluci došlo k mnohým kvantitativním a kvalitativním změnám, trend zvyšující se poptávky po masu a zanedbávání zeleniny se zcela zvrátil. Lidé, kteří byli dlouhé roky omezeni v nákupním rozhodování centrálně plánovaným hospodářstvím, si s rozšiřující nabídkou zboží rychle osvojili konzumní chování podobné nákupním trendům v západních zemích. Celkovou spotřebu potravin ovlivnily převážně ekonomické změny. Hlavní faktory byly vývoj spotřebitelských cen potravin, nepotravinářské služby, nabídka a dostupnost výrobků na trhu ve vztahu k rozvoji distribuční sítě, reklama, propagace a zdravotní osvěta. (Kolářová & Hradil, 2003)

V 90. letech docházelo k diferenciaci zemědělské výroby, podniky zaměřující se na zemědělskou produkci měnily jak svojí velikost, tak i strukturu. Změnila se struktura vlastnictví, v restitucích byla navracena půda původním majitelům. Také se zvýšil počet farem, ale docházelo k snížení jejich rozlohy. (Galerie Gymjil, nedatováno)

Také se na našem trhu objevili první ekologičtí zemědělci, kteří začali pěstovat zeleninu a ovoce „bez chemie“. Vznikala první sdružení bio zemědělců a skutečné biopotraviny se objevily na našem trhu v roce 1993. Až roce 2007 biopotraviny zažily na našem trhu boom, spotřebitelé v tomto roce za biopotraviny utratili neuvěřitelné 1,3 miliardy korun, oproti předchozímu roku se obrat trhu zvýšil o 70 %. V rámci stredo-, a

východoevropských podmínkách se můžeme pyšnit rozrostlou sítí prodejen zdravé výživy s bohatým sortimentem biopotravin.

V roce 2007 se zrodil nápad znovu obnovit na území České republiky farmářské trhy, oproti tomu v zahraničí tento způsob prodeje čerstvých potravin běžně fungoval. V roce 2009 byl uskutečněn úplně první obnovený farmářský trh v pražských Klánovicích s výhradně českou produkcí. Úspěch tohoto obnoveného trhu odstartoval vznik dalších trhů jak ve městech, tak na venkově. V dnešní době na našem území jsou farmářské trhy provozovány více než na 2 000 místech. (Český farmářský trh, 2011)

Komunitou podporované zemědělství se v České republice začalo rozvíjet až v posledních letech. V roce 2009 vzniklo první sdružení - Komunita podporujme svého sedláka Toulcův Dvůr. Vznik této skupiny byl iniciován organizací PRO-BIO LIGA společně s ekologickým pěstitel zeleniny Karlem Tachecím z Budyně nad Ohří. V dalších letech se začali přidávat další zemědělci, např. v roce 2010 Komunita dvora Vyšíněk, v roce 2013 bylo zapojeno v tomto systému 7 farmářů. Významným impulsem pro bedýnkování bylo založení internetového webu v roce 2010 s názvem bedynky.cz. V současné době bedýnkování provozuje na našem území kolem 120 bedýnkových družstev. (Kolářová, 2013)

Zvyšující se popularita čerstvých, lokálních potravin nebo biopotravin mezi českými spotřebiteli vypovídá o tom, že mění přístup ke spotřebě. Skladba potravin došla k pozitivním změnám z hlediska zdravotního, společnost začala jíst více ovoce, zeleniny a ryb. Lidé dbají na místo původu a na kvalitu potravin, které jedí. Čeští lidé jsou bohatší a čím dál tím více náročnější. Roste poptávka po nových a dostupných produktech, lidé více dbají o své zdraví, mají zvýšený zájem o zdravý životní styl a kvalitu potravin. (Kušková, 2009)

### **3.5.Udržitelný rozvoj**

Termín udržitelnost se stal kritériem různých aspektů lidské činnosti v 90. letech minulého století, lze říci, že má více charakter morálního principu než přesnou definici. Obecně formulovaný koncept udržitelného rozvoje byl stanoven v roce 1987 Světovou komisí pro životní prostředí a rozvoj (WCED) Korčák (1991, p. 47) „*Trvale udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který naplňuje základní životní potřeby současných generací, aniž by ohrozil schopnost budoucích generací naplňovat jejich vlastní potřeby*“. V roce 1992 na summitu v Riu de Janeiru přešel tento termín do širokého povědomí, udržitelný rozvoj se tak stal veřejně diskutovanou záležitostí.

V současné době se čím dál tím více v českém prostředí používá definice podle Ryndy (2003): „*Trvale udržitelný rozvoj je komplexní soubor strategií, které umožňují pomocí ekonomických nástrojů a technologií uspokojovat sociální potřeby lidí, materiální i duchovní, při plném respektování environmentálních limitů. Aby to bylo v globálním měřítku současného světa možné, je nutné nově redefinovat na lokální, regionální i globální úrovni jejich instituce a procesy.*“

Udržitelný rozvoj představuje především stabilitu, kterou hledá mezi zeměmi, různorodými společenskými kolektivy, a také dneškem a budoucností. Udržitelný rozvoj zahrnuje integraci tří pilířů a to environmentální, ekonomický a sociální pilíř, mezi kterými hledá rovněž rovnováhu. Všechny tyto tři pilíře jsou na sobě závislé, protože naplňování lidských potřeb je ekonomicky podmíněno, ale ekonomika nemůže existovat mimo společnost a její instituce a tyto dva pilíře nemůžou existovat jinak než jako součást životního prostředí. Udržitelnost je chápána jako vyváženost vývoje mezi vývojem ekonomiky, životní úrovní obyvatel a zátěží životního prostředí, hlavním cílem je, aby se vývoj v jednom pilíři nevyvíjel na úkor ostatních. (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2014)

### **3.5.1. Udržitelná spotřeba a výroba**

Udržitelná spotřeba potravin je koncept, který vychází z trvale udržitelného rozvoje. Podle ministerstva životního prostředí je udržitelná spotřeba a výroba (USV), definována jako“ *používání služeb a výrobků, které uspokojují základní potřeby společnosti a zlepšují kvalitu života, zároveň však minimalizují spotřebu přírodních zdrojů, používání toxických látek, produkci odpadů a škodlivin v průběhu celého životního cyklu služby nebo výrobku tak, aby nebylo ohroženo uspokojování potřeb budoucích generací, je jedním ze základních předpokladů pro dosažení udržitelného rozvoje*“.

V České republice byla v roce 2003 zřízena Rada vlády pro udržitelný rozvoj, která představuje poradní orgán vlády v oblasti rozvoje a strategického řízení. Tento poradní orgán vypracoval několik dokumentů např. Rámec udržitelné spotřeby a výroby, který řeší problematiku udržitelné spotřeby a výroby systematicky a aktivně s ohledem na sílící tlak na spotřebu přírodních zdrojů a zátěž životního prostředí. V dokumentu je obsaženo základních 6 priorit, které mohou přinést největší efekt v podmínkách ČR. Jednou z priorit je Místní iniciativa udržitelné spotřeby a výroby, vycházející z *potenciálu místní komunity realizovat udržitelnější vzorce spotřeby a*

výroby na základě místních cílů a sociálního kapitálu jako první. Jednotlivé programy jsou rozpracovány i na regionální úrovni, obsahují horizontální plán rozvoje venkova, decentralizovaný přístup k diverzifikaci a rozvoji zemědělství a venkova prostřednictvím lokálních programů. Proto bychom k tomuto principu mohli zařadit alternativní potravinové systémy. (MZP, 2005)

Udržitelná spotřeba a výroba vychází ze dvou základních strategií. První strategie hovoří o účinnějším využívání zdrojů, což v podstatě znamená zbytečné neplýtvání zdroji v domácnostech. Přináší zvyšování efektivnosti systému spotřeby a výroby, ale samotné zvyšování nestačí, proto je potřebná i druhá strategie. Která se odvíjí od inovací, přichází s nahrazováním vstupů, procesů, produktů, ale i požadavků způsobujících rizika a negativní dopady. Jednotlivé nástroje udržitelné spotřeby a výroby se na realizaci strategií přímo zaměřují nebo jim napomáhají. (Cenia, 2008)

Pokud budeme porovnávat mezi sebou udržitelnou spotřebu potravin a potravinovou suverenitu, která je zmíněna výše, zjistíme, že potravinová suverenita je o poznání radikálnější: (deklarace Nyeleni, 2011) *„Přesměrování nefunkčního potravinového systému bude možné pouze pomocí celkové změny orientace potravinové a zemědělské politiky a praxe. Je nezbytné přetvořit potravinový systém podle principů potravinové suverenity, zejména v Evropě, a je nutné to udělat ihned“.*

Kritické názory proudí od zastánců potravinové suverenity, kritizují kapitalistický systém a s ním související globalizované zemědělství. Odmítají potravinové systémy, které byly zredukovány do formy průmyslového zemědělství, které je ovládáno několika nadnárodními potravinářskými korporacemi. Odmítají spekulaci s cenami potravin, ničení životního prostředí a zbytečné plýtvání potravinami. Místo toho vyzdvihují spolupráci, solidaritu a produkci zdravých a cenově dostupných potravin. (Hayden, 2012)

### **3.6. Ekologické zemědělství**

Tento způsob hospodaření je jedním z prostředků udržitelného rozvoje. Ekologické zemědělství je náročný obor, který obhospodařuje půdu bez použití chemických prostředků, které mají negativní vliv na zdraví lidí a zvířat. Jedná se o systém, který dbá na ochranu přírody a krajiny a snaží se minimalizovat nepříznivé dopady na přírodní prvky a krajinu. Tato moderní forma zemědělství vyžaduje vzdělané a schopné hospodáře, kteří jsou schopni vyprodukovat vysoce kvalitní potraviny.



Tento způsob zemědělství je v Evropě i v České republice uznávaným způsobem, díky němuž ekologičtí zemědělci mohou své produkty označovat jako BIO či EKO. Ekologické zemědělství je podporováno dotacemi, které jsou většinou hlavním důvodem konverze českých zemědělců na tento způsob hospodaření. Oproti tomu ve vyspělých zemích Evropské unie, přecházejí zemědělci na tento způsob, kvůli vyšším výkupním cenám biopotravin, kvůli vyššímu zájmu spotřebitelů a možnosti přímého prodeje, které umožňují přežití i malých rodinných farem. (Ministerstvo zemědělství, 2015)

### **Přednosti ekologického zemědělství**

Ekologické zemědělství má méně negativních vlivů na životní prostředí než hospodaření konvenční, níže můžeme vidět evidentní rozdíly.

- 1) Vyšší diverzita pěstovaných plodin oproti konvenčnímu způsobu, také má ekologické zemědělství větší pozitivní vliv na ochranu přírodních prvků a na krajinu.
- 2) Ekologické zemědělství dbá více o péči a kvalitu půdy než konvenční zemědělství, na ekologicky obhospodařovaných plochách bývá vyšší obsah organické hmoty v půdě, větší oživení a vyšší biologická aktivita.
- 3) Další předností ekologického zemědělství je ochrana vodních zdrojů, tato ochrana je velmi důležitá neboť kontaminace může znamenat riziko nejen pro společnost, ale i pro živočišnou produkci a dochází k narušování vodní biocenózy.
- 4) Přispívá ke snižování klimatických změn a skleníkového efektu
- 5) Za další pozitivum lze uvést hospodárné využívání přírodních zdrojů, které je základem pro prostředí šetrného zemědělství
- 6) Poslední předností, kterou lze uvést je produkce biopotravin, které mají menší riziko zatížení produktů dusičnany a pesticidy.

(Urban & Šarapatka, 2003)

### **3.7. Rodinné zemědělství**

Rodinné zemědělství je podnik, jehož chod zajišťují rodinní příslušníci, rodina a farma jsou propojeny a kombinují své ekonomické, environmentální, reprodukční, sociální a kulturní funkce. Rodinní příslušníci nesou všechny rizika spojená s provozováním zemědělské činnosti.

Rodinné zemědělství je úzce spjato s alternativními potravinovými systémy. O tomto zemědělství lze říci, že je více než podnikáním, sice vytváří zisk, který je pro každého farmáře důležitý, ale hlavní cíl spatřuje v péči o krajinu, lidi a tradice. Důležité je, že do všech činností vkládá rodinné hodnoty, jako je solidarita, sdílení a předávání zkušeností.

Toto zemědělství je už po staletí hlavní formou produkce potravin na celém světě, generace po generaci si předávají své zkušenosti, zemědělské dovednosti a postupy na pěstování plodin. Nezastupitelný význam má také pro stabilitu lokálních ekonomik, potravinovou soběstačnost i životní úroveň na venkově, také vytváří pracovní místa a pevné sociální vazby ve venkovských oblastech. (FAO, 2014)

Rodinné zemědělství je důležité hned v několika oblastech, jedná se o základní pilíř udržitelné produkce potravin a potravinové suverenity. Další pozitivní vliv má na přírodní a kulturní dědictví, rodinné zemědělství pečuje o krajinu a udržuje biodiverzitu. Také dbá na zachování starých odrůd rostlin a plemen zvířat přizpůsobených na místní podmínky. Napomáhá k ekonomické stabilitě, protože plno domácností na celém světě jsou závislé na tomto typu zemědělství. Také je velkým zaměstnavatelem pro muže a ženy na venkově. (Potravinová suverenita, 2014)

### **3.8. Lokální potraviny**

Lokální potraviny nebo také místní potraviny jsou připravovány z původních surovin tradiční recepturou, jsou zdravější, kvalitnější a nemusí se přepravovat na velké vzdálenosti. Za lokální potraviny lze považovat potraviny, které byly vyprodukovány v okruhu do 100 km od místa spotřeby, nebo také potraviny vyrobené v kraji či v dané zemi. Protikladem lokálních potravin jsou potraviny globální, které urazí nespočet kilometrů, než se dostanou na stůl spotřebitele. Při své cestě prostřednictvím dálkové nákladní dopravy jsou významným prvkem poškozování životního prostředí. Proto lze souhlasit s jednoduchou rovnicí: méně ujetých kilometrů nákladní dopravy = méně emisí a menší poškození životního prostředí. Na základě nejen tohoto faktu by měli spotřebitelé zvýšit zájem o místní potraviny. (Valaška, 2012)

Atraktivitu lokálních produktů můžeme spatřit v několika aspektech, prvním faktorem můžou být informace, kdy spotřebitel může nakupovat potraviny s dohledatelným místem původu. Oproti tomu, jaké potraviny nabízí spotřebitelům supermarkety, kde je často problematické najít místo původu daného produktu. Pro spotřebitele je důležité mít kontrolu nad tím, co jedí a že se mohou sami přesvědčit o kvalitě a způsobu produkce potravin.

Za další významný aspekt lze považovat vyšší kvalitu místních, sezónně nabízených plodin, které jsou zralé a plné chuti bez pomoci chemických látek pomáhající dozrávání. Tím, že dochází ke sklizni plodin na vrcholu zralosti, není ohrožena hodnota živin, proto nám tyto potraviny přinášejí větší nutriční hodnoty. Spotřebitelům se naskýtá širší paleta chutí, které v sobě skrývají lokální specifické potraviny, protože každý region naší republiky se pyšní jedinečnými produkty.

Za poslední motiv lze označit rozvoj regionu a podporu lokálních zemědělců, zpracovatelů a výrobců potravin, tuzemský zákazník svým nákupem ovlivňuje významně život místních obyvatel. Dochází také k posílení společenství, protože nákup lokálních potravin nás přímo seznámí s těmi, kdo je pěstují. Také si spotřebitelé začínají uvědomovat, že je důležité pěstovat potraviny s ohledem na životní prostředí a krajinu, tento fakt při výběru svých potravin zohledňují.

Lokální potraviny se mohou prodávat prostřednictvím farmářských trhů, jejichž popularita v posledních letech roste, také prodejem ze dvora a v neposlední řadě prostřednictvím bedýnkových systémů. (Popp, 2015)

### **3.9. Komunitou podporované zemědělství**

Za jeden z nových přístupů distribuce potravin a rozvoje drobného zemědělství, lze nazvat komunitou podporované zemědělství. Komunitou podporované zemědělství známe ze zahraniční literatury jako zkratku CSA, oproti tomu v tuzemsku nemá tato zkratka ekvivalent, který by byl používán v odborné literatuře. V popularizačních textech v České republice se místo zkratky CSA používá KPZ což je doslovná česká zkratka.

Tento systém není jasně definovaný, často se setkáváme s různými definicemi, kterým autoři přiřkládají různou váhu. Podle britské studie The Impact of CSA Soil Association CSA Project (2011, p. 4) představuje komunitou podporované zemědělství: „*partnerství mezi zemědělci a místní komunitou, poskytující vzájemné výhody, a sdílení rizik zemědělské výroby*“. Henderson & Van En (2007, p. 3) vnímá CSA jako spojení mezi místními farmáři a lidmi, kteří konzumují potraviny vyprodukované přímo těmito farmáři. Vyvozuje z tohoto vztahu rovnici „*producenti potravin + spotřebitelé potravin + každoroční závazek jednoho ke druhému = CSA a nesčetné možnosti*“. Pokud jednoduše definujeme komunitou podporované zemědělství, tak budeme hovořit o partnerství mezi hospodáři a spotřebiteli, v jehož rámci jsou zahrnuta rizika a přínosy spravedlivějšího hospodaření než v systémově řízených supermarketech.

Tento přístup pomáhá malým zemědělcům získávat síť spotřebitelů a díky ní mohou snáze překonávat existenční problémy, stávají se méně závislými na veřejných zdrojích financování a také jsou schopni odolávat nepředvídatelným výkyvům globálních trhů. I pro spotřebitele je tento způsob přínosný, protože jim přináší kvalitní místní produkci a úzký kontakt přímo s farmářem. Spotřebitelé získávají pravdivé informace o tom, jak a kde jejich potraviny vznikají. Také další důležité plus můžeme spatřit v tom, že dochází ke zmenšování propasti mezi městem a venkovem.

Toto zemědělství je závislé na několika aspektech, za první hledisko lze považovat ekologické hospodářství či farmy v konverzi, hovoříme tedy o ekologickém aspektu. Další důležitý aspekt je sociální, jedná se o komunitu lidí v okolí daného statku či farmy, protože toto společenství lidí představuje mnohdy více než „jen spotřebitele“. Další hledisko je kulturní, protože komunitou podporované zemědělství může být synonymem pro tradiční a místní přístupy.

Za hlavní charakteristické rysy tohoto systému považujeme lokálnost, sezónnost a především solidaritu, kterou vnímáme jako partnerství mezi sedlákem a spotřebitelem. Hlavní princip toho obchodu spočívá v tom, že sedlák produkuje kvalitní, zdravé a čerstvé potraviny a spotřebitel mu za ně platí spravedlivou cenu a dává mu jistotu odbytu jeho produkce. Obchodem se obvykle zavazuje spotřebitel farmáři k dlouhodobému odběru produktů za ceny, které podle vzájemné dohody vyhovují obou stranám. Obě strany, tohoto obchodu, k tomuto systému přistupují s vědomím, že zemědělství není typickým podnikáním. Jedná se o zacházení s krajinou, také úzce souvisí s lidským zdravím a situací na venkově, především je ovlivňováno klimatem a nestálostí počasí. Komunitou podporované zemědělství je jednou ze součástí alternativního potravinového systému, které považuje Hayden (2012) za jeden z nejalternativnějších způsobů těchto potravinových sítí.

(Zemědělec, 2012)

### **3.10. Bedýnkový systém**

Dodavatelé bedýnek se snaží zajistit co nejkratší cestu kvalitních potravin od zemědělce ke spotřebitelům. Výhodou pro zemědělce je přesná představa o velikosti svého trhu, díky níž může plánovat svoji produkci. Bedýnkový systém přináší výhody i pro spotřebitele a členy družstva, kteří se mohou spoléhat na pravidelné frekvence zásobování, které nemusí být podmínkou a na dohodnutou cenu. Tento systém slouží k uspokojení potřeb spotřebitelů žijících ve městě a bohatších skupin obyvatel, kteří chtějí konzumovat čerstvé a lokální potraviny. Stále více spotřebitelů využívají tento

system, kdy si mohou nechat přivést lokální a čerstvé produkty od farmáře až domů, nebo si je sami vyzvednou na předem určeném místě. Bedýnky obsahují čerstvou sezónní zeleninu a ovoce, také mohou být doplněny o mléčné výrobky, pečivo, vejce, med, bylinky, masové produkty a mnohé další domácí produkty. (Mansvelt, 2011)

V současné době na našem trhu najdeme několik komunit, které se zabývají bedýnkováním. Nejznámější internetovou stránkou, která sleduje, sdružuje a informuje jak spotřebitele, tak zemědělce je projekt Bedýnky.cz, který založili manželé Švihlovi, Martin Kuciel a Jan Valeška. Cílem projektu Bedýnky.cz je: *„spojit zákazníky, kteří mají zájem o kvalitní české potraviny, s malými producenty těchto potravin a postupně rozšiřovat a kultivovat tento vztah tak, aby zemědělci díky podpoře a tlaku svých zákazníků udrželi a rozšiřovali svoje farmy, produkovali kvalitnější potraviny a lépe pečovali o krajinu.“* Dle jejich aktuálních informací se v tuzemsku nachází 110 aktivních bedýnkových družstev s 385 odběrnými místy po celé České republice.

#### **Za hlavní znaky bedýnek lze považovat:**

- **lokálnost** – potraviny, které jsou obsažené v bedýnce, by měly být lokální. Také by měly umožnit přímý kontakt spotřebitele s farmářem
- **sezónnost** – struktura bedýnek se odvíjí podle toho jaké je roční období, proto obsahují sezónní zeleninu a ovoce
- **rozmanitost** – složení ovoce a zeleniny není jednotvárné, farmáři nabízí rozmanitý výběr, který je omezený sezonností a lokálností
- **vysoká kvalita** – úzké vazby farmáře se spotřebitelem zaručují vysokou kvalitu potravin. Pokud má zemědělec certifikaci Bio, tak i tento certifikát, ji zaručuje
- **přiměřená cena** – náklady na distribuci bedýnkami jsou nižší než v supermarketech, protože dochází ke snížení článků v dodavatelském řetězci. Cena potravin odpovídá jejich kvalitě, proto nemůže konkurovat akčním cenám a slevám, které si mohou dovolit velké řetězce
- **pravidelnost** – samozřejmě záleží na typu potravin a na daném družstvu. Přísun potravin prostřednictvím bedýnkových družstev je obvykle pravidelná (např. každý týden)

Obrázek 1: Farmářská bedýnka



Zdroj: Vlastní fotografie (2016)

Na obrázku č. 1 je ukázka typické zimní bedýnky, která obsahuje kořenovou zeleninu, brambory, řepu a cibuli. Obsah bedýnek je závislý na ročním období, v zimním období jsou bedýnky plněny zeleninou, která se dá dobře skladovat a vydrží čerstvá a plná chuti. Část bedýnkářů dodává bedýnky jen několik měsíců v roce a právě přes zimní období, mají prodej bedýnek pozastavený.

#### **Typy bedýnkových družstev lze dělit:**

- **podle provozovatele** – kterým může být zemědělec produkující potraviny zároveň i pro družstvo, nebo firma, která kupuje potraviny od farmáře a sestavuje bedýnky. Dále to může být nevládní organizace, jednotlivec nebo skupina lidí.
- **podle způsobu odběru** – členové družstva jsou předem informováni o obsahu bedýnky a mohou si ji dle svého uvážení objednat. Další možností je, že členové nejsou seznámeni s obsahem bedýnky a mají na výběr buď si bedýnku objednat, nebo ne. Třetí způsob je založen na principu toho, že zákazníci nevědí obsah bedýnky a musí jí pravidelně odebírat.
- **podle způsobu placení** – zákazníci mohou za bedýnky zaplatit jednorázově na určité časové období. Další možností je platit při každém odběru potravin. Každý člen družstva platí družstvu určitou částku tzv. depozit, která pokrývá náklady družstva v případě, že by si odběratel nevyzvedl svou bedýnku
- **podle sdílení rizik se zemědělcem** – jedná se o vazbu spotřebitelů s bedýnkovým družstvem. První možností je, že spotřebitel odebírá objednané bedýnky a vůči zemědělcovi nemá žádné závazky. Odlišný způsob této vazby je, že členové

družstva se zavážou podporovat zemědělce i v případě nějaké krize (např. v případě neúrody nebo přírodních katastrof).

(Bedýnky, 2010)

### **Způsoby fungování bedýnek**

Můžeme rozlišovat dva způsoby:

- **Prodej přímo od farmáře spotřebiteli** – systém bedýnek může provozovat samotný zemědělec, který spotřebitelům nabízí vlastní výpěstky. Funguje to tak, že farmář připravuje bedýnky ze své produkce, poté je rozváží spotřebitelům domů nebo na odběrné místo, popřípadě si spotřebitelé mohou bedýnky vyzvednout přímo u farmáře. Do tohoto procesu nezasahuje nikdo další, žádný mezičlánek nemanipuluje s jednotlivými potravinami.
- **Prodej přes zprostředkovatele** – jedná se o druhý způsob prodeje bedýnek, kdy podnikatel sestavuje bedýnku od různých farmářů nebo od partnerských pěstitelů z jejich produkce a následně jí prodává spotřebitelům. Pro zprostředkovatele je prioritní zvolit si spolehlivého pěstitele, jehož plodiny budou čerstvé a kvalitní a také by si s ním měl vybudovat dobré vztahy, které jsou zásadní pro úspěch a spolehlivé dodávky.

(Kotěra, 2011)

#### **3.10.1. Výhody a nevýhody pro spotřebitele**

##### **Výhody**

- čerstvé, zdravé a lokální potraviny (často sklizené ten samý den, kdy se dováží zákazníkům)
- dodání bedýnek až do domu = pohodlný nákup
- osobní a dobré vztahy s farmáři a jejich podpora
- poznání méně známých tradičních lokálních plodin
- internetové objednávky
- spotřebitelé vědí, co jedí
- pomoci snižovat negativní dopady dopravy na životní prostředí

##### **Nevýhody**

- pouze lokální ovoce, žádné exotické druhy, které si může spotřebitel koupit v supermarketu

- výběr a množství potravin je poměrně omezený
- závazek k pravidelnému odběru
- omezení od družstev, pokud spotřebitelé neodeberou určité množství potravin za určité období, mohou být vyřazeni z toho systému
- potraviny bývají o něco dražší než v běžných nákupních sítích
- ne vždy spotřebitelé dostanou to, co zrovna potřebují nebo jedí

(Bedýnkyuh, 2012)

### 3.10.2. Výhody a nevýhody pro farmáře

#### Výhody

- Kontrola – farmář nepotřebuje k prodeji žádné zprostředkovatele a je tak schopný si kontrolovat a korigovat samotný prodej.
- Kvalita – jelikož si farmář zeleninu a ovoce pěstuje sám, má nad jeho kvalitou přímou kontrolu. Navíc se stýká přímo se zákazníky, kteří mu dávají okamžitou zpětnou vazbu.
- Různorodost pěstování – farmář má snahu pěstovat rozmanité druhy ovoce a zeleniny pokud možno v průběhu celého roku. Díky pestrosti ovoce a zeleniny je farmář chráněn v případě neúrody některého druhu, neboť jeho sortiment je široký a je možné případné ztráty pokrýt ziskem z ostatního sortimentu.
- Experimentování - pokud má farmář velkou zákaznickou základnu, může si dovolit riskovat a pěstovat nové, méně známe druhy a odrůdy.
- Využití veškeré produkce – prostřednictvím bedýnek má farmář možnost prodávat úrodu i v menším množství a prodává právě to, co vyrostlo. Bedýnky může vyplnit „čímkoliv“ může do ní přidat menší ovoce, bobuloviny nebo produkty hospodářských zvířat, jako jsou např. vejce, mléko nebo sýr.
- Snížení odpadu – v tomto systému je hlavní důraz kladen na kvalitu a ne na vzhled jako je tomu u maloobchodníků. Proto do bedýnky lze dát i to ovoce nebo zeleninu, které nemají souměrný tvar, nebo neodpovídají barvě, která je nastavená v maloobchodních prodejnách.
- Finanční jistota a stabilita – pokud máme dostatečné množství pravidelně odebírajících zákazníků, tak v případě zpoždění jedné platby od zákazníka, nehrozí farmáři žádné ztráty. Farmář má nižší náklady na organizaci prodeje, není závislý na maloobchodních řetězcích. Zemědělci většinou nabízejí velké množství druhů zeleniny, kterou se snaží pěstovat co nejdéle během roku. Pokud



dojde k neúrodě jednoho druhu je potenciální finanční ztráta díky tomuto faktu minimalizována.

- Jednoduchý marketing - pokud se systém bedýnek zaběhne a zákazníci jsou s ním spokojeni, není třeba vytvářet další marketingové akce. Nejlepší způsob propagace bedýnek je doporučení spokojených spotřebitelů
- Uspokojení – farmář díky přímému kontaktu se zákazníky dostává zpětnou vazbu, pokud jsou zákazníci spokojeni, vede to i ke spokojenosti farmáře. Pokud jsou ohlasy negativní, farmář na ně může zareagovat a chyby napravit ke spokojenosti zákazníka.
- Maximalizace příjmu, stabilní růst.
- Výhodu tohoto systému lze spatřit i v tom, že má možnost růst nebo být omezen dle potřeb farmáře.

(Bohutínská, 2010)

### **Nevýhody**

- Pěstitelská a řídicí komplexnost – pro uspokojení spotřebitelů je třeba, aby farmář pěstoval široké spektrum produktů, to omezuje možnost soustředit se jen na jednu plodinu. Pro uspokojení spotřebitelovy potřeby je důležité pečlivé řízení a dobré plánování.
- Osobní angažovanost – osoba, které má na starost tento systém musí být velmi angažovaná, pohotová při řešení problémů, vysoce motivovaná a mít značné znalosti.
- Potřeba skladovacích prostor – každá plodina potřebuje ke skladování jiné podmínky, proto je důležité mít vhodné skladovací a balící prostory.
- Nárazové přebytky – při velké úrodě některých druhů ovoce a zeleniny může dojít k přebytkům, v této situaci by měl být farmář připraven využít další odbytiště.
- Služby zákazníkům – v dnešní době je pro zákazníky pohodlnější platit kartou nebo prostřednictvím internetového bankovníctví, proto je důležité, aby měl farmář dobře propracovaný systém plateb i objednávek.
- Omezení možnosti využití úspor z rozsahu

(Václavík, 2008)

## 4. Materiál a metody

Zpracování práce na téma Distribuce farmářské produkce – bedýnky bylo rozděleno na dvě části, na část teoretickou a část praktickou. V diplomové práci byly využity jak primární, tak sekundární zdroje informací.

Sekundární informace k této problematice byly čerpány z odborné literatury, odborných časopisů a internetových stránek. Po získání dostatečných informací byl proveden sběr a utřídění sekundárních dat z prostudovaných zdrojů a byla vypracována teoretická část práce (literární rešerše).

Teoretická část práce se zabývá komunitou podporovaným zemědělstvím, bedýnkovým systémem a vymezením základních pojmů. Dále byly charakterizovány lokální potraviny, rodinné zemědělství a krátký dodavatelský řetězec. Také vývoj trhu v České republice v této oblasti.

Praktická část se věnovala vlastnímu marketingovému výzkumu. Pro sběr primárních dat byl konkrétně použit kvantitativní výzkum. V rámci kvantitativního výzkumu bylo využito dotazníků s uzavřenými i otevřenými otázkami. Z uzavřených otázek byly použity dichotomické, kdy odpovídali respondenti ano/ne, výběrové otázky, výčtové otázky, kde mohli respondenti vybrat více možností. Byla použita i hodnotící škála, kde respondenti vyjadřují svůj názor výběrem na stupnici v rozsahu 1 až 5, 1 znamenalo rozhodně ano a 5 rozhodně ne. Otevřené otázky byly v dotaznících použity minimálně.

Než došlo ke spuštění samotného dotazování, byla provedena pilotáž, kdy na malém vzorku respondentů byla ověřena srozumitelnost a vhodnost formulace otázek v plánovaném dotazníku. Po této pilotáži došlo k menší úpravě dotazníků a byl spuštěn průzkum, jak mezi spotřebiteli bedýnek tak mezi jejich distributory.

Výzkum v praktické části diplomové práce byl realizován prostřednictvím techniky dotazníkového šetření. Formou dotazníkového šetření byli osloveni jak distributoři, tak i spotřebitelé farmářských bedýnek. Distributoři byli v dotazníkovém šetření nejprve osloveni prostřednictvím e-mailu, ve kterém jim byl zaslán dotazník. Poté byli respondenti osloveni telefonicky a s většinou dotazovaných byl dotazník vyplněn při tomto rozhovoru. Ke spotřebitelům byl dotazník šířen prostřednictvím distributorů bedýnek, kteří tento dotazník zveřejnili na svých internetových stránkách, popřípadě dotazník rozeslali spotřebitelům pomocí e-mailové korespondence.

Dotazníkové šetření pro provozovatele bedýnkových systémů bylo zaměřeno na distributory bedýnek po celé České republice, kteří nabízejí čerstvé potraviny z místních

zdrojů. Oslovenými spotřebiteli byli zákazníci těchto distributorů, kteří se zúčastnili dotazníkového šetření.

Po dokončení kvantitativního výzkumu byla provedena analýza získaných dat. Informace, které vyplývaly z dotazníkového šetření, byly zpracovány pomocí počítačového programu Microsoft Office Excel a pomocí statistického programu R. V programu Microsoft Office Excel byl nejprve sestaven kódovací rámeček, jak pro odpovědi od distributorů, tak i pro odpovědi respondentů. Poté byla každá otázka prostřednictvím jednotlivých funkcí v tomto programu vyhodnocena.

Hypotézy byly zpracovány ve statistickém programu R, kde se jako nejpřijatelnější metody pro vyhodnocení, dle otázek zvolených v dotazníkovém šetření, jevíly testy Chí-kvadrát a ANOVA.

## 5. Výzkumná část

### 5.1. Průzkum mezi distributory

Hlavním cílem této práce bylo identifikovat subjekty zapojené do distribuce prostřednictvím bedýnek a provést průzkum zkušeností s touto formou prodeje.

Nejprve byl sestaven seznam distributorů zapojených do tohoto systému, tyto subjekty byly identifikovány prostřednictvím internetových stránek: bedynky.cz, nalok.cz, bio-info.cz, adresář farmářů.cz, takto sestavený seznam skýtal 123 distributorů. Pro účely této práce byli z tohoto seznamu vybráni distributoři, kteří nenabízejí pouze potraviny s certifikací Bio, ale i jiné produkty. Tudíž k dotazníkovému šetření bylo osloveno 64 distributorů, kteří nabízejí spotřebitelům potraviny z místních zdrojů. Seznamy těchto distributorů jsou uvedeny v příloze této práce. Samostatné dotazníkové šetření probíhalo od listopadu 2015 do února roku 2016.

Odpovědělo celkem 60 dotázaných buďto prostřednictvím telefonické komunikaci nebo e-mailu. Celkový počet distributorů, kteří v současné době prodávají bedýnky dle tohoto dotazníkového šetření je 31. Dotazník vyplnilo celkem 27 distributorů, vyplněný dotazník nebyl získán pouze od Bedýnky z Lhoty, Farma na Zvolenci, Ekokrámeček a Sklizeno. Zbylí distributoři, kteří byli osloveni, už nefungují, popřípadě bedýnkování pozastavili na dobu neurčitou, u 6 distributorů bylo zjištěno, že nabízejí pouze Bio produkci. Jeden distributor nabízí bedýnky krátce, proto dotazník nevyplnil. Další skupinou jsou 4 distributoři, kteří nemají internetové stránky nebo jím nefungují, na emailovou korespondenci neodpovídají a na telefonní číslo se nelze dovolat nebo neexistuje či je mimo provoz.

Dotazník obsahoval celkem 20 otázek, z toho otázka číslo 8 zahrnovala pět podotázek, z čehož poslední otázka sloužila k získání základních informací o respondentovi.

Dotazník měl ověřit pracovní hypotézy, které byly stanoveny na začátku této práce.

Obrázek 2: Mapa distributorů potravin z místních zdrojů



Zdroj: Vlastní zpracování (2015)

Tabulka 1: Seznam distributorů potravin z místních zdrojů

1	Berounské bedýnky	17	Jihočeské Potraviny
2	Bedýnky CB	18	Kom-pot
3	Bedýnky od Sýkorky	19	Konzum, obchodní družstvo
4	Bedýnky Ostrava	20	Kořenková farma Vícemil
5	Bedýnky v Pohodě	21	Moc dobrot
6	Bedýnky z Lhoty	22	Oskarovo družstvo
7	Bedýnky z Polabí	23	Skleničkovy Bedýnky
8	Čerstvé Bedýnky	24	Sklizeno
9	Čerstvé Bedýnky HK	25	Statek Fišnarovi
10	Čupr Bedýnky	26	Svět Bedýnek
11	Domácí je domácí	27	Školní statek Středočeského kraje
12	Dos Moskitos	28	Tea of Paradise
13	Ekofarma. LP	29	Zahradnictví Špunar
14	Ekokrámek	30	Zelenina Záštraň
15	Farma na Zvolenci	31	Zuzífkovo Taškaření
16	Farmářské-bedýnky		

Zdroj: Vlastní zpracování (2015)

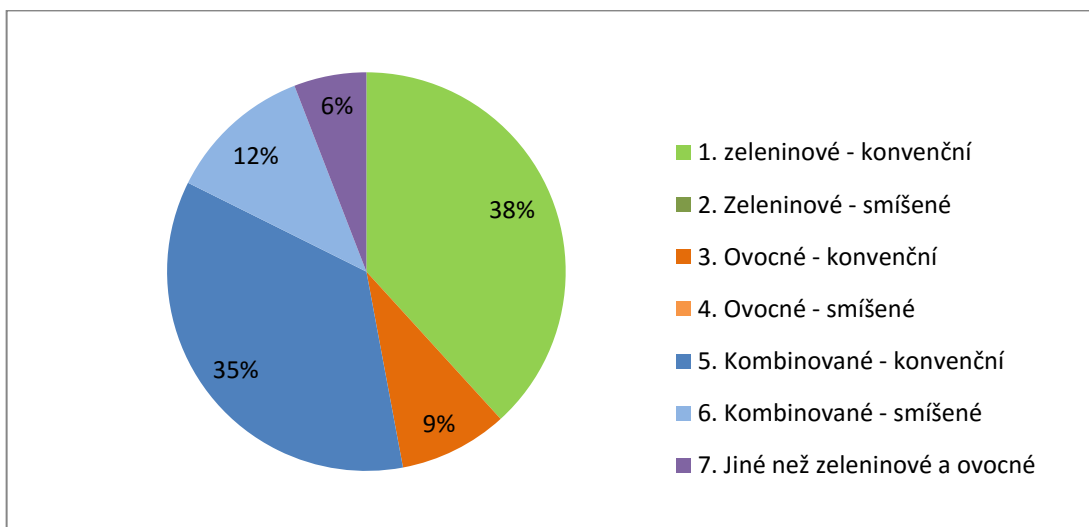
### Otázka č. 1 – Jaký druh bedýnek prodáváte?

Pomocí této otázky bylo zjištěno, jaký druh bedýnek distributoři nejčastěji prodávají, respondenti měli na výběr ze 7 odpovědí. Největší zastoupení měly zeleninové bedýnky konvenční 38 % a bedýnky kombinované konvenční 35 %. Dále 12 % dotazovaných nabízí bedýnky kombinované – smíšené, tyto bedýnky obsahují i Bio ovoce nebo zeleninu. Pouze 9 % dotazovaných svým spotřebitelům připravuje ovocné konvenční bedýnky. 6 % respondentů odpovědělo, že nabízejí jiné bedýnky než

zeleninové a ovocné, těmito respondenti jsou Skleničkovy bedýnky a Moc dobrot. Skleničkovy bedýnky plní své bedýnky pouze kvalitním českým nebo zahraničním vínem. Zákazníci Moc dobrot objednávají bedýnky plné regionálních dobrot z Jihočeského kraje (např. uzený bok, kozí sýr, med, chléb, pivo), které nezahrnují ovoce ani zeleninu.

Oslovení distributoři ve své nabídce nemají bedýnky ovocné smíšené a zeleninové smíšené. Tento fakt se odvíjí od toho, že dotazníkové šetření bylo směřováno na distributory, kteří primárně nenabízí bio potraviny.

Obrázek 3: Druh prodávaných bedýnek (n=27)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 2 – Dodáváte bedýnky po celý rok?

Na tuto otázku mohli respondenti odpovídat ano či ne, pokud uvedli, že ne tak upřesnili, kolik měsíců v roce bedýnky dodávají, tyto odpovědi jsou uvedeny v tabulce níže. Převážná většina distributorů dodává bedýnky pouze několik měsíců v roce, z celkového počtu dotazovaných bedýnky celoročně dodává pouze 8 bedýnkářů.

Tabulka 2: Délka období dodávek bedýnek během roku (n=19)

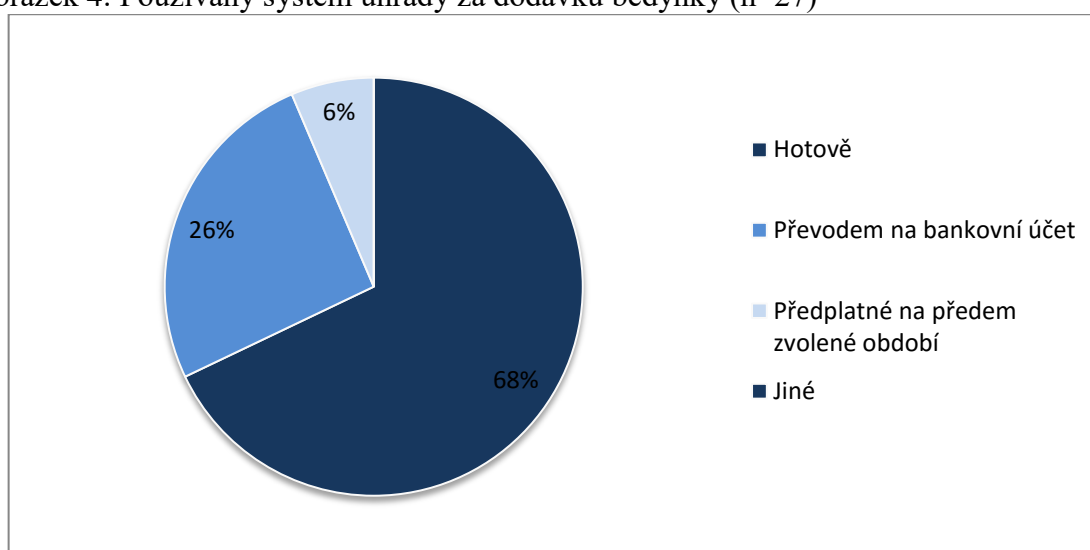
Počet měsíců	Počet odpovědí
9 měsíců	5 %
8 měsíců	32 %
7 měsíců	21 %
6 měsíců	26 %
5 měsíců	11 %
4 měsíce	5 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 3 - Jaký systém úhrady peněžní částky za bedýnky zákazníci využívají?

Z obrázku č. 4 je zřejmé, že zákazníci nejčastěji platí bedýnky hotově. Respondenti uváděli, že je pro ně tento způsob platby nejpříjemnější, pokud mají velké množství zákazníků, tak jsou platby tímto způsobem nejpřehlednější. Dalších 26 % uvedlo, že zákazníci platí převodem na bankovní účet, zde mají respondenti jistotu, že je finanční částka připsána ještě před dodáním bedýnky. Pouze 6 % upřednostňuje předplatné na předem zvolené období, pokud odběratelé mají o bedýnky zájem celoročně, tak je pro ně tento způsob platby pohodlný a ve většině případů je jim poskytnuta sleva z celkové částky.

Obrázek 4: Používaný systém úhrady za dodávku bedýnky (n=27)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

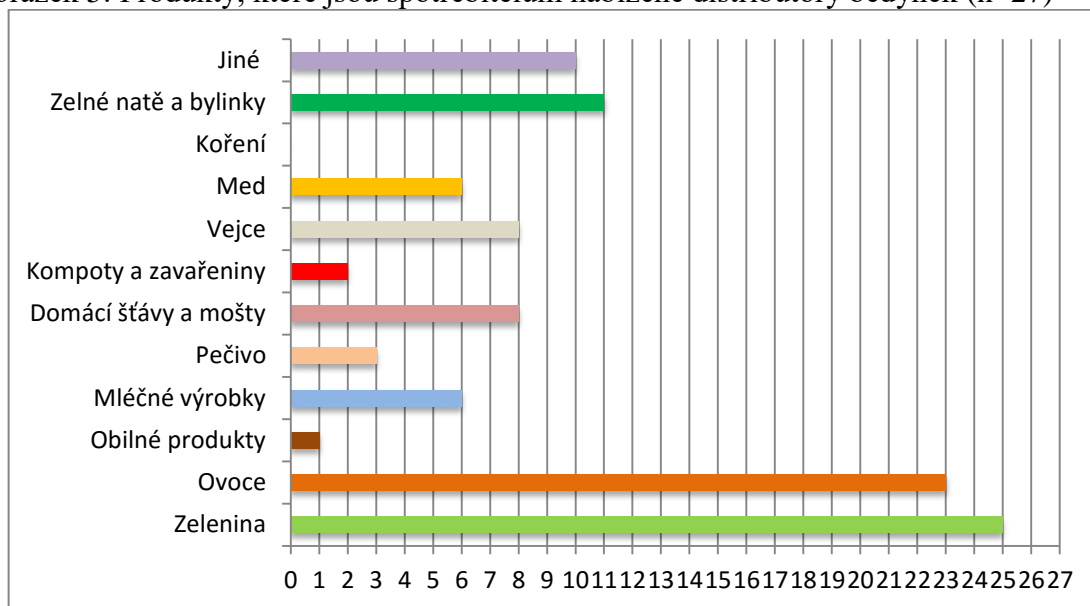
### Otázka č. 4 – Z jakých produktů si spotřebitelé mohou bedýnku sestavit?

Tato otázka se vztahuje na složení jednotlivých bedýnek, spotřebitelům jsou bedýnky ve většině případů sestavovány distributory. Spotřebitelé mají možnost si do takto připravené bedýnky doobjednat produkty, pokud jim to daný distributor umožňuje. Z obrázku č. 5 vyplývá, že nejčastěji bedýnky obsahují zeleninu a ovoce. Tato odpověď koresponduje s otázkou číslo 1, kde bylo zjištěno, že jsou nejčastěji prodávány bedýnky zeleninové a bedýnky kombinované, které obsahují zeleninu a ovoce.

Další produkty, které distributoři nabízí svým spotřebitelům, jsou zelené natě a bylinky, vejce, domácí šťávy a mošty a také mléčné výrobky. Menší zastoupení v bedýnkách mají obilné produkty, pečivo, kompoty a zavařeniny. Pokud respondenti uváděli možnost jiné, nejčastěji se jednalo o vepřové, hovězí maso nebo drůbež, také

vína, houby nebo nakládanou zeleninu. Konkrétní produkty, které obsahují bedýnky, jsou uvedeny v příloze práce.

Obrázek 5: Produkty, které jsou spotřebitelům nabízené distributory bedýnek (n=27)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

V Bio kvalitě spotřebitelé mohou produkty nakupovat u tří distributorů (Bedýnky CB, Ekofarma LP, Konzum, obchodní družstvo). Další distributoři Svět bedýnek a Bedýnky v Pohodě spotřebitelům přímo nenabízí v bedýnkách tyto produkty, ale spotřebitelé mají možnost si je v jejich e-shopu doobjednat k bedýnce. V Bio kvalitě dle nabídky těchto distributorů si spotřebitelé mohou objednat do bedýnek některé druhy zeleniny a ovoce, vepřové nebo hovězí maso, mléčné produkty.

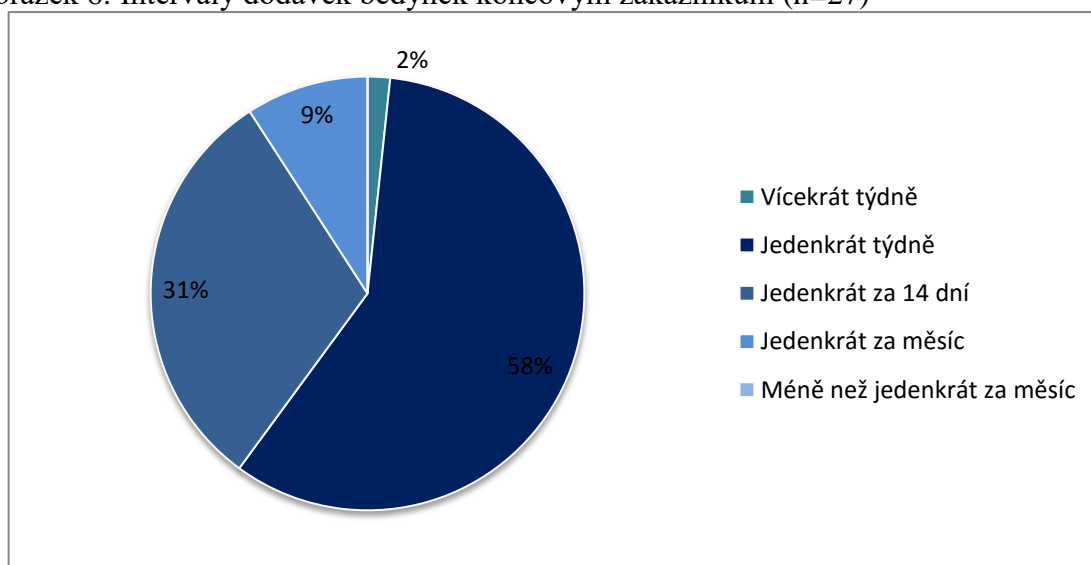
#### Otázka č. 5 – V jakých intervalech dodáváte bedýnky koncovým zákazníkům?

Bedýnky jsou koncovým zákazníkům v 58 % dodávány jedenkrát týdně a v 31 % jedenkrát za 14 dní. Jednou za měsíc dodává bedýnky 9 % respondentů, např. Moc dobrot a Skleničkovy bedýnky, kteří mají pevně stanovený odběr bedýnek pouze jednou měsíčně.

Pouze v 2 % jsou bedýnky dodávány vícekrát týdně. Konkrétně Statek Fišnar uvádí, že dodávky bedýnek nemají pevně stanoveny, proto bedýnky můžou zákazníci odebírat vícekrát týdně nebo také jen jednou za měsíc. Také Svět bedýnek dodává bedýnky vícekrát týdně, odběr nemá taktéž pevně stanovený a je na spotřebitelích, kdy budou chtít bedýnku odebrat.



Obrázek 6: Intervaly dodávek bedýnek koncovým zákazníkům (n=27)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### Otázka č. 6 – V jaké cenové hladině nejčastěji zákazníci bedýnky kupují?

Jednoznačně zákazníci bedýnky kupují v cenové hladině do 300 Kč, tuto odpověď uvedlo 70 % distributorů. Další skupina spotřebitelů odebírá bedýnky v cenové hladině do 500,- Kč. Zbylé dvě možnosti odpovědí mají mizivá procenta, do 1 000,- Kč a nad 1 000,- Kč odebírá bedýnku pouze pár spotřebitelů.

Tabulka 3: Cenová hladina, ve které nejčastěji zákazníci kupují bedýnku

Cena	Odpověď
Do 300 Kč	70 %
301 – 500 Kč	24 %
501 – 1000 Kč	1 %
1 001 Kč a více	5 %

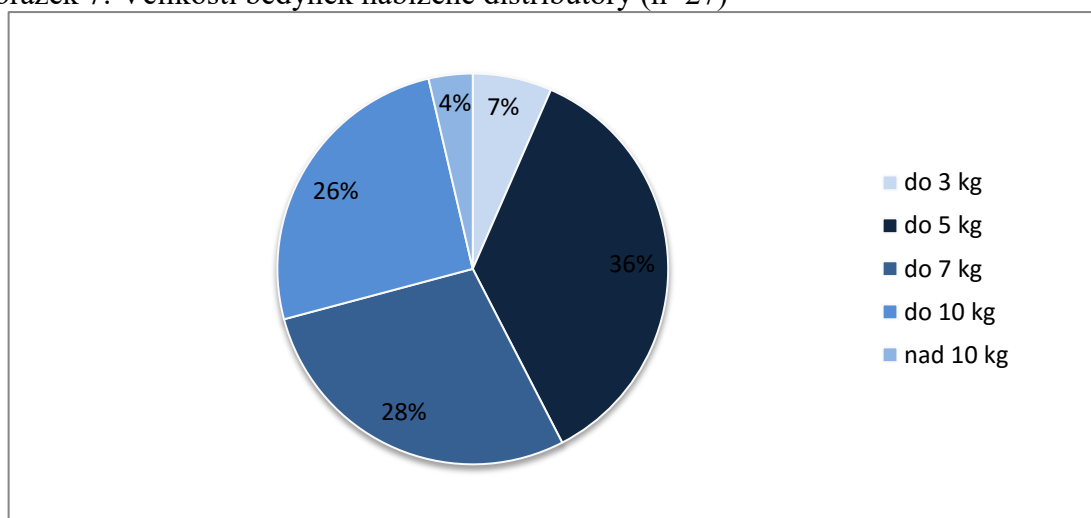
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### Otázka č. 7 – Jaké velikosti bedýnek nabízíte (v kg)?

Váha bedýnek se mění v závislosti na ročním období, v zimním období jsou bedýnky těžší, protože obsahují např. celer, mrkev, petržel, brambory, na jaře se dávají do bedýnek různé druhy salátů, ředkvičky a tak mají bedýnky samozřejmě nižší váhu.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že distributoři nejčastěji nabízejí bedýnky do 5 kg. Do 3 kg a nad 10 kg jsou bedýnky sestavovány poměrně v malém množství.

Obrázek 7: Velikosti bedýnek nabízené distributory (n=27)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 8 – Označte prosím na škále odpověď na následující otázky:

#### 8.1 Kolik Vašich odběratelů má zájem o bioprodukty?

Všichni:	0
Většina:	1
Polovina:	0
Menšina:	1
Nikdo:	25

Spotřebitelé neodebírají bedýnky, protože by poptávali bioprodukty, ale proto, že mají zájem o čerstvé a lokální potraviny. Tento fakt souvisí s tím, že byl průzkum směřován na distributory, kteří nenabízejí pouze potraviny s certifikací BIO.

#### 8.2 Mohou si Vaši odběratelé sestavovat bedýnku sami?

Ano:	1
Spíše ano:	1
Někde ano, někde ne:	2
Spíše ne:	2
Ne:	21

Bedýnky jsou v převážné většině sestavovány distributory. Odběratelé mají pouze možnost si do připravené bedýnky doobjednat určité produkty, pokud to distributor umožňuje. Distributoři se také ke spokojenosti spotřebitelů snaží rozšiřovat nabídku potravin v bedýnkách dle požadavků zákazníků.

#### 8.3 Rozšiřuje se počet Vašich odběratelů? ( 1=rozhodně ano, 5 rozhodně ne)

1:	5
2:	7
3:	12
4:	2
5:	1

Nelze jednoznačně říci, že počet odběratelů u všech respondentů roste. Dle výsledků tohoto dotazníkového šetření lze říci, že počet spotřebitelů – zákazníků jednotlivých bedýnkových systémů spíše roste. Převážná většina bedýnkářů uvedla, že má kapacitu pro přibírání nových odběratelů či členů do jejich systému.

#### 8.4 Vydrží Vaši členové odebírat minimálně jednu sezónu?

Všichni: 13  
 Většina: 8  
 Polovina: 5  
 Menšina: 0  
 Nikdo: 0

#### 8.5 Vidíte budoucnost bedýnkového systému optimisticky? ( 1=rozhodně ano, 5 rozhodně ne)

1: 13  
 2: 8  
 3: 6  
 4: 0  
 5: 0

Převážná většina distributorů v dotazníku uvedla, že jejich členové vydrží odebírat minimálně jednu sezónu a proto vidí budoucnost bedýnkového systému optimisticky.

#### Otázka č. 9 – Odhadněte prosím podíl (v %) jednotlivých forem objednávky na celkovém objemu objednávek:

Co se týče forem objednávek bedýnek, zde prodejci mohli vybírat ze čtyř možností, nejčastěji spotřebitelé objednávají bedýnky přes internet. Na internetových stránkách má převážná většina distributorů objednávkové formuláře, a pokud chtějí spotřebitelé objednat bedýnku, tak stačí tento formulář vyplnit online.

Tabulka 4: Podíl jednotlivých forem objednávek na celkovém objemu (n=27)

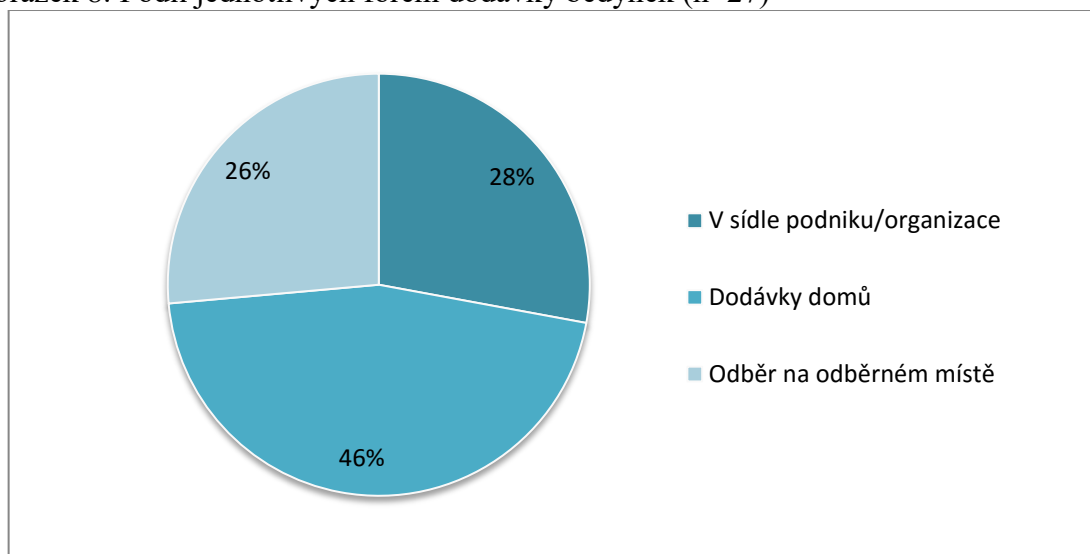
Formy objednávky	Odpověď
Osobně	9 %
Telefonicky	20 %
Přes internet	60 %
Při odběru na odběrném místě	11 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

**Otázka č. 10 – Odhadněte prosím podíl (v %) jednotlivých forem dodávky bedýnek**

Za nejčastější způsob dodávky bedýnek spotřebitelům lze dle dotazníkového šetření považovat dodávku bedýnek domů. Distributoři se dohodnou se spotřebitelem na konkrétní adrese a času dodávky a bedýnku na místo určení dopraví. Tento způsob je pohodlný pro spotřebitele, který dostane jídlo bez zbytečné námahy „skoro až na stůl“. Dále distributoři nabízí spotřebitelům možnost si svojí bedýnku vyzvednout v sídle podniku/organizace nebo na odběrném místě.

Obrázek 8: Podíl jednotlivých forem dodávky bedýnek (n=27)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

**Otázka č. 11 – Máte v rámci dodávek bedýnek koncovým spotřebitelům sjednanou distribuční firmu?**

V této otázce se odpovědi distributorů téměř shodovali, 26 prodejců bedýnek uvedlo, že bedýnky koncovým spotřebitelům dodávají sami. Pouze Skleničkovy bedýnky předávají bedýnky k dodávce sjednané firmě a Svět bedýnek využívá obě formy, jak vlastní dopravu, tak i cizí dopravce.

**Otázka č. 12 – Proč jste se rozhodli organizovat bedýnkovou distribuci?**

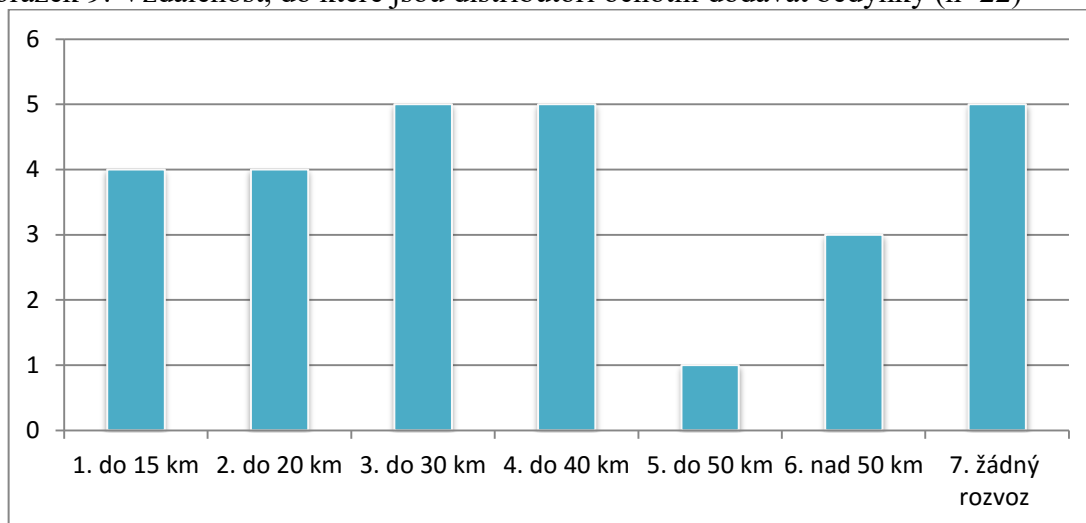
Tato otázka byla otevřená, respondenti na ní mohli odpovídat dle svého uvážení. Nejčastěji zazněla odpověď, že respondenti nebyli spokojeni se zeleninou a ovocem, které je spotřebitelům nabízeno v běžných obchodech. Tyto plodiny jim nepřišli zdravé a ani chutné, měli zájem o čerstvé, lokální a kvalitní potraviny. Nejprve se rozhodli

shánět nebo pěstovat tyto potraviny pro svou potřebu, posléze pro rodinu a známé a zájem se tak rozšířil, že začali v tomto směru podnikat.

**Otázka č. 13. – Jaký je Váš akční rádius, do jaké maximální vzdálenosti od Vašeho sídla bedýnky dodáváte?**

5 respondentů uvedlo, že bedýnky koncovým zákazníkům nedodávají, spotřebitelé si mohou bedýnky vyzvednout buď v sídle podniku/organizace nebo na odběrném místě (jedná se o Bedýnky z Polabí, Domáci je domácí, Kom-pot, Školní statek Středočeského kraje, Kořenková farma Vícemil). Na grafu níže je zobrazeno do jaké maximální vzdálenosti, jsou distributoři ochotni rozvážet bedýnky spotřebitelům.

Obrázek 9: Vzdálenost, do které jsou distributoři ochotni dodávat bedýnky (n=22)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

**Otázka č. 14 – Kde jste se o systému bedýnek dozvěděli?**

Zde mohli respondenti vybírat ze sedmi odpovědí a mohli zvolit více variant. U varianty g respondenti nejčastěji odpovídali, že se o systému bedýnek dozvěděli na jiných internetových stránkách, než jsou bedynky.cz. Dále uváděli, že se s tímto systémem seznámili na seminářích a konferencích o bedýnkách nebo od přátel a známých.

Tabulka 5: Zdroje, ze kterých se distributoři dozvěděli o systému bedýnek (n=27)

Zdroje	Odpovědi
V zahraničních publikacích	-
Viděl (a) jsem systém v zahraničí	22 %
V českých člancích	10 %
Od jiných provozovatelů bedýnkového systému	17 %
Od zapojeného farmáře	14 %
Na stránkách www.bedynky.cz	10 %
Jinde	27 %

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

**Otázka č. 15 – Je Váš podnik/Vaše organizace provozováno jako nezisková organizace?**

Na tuto otázku mohli respondenti odpovídat ano či ne. Převážná většina respondentů odpověděla, že není jejich organizace/podnik provozován jako nezisková organizace. Na čistě neziskové bázi fungují pouze čtyři subjekty ve formě občanského sdružení, spolku apod. 18 respondentů má právní formu fyzické osoby.

**Otázka č. 16 - Využíváte ke své propagaci registraci na webových stránkách?**

Na tuto otázku mohli respondenti odpovědět ano či ne, následující otázka tedy otázka č. 17 se ptala na konkrétní webové stránky jednotlivých respondentů. Většina dotázaných ke své propagaci využívá internetových stránek. Z celkového počtu dotazovaných využívá 22 respondentů internetové stránky, zbylých 5 respondentů internetové stránky nevyužívá, ale jsou registrováni buďto na bedynky.cz nebo na nalok.cz popřípadě na jiném portálu, který sdružuje bedýnkáře.

**Otázka č. 17 – Na jakých webových stránkách jste registrováni?**

Jak už bylo zmíněno v předchozí otázce, zde respondenti uváděli konkrétní webové stránky, na kterých jsou registrováni. V tabulce níže, jsou uvedeny jednotlivé webové stránky bedýnkářů.

Tabulka 6: Internetové stránky distributorů bedýnek (n=27)

Berounské bedýnky	<a href="http://www.berounskebedynky.webzdarma.cz">www.berounskebedynky.webzdarma.cz</a>
Bedýnky CB	Nemají internetové stránky, registrování na <a href="http://bedynky.cz">bedynky.cz</a>
Bedýnky od Sýkorky	<a href="http://www.bedynkyodsykorky.cz">www.bedynkyodsykorky.cz</a>
Bedýnky Ostrava	<a href="http://www.bedynkyostrava.cz">www.bedynkyostrava.cz</a>
Bedýnky v Pohodě	<a href="http://www.bedynkyvpohode.cz">www.bedynkyvpohode.cz</a>
Bedýnky z Polabí	<a href="http://www.bedynkyzpolabi.webnode.cz">www.bedynkyzpolabi.webnode.cz</a>
Čerstvé Bedýnky	<a href="http://www.cerstvebedynky.cz">www.cerstvebedynky.cz</a>
Čerstvé Bedýnky HK	<a href="http://www.cerstvebedynky.unas.cz">www.cerstvebedynky.unas.cz</a>
Čupr Bedýnky	<a href="http://www.bedynky.inshop.cz">www.bedynky.inshop.cz</a>
Domáci je domáci	<a href="http://www.domacijedomaci.cz">www.domacijedomaci.cz</a>
Dos Moskitos	Nemají internetové stránky, registrování na <a href="http://bedynky.cz">bedynky.cz</a>
Ekofarm. LP	Nemají internetové stránky, registrování na <a href="http://bedynky.cz">bedynky.cz</a>
Farmářské-bedýnky	<a href="http://www.farmarske-bedynky.cz">www.farmarske-bedynky.cz</a>
Jihočeské Potraviny	<a href="http://www.jihoceskepotraviny.cz">www.jihoceskepotraviny.cz</a>
Kom-pot	<a href="http://www.kom-pot.cz">www.kom-pot.cz</a>
Konzum, obchodní družstvo	<a href="http://www.jsme-tu-doma.cz">www.jsme-tu-doma.cz</a>
Kořenková farma Vícemil	<a href="http://www.farmavicemil.cz">www.farmavicemil.cz</a>
Moc dobrot	<a href="http://www.mocdobrot.cz">www.mocdobrot.cz</a>
Oskarovo družstvo	Nemají internetové stránky, registrování na <a href="http://bedynky.cz">bedynky.cz</a>
Skleničkovy Bedýnky	<a href="http://www.sklenicka.com">www.sklenicka.com</a>
Statek Fišnarovi	Nemají internetové stránky, registrování na <a href="http://bedynky.cz">bedynky.cz</a>
Svět Bedýnek	<a href="http://www.svetbedynek.cz">www.svetbedynek.cz</a>
Školní statek Středočeského kraje	<a href="http://www.statek.zas-me.cz">www.statek.zas-me.cz</a>
Tea of Paradise	<a href="http://www.teaofparadise.webnode.cz">www.teaofparadise.webnode.cz</a>
Zahradnictví Špunar	<a href="http://www.zahradnictvi-spunar.cz">www.zahradnictvi-spunar.cz</a>
Zelenina Zástraň	<a href="http://www.zastran.cz">www.zastran.cz</a>
Zuzífkovo Taškaření	<a href="http://www.brumda.cz/zuzifkovo/">www.brumda.cz/zuzifkovo/</a>

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

#### Otázka č. 18 – Uved'te prosím seznam odběrných míst

Z celkového počtu dotazovaných 11 distributorů odběrná místa vůbec nevyužívá. Zbývajících 16 distributorů svým spotřebitelům zaváží bedýnky i na odběrná místa. Nejvíce odběrných míst svým zákazníkům nabízí Konzum, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí, které bedýnky poskytuje celkem na svých 112 prodejnách. Velký počet odběrných míst poskytuje svým zákazníkům také Svět bedýnek, ti si své bedýnky mohou vyzvednout na 21 místech. Seznam konkrétních odběrných míst jednotlivých distributorů bedýnek je uveden v příloze této práce.

#### Otázka č. 19 – Uved'te prosím seznam dodavatelů produktů do bedýnek

Dodavatelé bedýnek si zeleninu a ovoce mohou pěstovat sami nebo mohou tyto plodiny popřípadě i jiné produkty, kterými plní bedýnky nakupovat od jiných

dodavatelů. 10 distributorů bedýnky sestavují spotřebitelům z plodin, které si vypěstují sami na svých zahrádkách nebo vyprodukují na farmách.

Zbývajících 17 distributorů bedýnky sestavují od různých dodavatelů. Někteří distributoři mají stálé dodavatele, s kterými spolupracují řadu let a jsou s nimi spokojeni. U druhé skupiny distributorů se dodavatelé často mění. Seznam jednotlivých dodavatelů produktů do bedýnek se nachází v příloze této práce.

### **Otázka č. 20 – Základní informace o Vašem podniku/Vaší organizaci**

V poslední otázce dotazníkového šetření respondenti odpovídali na základní údaje o jejich podniku či organizaci. Jednalo se o otázky typu, uveďte podíl rozvozu bedýnek domu na celkových tržbách, počet členů, počet odběratelů, rok založení a sídlo organizace nebo podniku.

Otázka, která se týkala podílu rozvozu bedýnek domů na celkových tržbách, přinesla opět různorodé odpovědi. 5 distributorů bedýnky vůbec nerozváží, tudíž je jejich podíl nulový, tři distributoři bedýnek nechtěli tento údaj sdělit z důvodu toho, že jsou tyto informace pouze interní záležitostí podniku či organizace. Celková tabulka s jednotlivými výsledky je uvedena v příloze této práce.

Druhou otázkou mezi základními informacemi o daném podniku či organizaci bylo uvést počet členů. Počet členů je u každého bedýnkáře odlišný, 7 distributorů uvedlo, že nemají žádné stálé členy. Tabulka, která uvádí počet členů u každého distributora bedýnek, se nachází v příloze této práce.

Mezi základní informace patřila i otázka, kolik mají jednotliví distributoři odběratelů, počet odběratelů se podle odpovědí respondentů pohybuje od 15 až do 180. Příloha této práce rovněž obsahuje celkový přehled počtu odběratelů jednotlivých distributorů bedýnek.

Další otázkou byl rok založení podniku/organizace bedýnkářů, distribuce bedýnek se na našem území začala rozvíjet kolem roku 2007. Nejvíce distributorů svou činnost zahájilo v roce 2012, kdy v České republice tento způsob alternativních potravinových systémů získával na oblíbenosti. Tabulka níže uvádí jednotlivé roky, kdy distributoři zahájili svou činnost v této oblasti.



Tabulka 7: Rok založení podniku/organizace provozující distribuci bedýnek (n=27)

<b>Rok založení</b>	<b>Odpovědi</b>
2005	1
2007	2
2009	3
2010	4
2011	3
2012	9
2013	2
2015	3

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

## 5.2. Průzkum mezi spotřebiteli

Dalším cílem práce bylo vymezit postoj spotřebitelů ke způsobu prodeje potravin prostřednictvím bedýnek.

Oslovenými respondenty byli zákazníci provozovatelů bedýnkových systémů po celé České republice, kteří nabízejí čerstvé potraviny z místních zdrojů. Tyto provozovatele bedýnek byli osloveni v dotazníkovém šetření, které bylo určeno pro distributory.

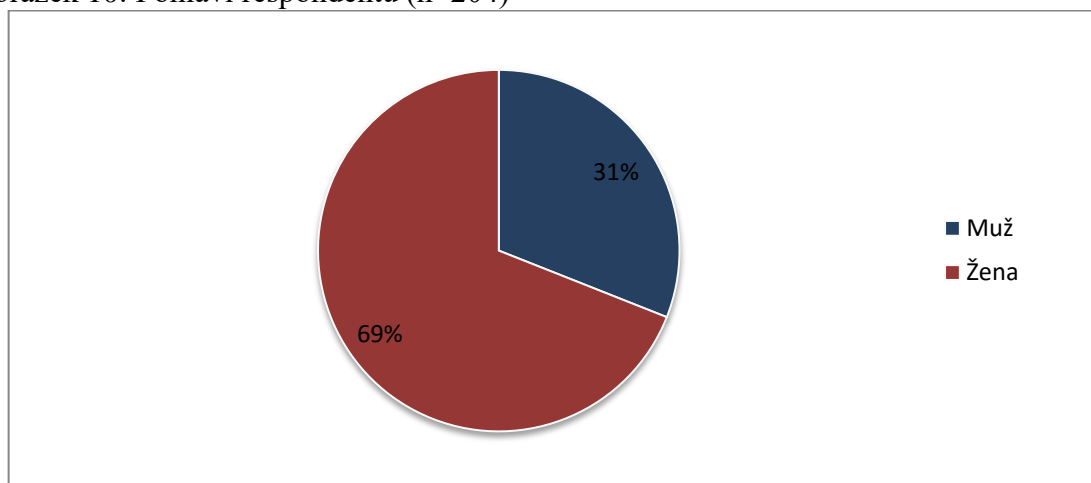
Samostatné dotazníkové šetření probíhalo od února do března roku 2016, respondenti byli osloveni přímo distributory bedýnek, kteří dotazník šířili prostřednictvím internetových stránek nebo e-mailové komunikace. Odpovědělo celkem 204 respondentů.

Dotazník obsahoval celkem 16 otázek, z toho tři otázky obsahovaly další podotázky, posledních 6 otázek sloužilo k získání základních informací o respondentovi.

Dotazník měl potvrdit nebo vyvrátit pracovní hypotézy, které byly stanoveny na začátku této práce.

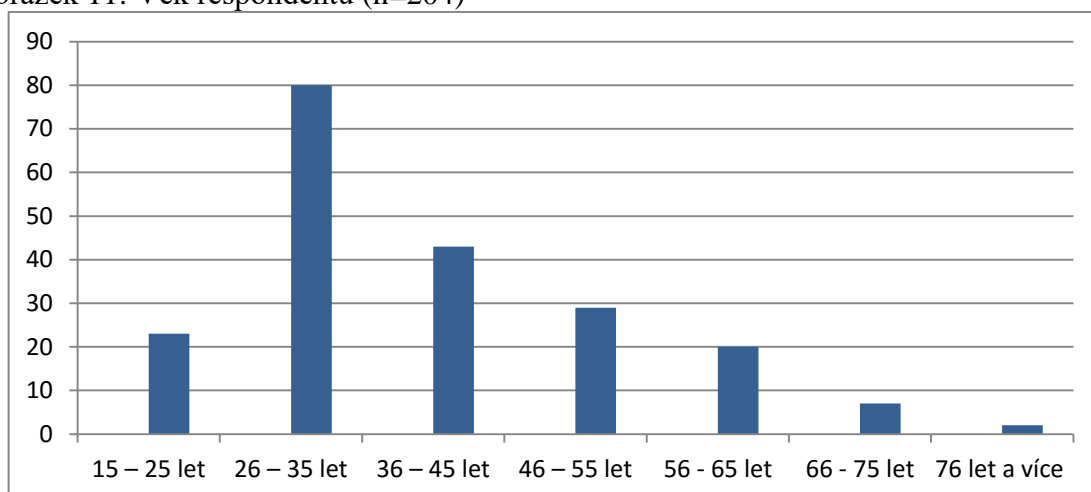
## Struktura dotazovaného vzorku

Obrázek 10: Pohlaví respondentů (n=204)



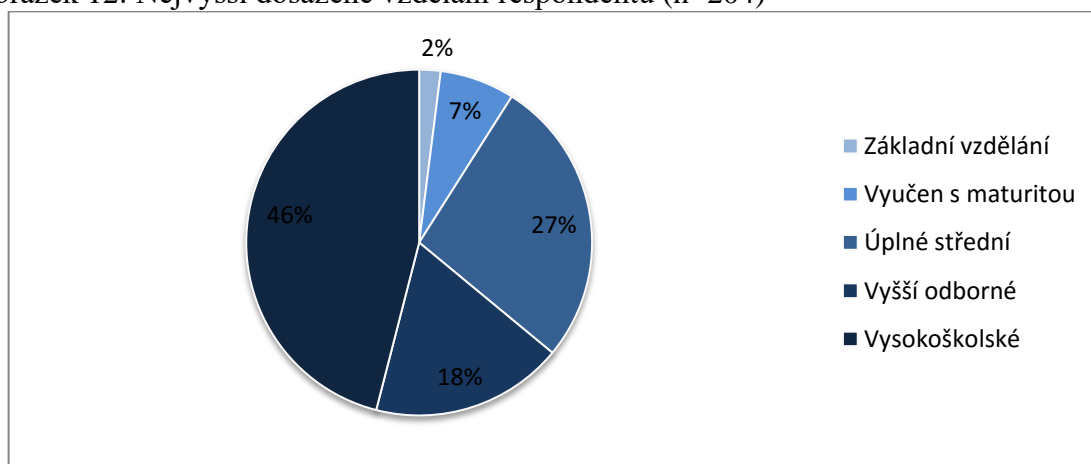
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Obrázek 11: Věk respondentů (n=204)



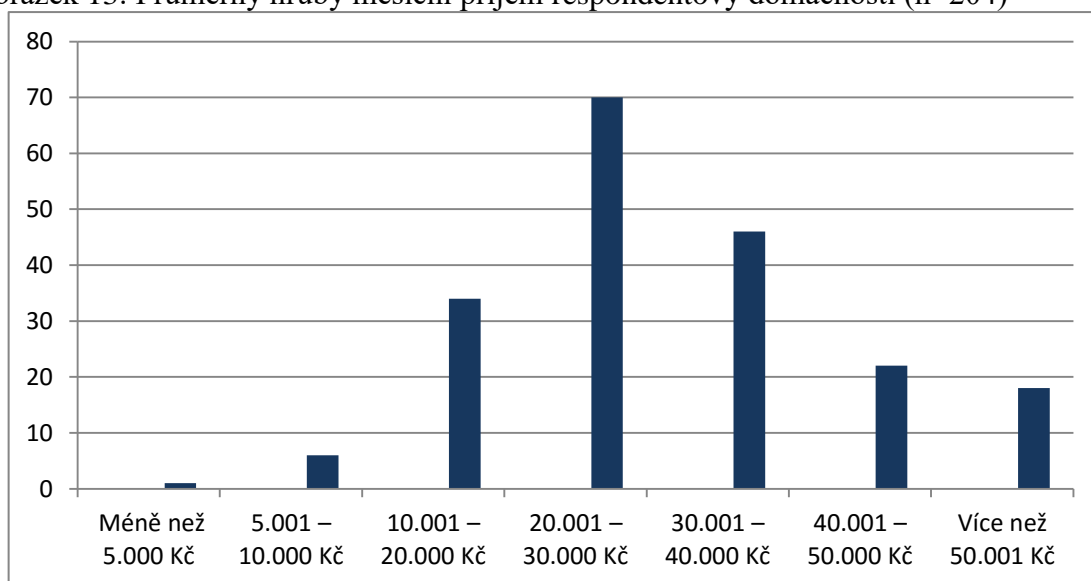
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Obrázek 12: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů (n=204)



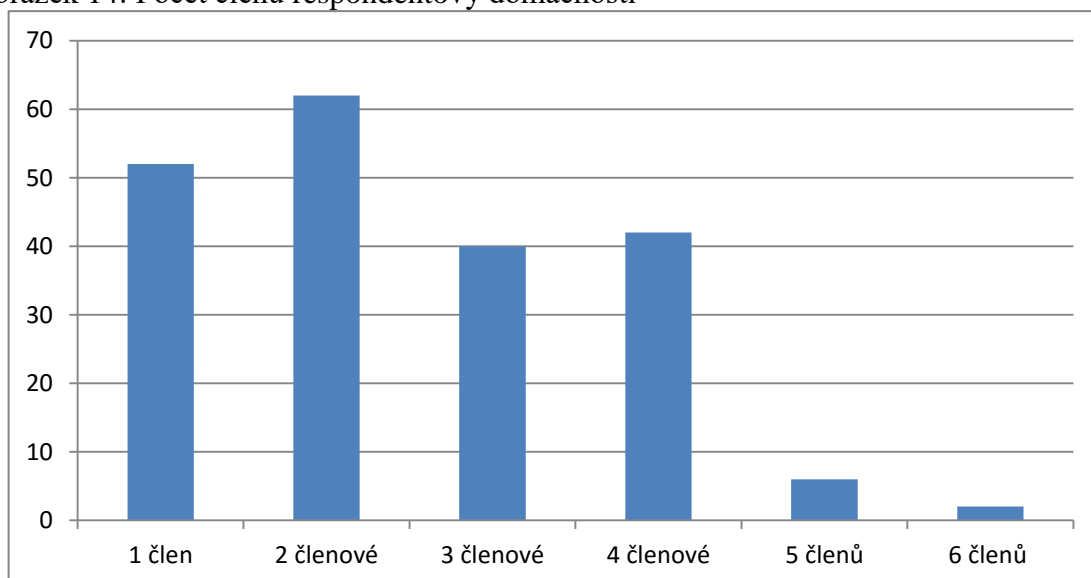
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Obrázek 13: Průměrný hrubý měsíční příjem respondentovy domácnosti (n=204)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

Obrázek 14: Počet členů respondentovy domácnosti

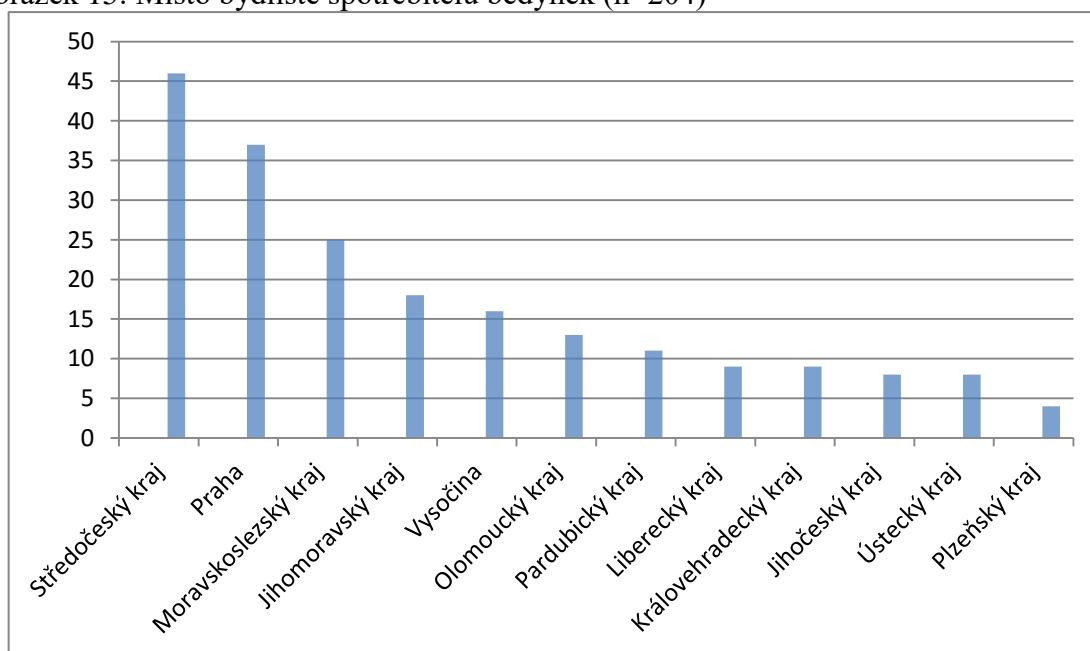


Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Místo bydliště:

Dle odpovědí respondentů je zřejmé, že nejčastěji bedýnky kupují spotřebitelé, kteří bydlí v hlavním městě Praha a ve Středočeském kraji. Ostatní zastoupení spotřebitelů v jednotlivých krajích je uvedeno na obrázku č. 15.

Obrázek 15: Místo bydliště spotřebitelů bedýnek (n=204)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

## Výsledky dotazníkové šetření

### Otázka č. 1 – Jak často nakupujete biopotraviny

Z odpovědí respondentů u této otázky vyplývá, že spotřebitelé mají o biopotraviny zájem. 9 % dotazovaných uvedlo, že tyto potraviny kupují několikrát týdně. Větší část respondentů 42 % biopotraviny kupuje jedenkrát týdně nebo je kupuje několikrát za měsíc. Další část respondentů 14 % kupuje biopotraviny méně než jednou za měsíc a 18 % dotazovaných kupuje tyto potraviny výjimečně. Pouze 17 % respondentů uvedlo, že biopotraviny vůbec nekupují.

### Otázka č. 2 – Odpovězte prosím na následující otázky 1-5, kde 1 = rozhodně ano, 2 = spíše ano, 3 = nevím, 4 = spíše ne, 5 = rozhodně ne

Cílem této otázky bylo zjistit, co si respondenti představí pod pojmem potraviny z místních zdrojů/ z mého regionu. Otázkám přiřazovali číselnou hodnotu dle jejich významu. Zde jsou vybrány odpovědi, které se vztahují k cíli této práce.

#### 2.1 Myslíte si, že jsou potraviny z místních zdrojů zdravější?

Ano:	117
Spíše ano:	57
Nevím:	29
Spíše ne:	1
Ne:	0

## **2.2 Myslíte si, že jsou potraviny z místních zdrojů chutnější?**

Ano:	122
Spíše ano:	56
Nevím:	26
Spíše ne:	0
Ne:	0

## **2.3 Myslíte si, že jsou potraviny z místních zdrojů pěstované bez chemických postřiků a hnojiv?**

Ano:	104
Spíše ano:	63
Nevím:	29
Spíše ne:	5
Ne:	3

Převážná většina spotřebitelů je přesvědčena, o tom že lokální potraviny jsou zdravější a jednoznačně chutnější než potraviny, které se jsou k dostání v běžných obchodech. Také věří, že jsou pěstované bez chemických postřiků a hnojiv.

## **2.4 Myslíte si, že se potraviny z místních zdrojů pohybují ve vyšší cenové relaci?**

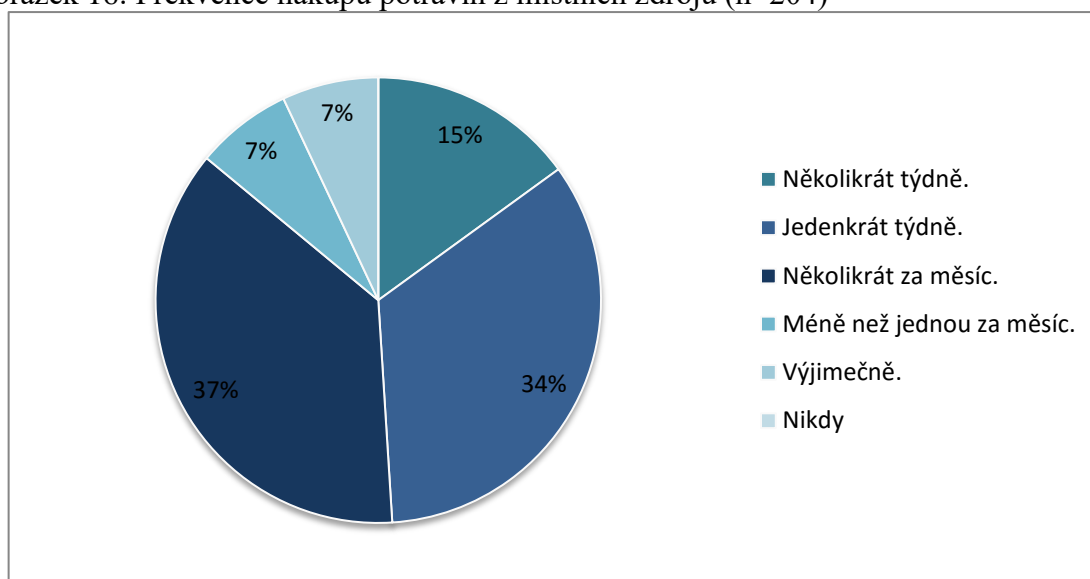
Ano:	63
Spíše ano:	49
Nevím:	50
Spíše ne:	20
Ne:	19

Tyto potraviny jsou nabízeny ve vyšší cenové hladině a tento pocit mají i respondenti, kteří lokální potraviny kupují. Za vyšší cenou stojí jejich kvalita, chuť a to, že jsou pěstovány bez chemických postřiků a hnojiv. Tento fakt je při nákupu pro spotřebitele důležitější než výše jejich ceny.

## **Otázka č. 3 – Jak často nakupujete potraviny z místních zdrojů (lokální potraviny)?**

Na obrázku č. 16 je zobrazena četnost nákupu potravin z místních zdrojů spotřebiteli. Respondenti uvedli, že dávají přednost nákupu těchto potravin jedenkrát týdně popřípadě několikrát do měsíce.

Obrázek 16: Frekvence nákupu potravin z místních zdrojů (n=204)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### Otázka č. 4 - Kde nejčastěji nakupujete potraviny z místních zdrojů (lokální potraviny) nakupujete?

Cílem této otázky bylo zjistit, kde nejčastěji spotřebitelé nakupují lokální potraviny, respondenti měli na výběr z šesti odpovědí. Spotřebitelé uváděli, že nejčastěji potraviny kupují přímo na farmě od zemědělce, také ve specializovaných prodejnách a na sezónních trzích. Nejmenší zájem o nákup lokálních potravin je prostřednictvím internetového obchodu.

Tabulka 8: Prodejny, kde spotřebitelé nejčastěji nakupují potraviny z místních zdrojů (n=204)

Prodejny	Počet odpovědí
V supermarketech a hypermarketech	10 %
Ve specializovaných prodejnách	30 %
Prostřednictvím internetového obchodu	4 %
Na sezónních trzích	21 %
Na farmě od zemědělce	31 %
Jinde	4 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### Otázka č. 5 – Odpovězte prosím na následující otázky 1-5, kde 1 = rozhodně ano, 2 = spíše ano, 3 = nevím, 4 = spíše ne, 5 = rozhodně ne

V této otázce měli spotřebitelé vyjádřit svůj postoj k nákupu potravin z místních zdrojů. Otázkám byly uděleny číselné hodnoty dle jejich významu. Zde jsou vybrány jednotlivé otázky, které se vztahují k cíli této práce.

### **5.1 V okamžiku nákupu potravin z místních zdrojů je pro mne rozhodujícím faktorem kvalita produktu**

Ano:	144
Spíše ano:	56
Nevím:	4
Spíše ne:	0
Ne:	0

### **5.2 V okamžiku nákupu potravin z místních zdrojů je pro mne rozhodujícím faktorem původ produktu**

Ano:	131
Spíše ano:	49
Nevím:	20
Spíše ne:	3
Ne:	1

### **5.3 V okamžiku nákupu potravin z místních zdrojů je pro mne rozhodujícím faktorem vzhled a chuť produktu**

Ano:	151
Spíše ano:	40
Nevím:	9
Spíše ne:	4
Ne:	0

Převážná většina odpovědí respondentů se shodovala, potraviny z místních zdrojů nakupují kvůli jejich kvalitě, chuti a vzhledu. Také je pro ně rozhodující místo původu dané potraviny, preferují takové produkty, které jsou vyrobeny v České republice nebo potraviny, které jsou vyrobeny přímo v jejich regionu.

### **5.4 Pokud by byla cena potravin z místních zdrojů stejná s ostatními, kupoval/a bych tyto potraviny ve větším množství**

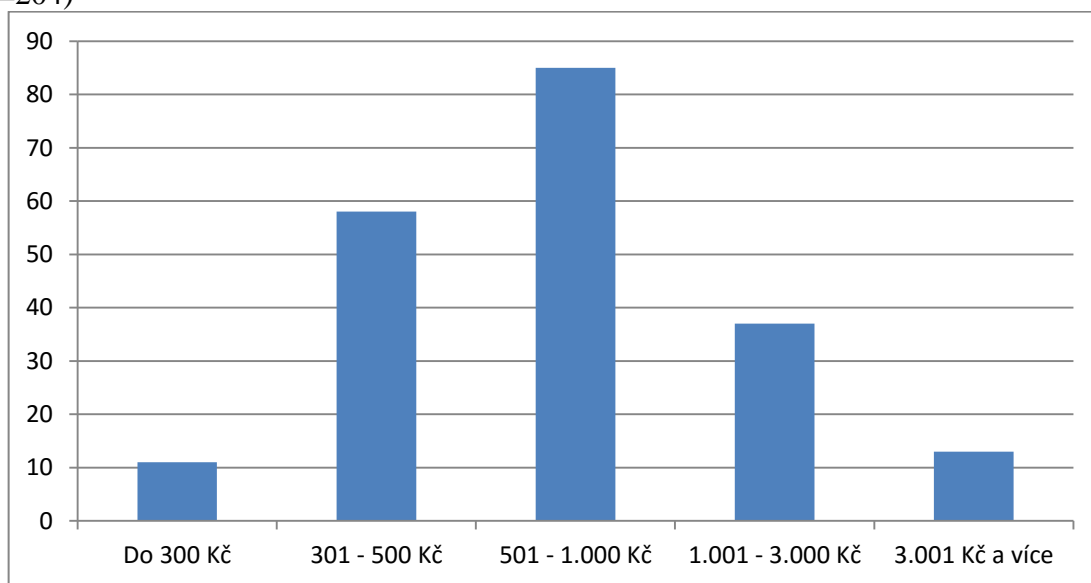
Ano:	68
Spíše ano:	45
Nevím:	39
Spíše ne:	26
Ne:	26

Tato otázka koresponduje s odpověďmi na otázku č. 2, kde respondenti uvedli, že jim přijdou lokální potraviny dražší než potraviny v běžných obchod. Proto se většina respondentů shodla na tom, že by ty to potraviny nakupovali ve větším množství, kdyby jejich cenová hladina byla nižší. Ale jsou si vědomi jejich vyšší kvality, čerstvosti a také chuti, proto jsou za ně ochotni zaplatit vyšší cenu.

### Otázka č. 6 – Jakou finanční částku utratíte měsíčně za nákup potravin z místních zdrojů?

Na obrázku č. 17, jsou zobrazeny částky, které jsou spotřebitele ochotni maximálně měsíčně zaplatit za lokální produkci. Většina respondentů vydá za tyto potraviny ze svého rozpočtu měsíčně částku v cenové relaci do 1 000 Kč. 18 % dotazovaných zaplatí za lokální potraviny částku v cenové relaci od 1 001 do 3 000 Kč a pouze 6 % respondentů ze svého příjmu na tyto potraviny měsíčně vyčlení více jak 3 000 Kč.

Obrázek 17: Finanční částka, kterou spotřebitelé utratí měsíčně za lokální potraviny (n=204)



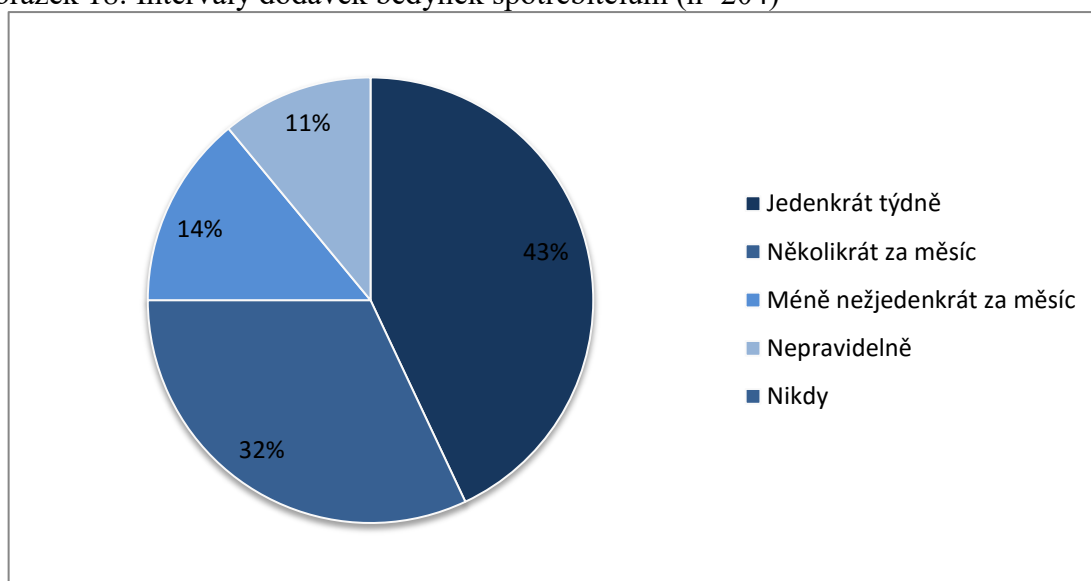
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 7 – Jak často nakupujete bedýnky?

Nejvíce oblíbené jsou u respondentů bedýnky dodávány jedenkrát týdně, tento způsob nákupu bedýnek preferuje téměř polovina dotazovaných respondentů. Další skupina spotřebitelů objednává bedýnky několikrát za měsíc, kdy jsou bedýnky dodávány nejčastěji jednou za 14 dní. Zbylí respondenti objednávají bedýnky méně než jedenkrát za měsíc nebo v nepravidelných intervalech. Na obrázku č. 18 jsou znázorněna procenta dodávek bedýnek u jednotlivých skupin respondentů.



Obrázek 18: Intervaly dodávek bedýnek spotřebitelům (n=204)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

**Otázka č. 8 – Ohodnoťte prosím následující tvrzení pomocí škály 1-5, kde 1 = rozhodně ano, 2 = spíše ano, 3 = nevím, 4 = spíše ne, 5 = rozhodně ne**

V této otázce měli spotřebitelé uvést to, co je motivuje k nákupu bedýnky. Otázkám byly uděleny číselné hodnoty dle jejich významu.

### 8.1 Rád/a podpořím tento způsob podnikání

Ano:	83
Spíše ano:	54
Nevím:	40
Spíše ne:	16
Ne:	10

Spotřebitelé bedýnek jsou vůči farmářům solidární a vědí, že tento způsob podnikání není vůbec jednoduchý. Zemědělci se často potýkají s nepřízní přírodních vlivů, jako je sucho nebo povodně. Spotřebitelé bedýnek se také stávají jejich členy, aby zemědělcům dali jistotu stálého příjmu.

### 8.2 Rád/a ochutnám nové druhy produktů

Ano:	91
Spíše ano:	63
Nevím:	32
Spíše ne:	11
Ne:	7

Mnoho farmářů se vrací k pěstování českých tradičních druhů ovoce a zeleniny, které se v posledních letech úplně vytratily z jídelníčků českých domácností. V dnešní době si tyto druhy opět získávají své příznivce mezi spotřebiteli a stávají se znovu

vyhledávanou plodinou. Bedýnkáři spotřebitelům poskytují také recepty nebo návody, jak danou plodinu nejlépe zpracovat.

### **8.3 Rád/a se nechám překvapit rozmanitostí obsahu bedýnek**

Ano:	100
Spíše ano:	64
Nevím:	25
Spíše ne:	9
Ne:	6

Jak už bylo zmiňováno v předchozích částech práce, bedýnky jsou spotřebitelů sestavovány distributory a spotřebitelé tak dopředu neví, co bedýnka bude obsahovat. Její obsah se spotřebitelé v převážné většině dozvědí až ve chvíli dodání bedýnky, proto jsou plodiny a produkty obsažené v bedýnce pro mnohé spotřebitele překvapením. Část spotřebitelů má toto očekávání rádo a těší se, co budou moct s každou další bedýnkou ochutnat nového a zajímavého.

### **8.4 Úspora času při objednávce a dodávce bedýnky**

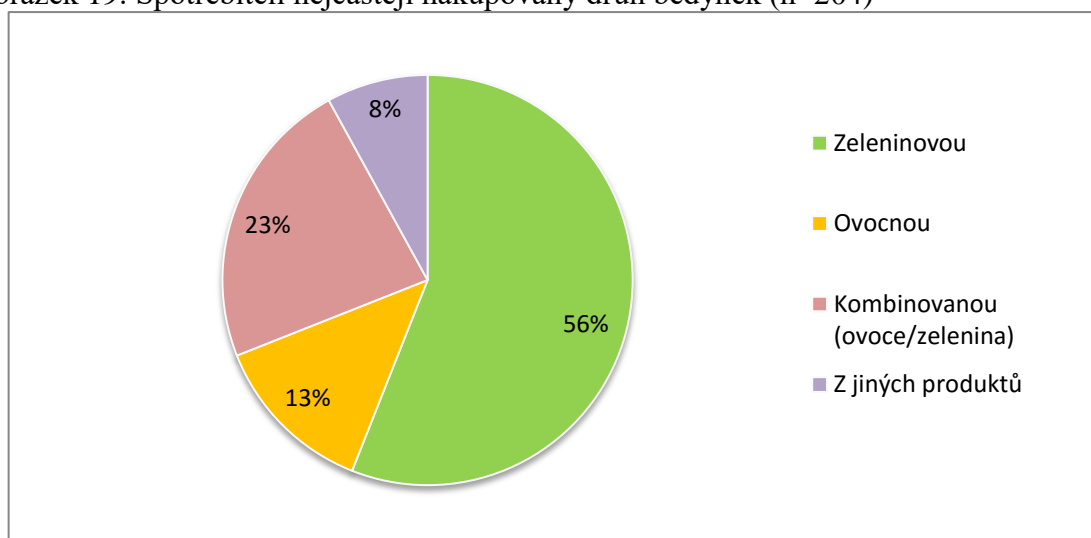
Ano:	84
Spíše ano:	51
Nevím:	42
Spíše ne:	19
Ne:	8

V dnešní hektické době je každá ušetřená minuta volného času vzácná, každý si chce věci co nejvíce zjednodušit, proto úspora při objednávce bedýnek, je pro spotřebitele také rozhodujícím kritériem.

### **Otázka č. 9 – Jaký druh bedýnky upřednostňujete?**

Prostřednictvím této otázky bylo zjištěno, jaký nákup bedýnky spotřebitelé upřednostňují. Největší zastoupení měli zeleninové bedýnky, spotřebitelé preferují bedýnky, které obsahují zeleninu, zeleninové natě a koření. Další početná skupina respondentů preferuje bedýnky kombinované, které obsahují jak ovoce, tak zeleninu. Tato skutečnost se odvíjí i od odpovědí distributorů, kteří odpověděli, že nejčastěji prodávají bedýnky zeleninové a kombinované. Dále 14 % respondentů preferuje bedýnky složené pouze ze sezónního ovoce. Bedýnky složené z jiných produktů upřednostňuje 9 % respondentů, tyto bedýnky neobsahují ovoce ani zeleninu a jsou složeny z regionálních produktů.

Obrázek 19: Spotřebitelé nejčastěji nakupovaný druh bedýnek (n=204)

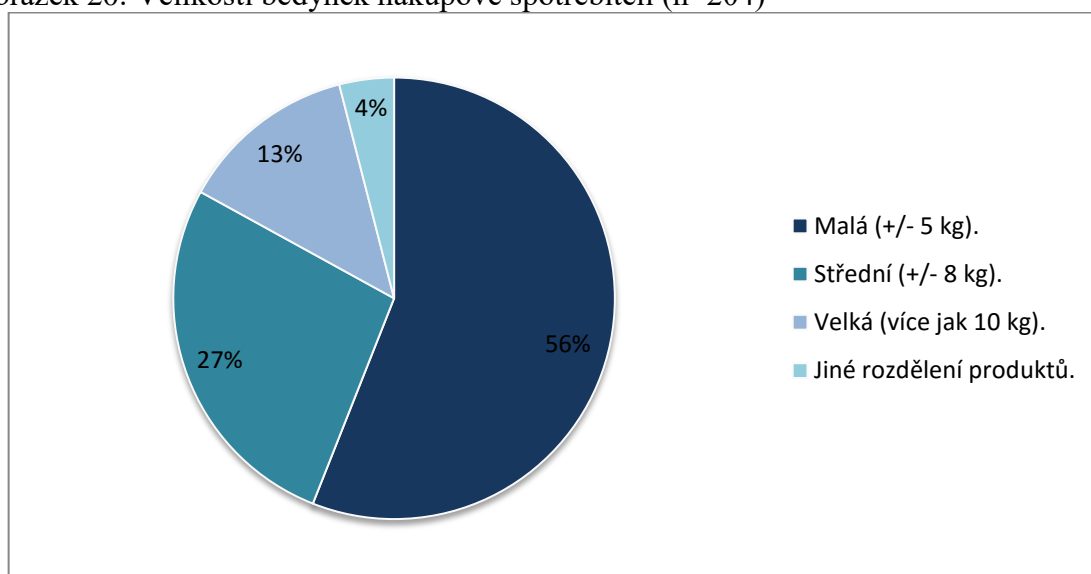


Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 10 – Jakou velikost bedýnky preferujete?

Jak už bylo zmíněno u vyhodnocení dotazníkového šetření pro distributory, váha bedýnek se mění v závislosti na ročním období, v zimním období jsou bedýnky těžší a v letních měsících je jejich váha o poznání nižší. Spotřebitelé nakupují nejčastěji menší bedýnky do hmotnosti 5 kg, jak je zřejmé z obrázku č. 20. Tento fakt můžeme přičíst i skladbě respondentů, převážně jsou to menší rodiny maximálně do čtyř členů. Také je to způsobeno tím, že spotřebitelé preferují dodávky bedýnek jednou týdně, tak i z toho důvodu jsou pro ně praktičtější menší bedýnky.

Obrázek 20: Velikosti bedýnek nákupové spotřebiteli (n=204)



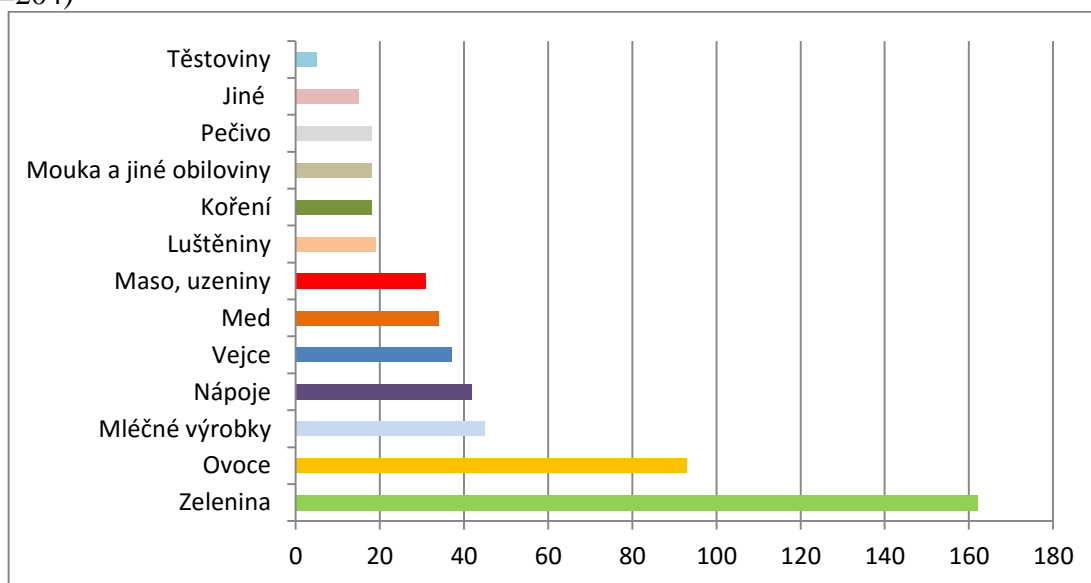
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 11 – Z jakých výrobků sestavujete nebo byste rádi sestavili svoji bedýnku?

Na obrázku č. 21 jsou znázorněny produkty, které respondenti preferují ve svých bedýnkách. Tyto produkty buďto mají spotřebitelé zájem odebrat anebo je obsahují bedýnky, které jim distributoři dodávají. Spotřebitelům jsou ve většině případů bedýnky sestavovány distributory a pro spotřebitele je to tím pádem takové malé překvapení, co naleznou v bedýnce. Většina distributorů však spotřebitelům poskytuje informace o obsahu bedýnky a snaží se jim vyjít vstříc. Pokud chtějí spotřebitelé do bedýnek jiný produkt, než obsahuje nabídka popřípadě, mají-li zájem některou plodinu odebrat ve větším množství.

Spotřebitelé nejčastěji v bedýnkách odebírají různorodé druhy zeleniny a ovoce, dle ročního období. Také mají zájem o po domácku vyrobené mléčné produkty a nápoje (různé druhy moštů a sirupů). Další početná skupina preferuje v obsahu bedýnky také domácí vejce a med přímo od včelaře.

Obrázek 21: Produkty z kterých spotřebitelé sestavují nebo by rádi sestavovali bedýnku (n=204)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### Otázka č. 12 – Objednáváte si do bedýnky i biopotraviny?

Do bedýnek si bioprodukty vždy objednává 13 % dotazovaných, 21 % sdělilo, že si do bedýnek objednávají bioprodukty občas. 47 % respondentů uvedlo, že si bioprodukty do bedýnky neobjednává z toho důvodu, že je distributoři nemají v nabídce. Tento fakt vychází z toho, že dotazníkového šetření u distributorů bylo zaměřeno převážně na ty distributory, kteří neprodávají jenom bioprodukcí a dotazníkové šetření u spotřebitelů probíhalo právě se zákazníky těchto distributorů.

Zbývajících 19 % respondentů uvedlo, že si bioprodukty do bedýnek neobjednávají z důvodu toho, že o tyto potraviny nemají zájem.

### **Otázka č. 13 – Jakou finanční částku jste ochotni zaplatit za bedýnku?**

Převážná většina spotřebitelů je ochotna zaplatit za bedýnku částku v cenové hladině do 300 Kč, tuto odpověď uvedlo 57 % respondentů. Další skupina respondentů 32 % uvedla, že bedýnku má zájem kupovat maximálně do částky 500 Kč. Zbýlé dvě skupiny respondentů zaplatí za bedýnku částku do 1 000,- Kč i nad 1 000,- Kč, ale tyto odpovědi jsou mnohem méně četné. Bedýnky z vyšší cenovou hladinou obsahují většinou bedýnky, které nemají klasické složení ovoce a zeleninu a obsahují dražší produkty, jako je např. kvalitní víno nebo různé druhy masa.

Tabulka 9: Cenová hladina, ve které nejčastěji zákazníci kupují bedýnku (n=204)

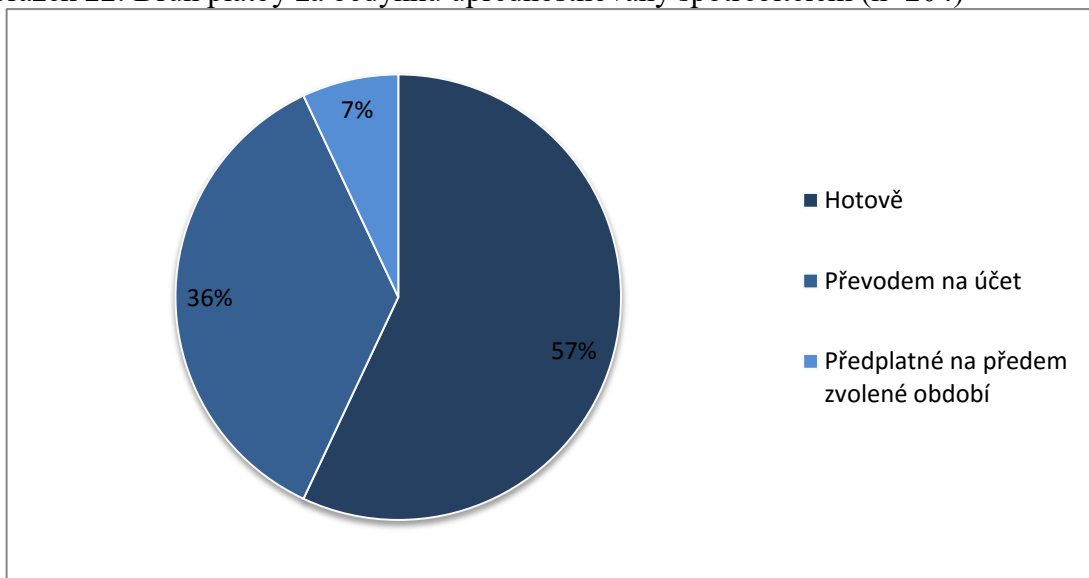
<b>Cena</b>	<b>Odpověď</b>
a) Do 300 Kč	57 %
b) 301 – 500 Kč	32 %
c) 501 – 1000 Kč	9 %
d) 1 001 Kč a více	2 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### **Otázka č. 14 – Jaký druh platby za bedýnky upřednostňujete?**

Z obrázku č. 22 je zřejmé, že nejčastěji respondenti využívají platbu za bedýnky hotově nebo platbu prostřednictvím bankovního převodu. Tento systém peněžní úhrady je pro ně nejjednodušší, při převzetí zaplatí bedýnku hotově 56 %. 37 % upřednostňuje platbu bankovním převodem, tento způsob je pro ně vhodný pokud objednávají bedýnky přes internetové stránky distributora, tak rovnou částku zaplatí i bankovním převodem. Pouze 7 % respondentů uvedlo, že upřednostňují předplatné na předem zvolené období, tento způsob úhrady je vhodný pro spotřebitele, kteří chtějí odebírat bedýnky celoročně.

Obrázek 22: Druh platby za bedýnku upřednostňovaný spotřebitelem (n=204)

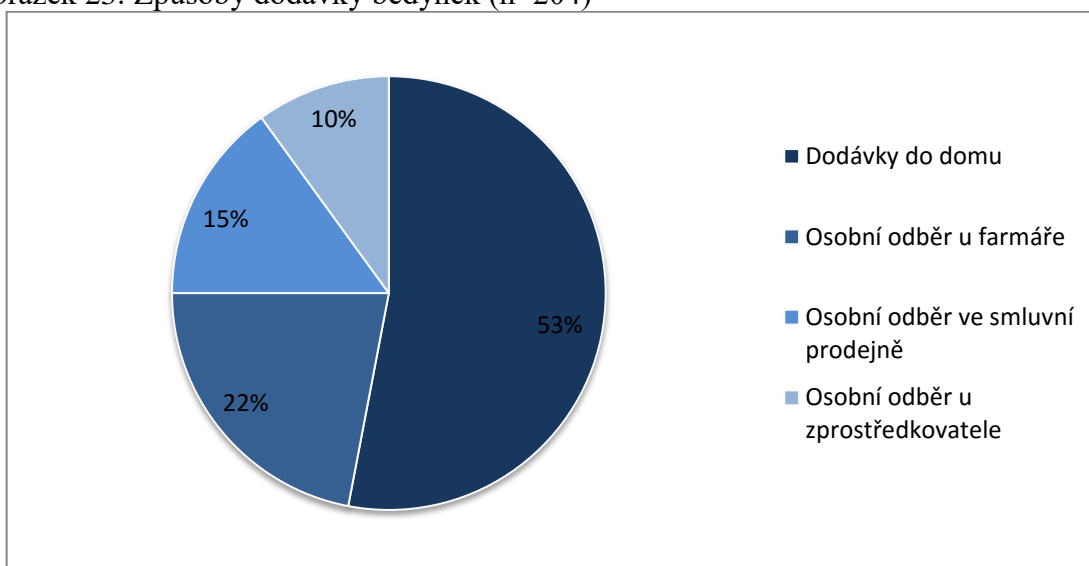


Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### Otázka č. 15 – Jaký způsob dodávky bedýnky preferujete?

53 % dotazovaných preferuje dodávky bedýnek domů, hlavně kvůli pohodlí, spotřebitelé se s distributorem dohodnou na konkrétní adrese a času dodávky a lokání potraviny jsou jim dodány až před dům. Zbývající respondenti upřednostňují osobní odběr buď to přímo u farmáře na farmě, nebo u zprostředkovatele, popřípadě si bedýnku vyzvednout ve smluvní prodejně. Záleží také na tom, jaký způsob dodání nabízí distributor, u kterého spotřebitelé nakupují, ne každý distributor zaváže bedýnky až domů nebo je jeho akční rádius omezen a proto si spotřebitelé musí dojet vyzvednout svojí bedýnky na místo určení.

Obrázek 23: Způsoby dodávky bedýnek (n=204)



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### 5.3.Syntéza dat

Cílem této části práce bylo vyhodnocení stanovených hypotéz a výzkumných otázek z dat, která byla získána při kvantitativním výzkumu.

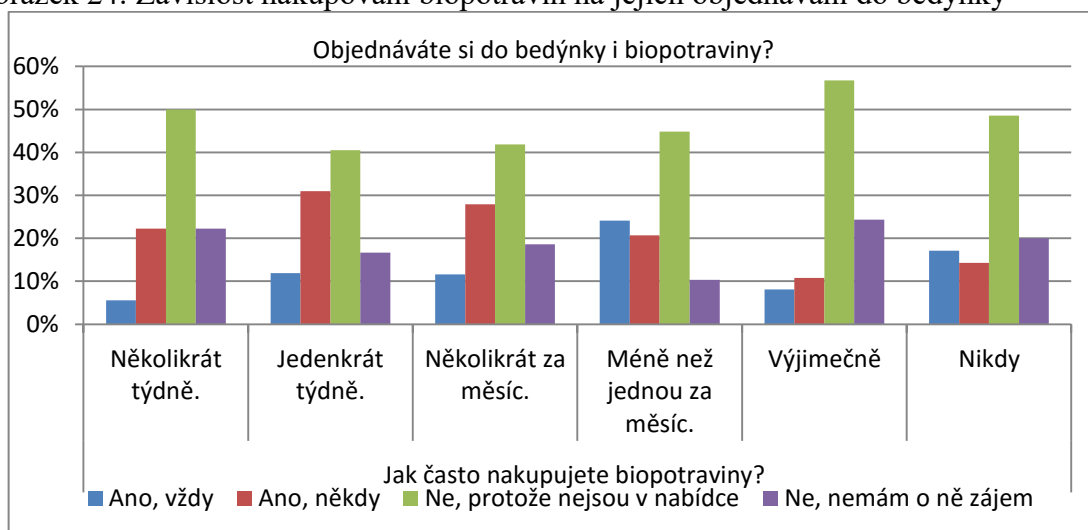
#### 5.3.1. Vyhodnocení stanovených hypotéz

Hypotézy byly vyhodnocovány pomocí statistického programu R, hypotézy č. 1 až č. 5 byly testovány prostřednictvím chí-kvadrátu. Nejprve u nich byla stanovena hladina významnosti 0,05 (5 %), které byla rozhodující pro potvrzení nebo vyvrácení hypotézy. Hypotéza č. 6 byla testována prostřednictvím analýzy rozptylu ANOVA, důležitými získanými hodnotami byly F-statistika a p-hodnota.

#### 1. Spotřebitelé, kteří nakupují bio potraviny, mají větší tendenci si objednávat biopotraviny i do bedýnek.

Dle statistického testování vyšla p-hodnota 0,5653, tím pádem stanovenou hypotézu vyvracíme, protože objednávání biopotraviny do bedýnky dle tohoto testu nezávisí na frekvenci nakupování biopotraviny.

Obrázek 24: Závislost nakupování biopotraviny na jejich objednávání do bedýnky



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### 2. Cena, kterou jsou spotřebitelé ochotni zaplatit za bedýnky je závislá na průměrném hrubém měsíčním příjmu jejich domácnosti.

Pomocí statistického testu vyšla p-hodnota pro tuto hypotézu 0,6071, tím pádem zamítáme výše uvedenou hypotézu. Tedy konstatujeme, že cena, kterou jsou

spotřebitelé ochotni zaplatit za bedýnky je nezávislá na průměrném hrubém měsíčním příjmu jejich domácnosti.

Tabulka 10: Vztah mezi cenou objednané bedýnky a průměrným hrubým měsíčním příjmem

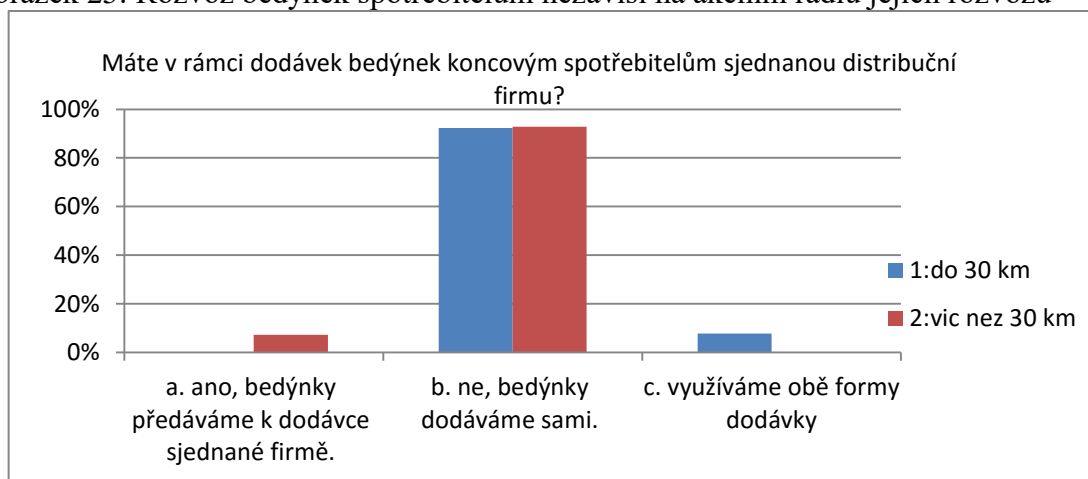
		Jakou finanční částku jste ochotni zaplatit za bedýnku?				Celkem
		Do 300 Kč	301 – 500 Kč	501 – 1.000 Kč	1.000 Kč a více	
Průměrný hrubý měsíční příjem vaší domácnosti	Méně než 5 000 Kč	100 %	0 %	0 %	0 %	100 %
	5 001 – 10 000 Kč	67 %	33 %	0 %	0 %	100 %
	10 001 – 20 000 Kč	50 %	38 %	12 %	0 %	100 %
	20 001 – 30 000 Kč	60 %	34 %	4 %	1 %	100 %
	30 001 – 40 000 Kč	64 %	25 %	6 %	6 %	100 %
	40 001 – 50 000 Kč	55 %	27 %	18 %	0 %	100 %
	Více než 50 001 Kč	39 %	44 %	11 %	6 %	100 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### 3. Prodejci si bedýnky distribuují sami bez zapojení jiné distribuční firmy, pokud je akční rádius rozvozu maximálně do 30 km od sídla společnosti.

Pro tuto zkoumanou hypotézu vyšla p-hodnota 0,3668, tím pádem tuto hypotézu vyvracíme. Tento výsledek nám říká, že není závislost mezi rozvozem bedýnek koncovým zákazníkům a akčním rádiem jejich rozvozu. Převážná většina distributorů si bedýnky svým zákazníkům rozváží sama a vzdálenost rozvozu si určí dle počtu a místa pobytu jejich zákazníků.

Obrázek 25: Rozvoz bedýnek spotřebitelům nezávisí na akčním rádiu jejich rozvozu



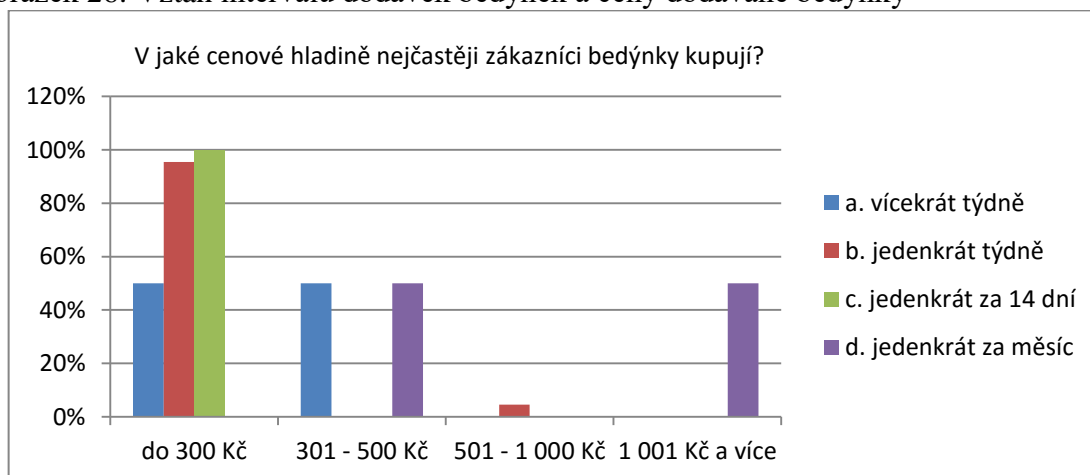
Zdroj: Vlastní zpracování (2016)



#### 4. Intervaly dodávek bedýnek koncovým zákazníkům jsou závislé na ceně bedýnek.

Dle výsledků tohoto výzkumu lze konstatovat, že existuje závislost mezi frekvencí nakupování bedýnek a jejich cenovou hladinou. Byla tedy potvrzena základní hypotéza, výsledná hodnota p-hodnoty byla 0,001679.

Obrázek 26: Vztah intervalů dodávek bedýnek a ceny dodávané bedýnky



Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

#### 5. Existuje závislost mezi tím, jak prodejci vnímají budoucnost bedýnkování a zvyšujícím se počtem jejich odběratelů.

Tato hypotéza byla dle statistického testu vyvrácena, p-hodnota 0,7417 vyšla větší než hladina významnosti. Nebyla zjištěna závislost mezi zvyšujícím se počtem jejich odběratelů a tím jak nahlíží na budoucnost bedýnkování.

Tabulka 11: Vztah mezi počtem odběratelů a pohledem distributorů na bedýnkování

	Budoucnost bedýnkového systému vidíme optimisticky					Celkem	
	1	2	3	4	5		
Počet odběratelů setrvale roste	1	43 %	29 %	0 %	0 %	0 %	100 %
	2	44 %	22 %	11 %	0 %	0 %	100 %
	3	36 %	29 %	7 %	14 %	7 %	100 %
	4	0 %	33 %	33 %	0 %	0 %	100 %
	5	50 %	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

## 6. Frekvence objednávání bedýnky závisí na počtu členů respondentovi domácnosti.

Tato hypotéza dle analýzy rozptylu nebyla potvrzena, p-hodnota testu je větší než hladina významnosti 0,05, nebyl zjištěn statisticky významný rozdíl mezi jednotlivými skupinami.

Tabulka 12: Závislost objednávání bedýnky na počtu členů domácnosti

	Počet členů Vaší domácnosti - Průměr	Počet členů Vaší domácnosti - Minimum	Počet členů Vaší domácnosti - Maximum	F-statistika	p-hodnota F-testu
Jedenkrát týdně	1,850574713	1	4	1,838	0,142
Několikrát za měsíc	1,909090909	1	4		
Méně než jedenkrát za měsíc	1,75	1	4		
Nepravidelně	1,52173913	1	4		
Celkem	1,818627451	1	4		

Zdroj: Vlastní zpracování (2016)

### 5.3.2. Vyhodnocení výzkumných otázek

#### 1. Jaké složení bedýnek spotřebitelé upřednostňují?

Z dotazníkového šetření u spotřebitelů vyplynulo, že 56 % respondentů upřednostňuje zeleninové bedýnky.

#### 2. Jaké složení bedýnek distributoři nejčastěji nabízejí?

Z dotazníkového šetření u distributorů bylo zjištěno, že nejčastěji prodávají zeleninové a kombinované bedýnky konvenční. Toto zjištění koresponduje s odpovědí na výzkumnou otázku č. 1, kde bylo zjištěno, že spotřebitelé upřednostňují nákup zeleninových bedýnek.

#### 3. Která skupina spotřebitelů nakupuje bedýnky nejčastěji?

V 65 % bedýnky nakupují ženy, které dosáhly vysokoškolského vzdělání.

#### 4. Jsou bedýnky dodávány spotřebitelům v průběhu celého roku?

Průzkum mezi distributory ukázal, že 70 % z nich nedodává bedýnky spotřebitelům po celý rok. Bedýnky jsou nejčastěji dodávány po dobu 8 měsíců.

#### 5. Umožňují distributoři odběratelům, aby si bedýnku mohli sestavit sami?

Z výsledků průzkumu u distributorů vyplynulo, že 78 % z nich sestavuje zákazníkům bedýnky samo.

## 6. Návrhová část

### Státní podpora distributorů bedýnek

Ve výzkumné části práce byl sestaven seznam distributorů bedýnek, který skýtal 64 subjektů zapojených do tohoto systému. Po jejich oslovení bylo zjištěno, že pouze 31 bedýnkářů, kteří primárně nenabízejí pouze potraviny s certifikací Bio, ale i jiné produkty, je v dnešní době aktivních. Můžeme tedy konstatovat, že bedýnkových systémů na našem území nefunguje mnoho.

Vláda má zájem rozvíjet tyto alternativní potravinové systémy, proto již stvořila program, v jehož rámci je možné bedýnky podporovat. Jedná se o Program rozvoje venkova na období 2014 – 2020, který má v plánu do rozvoje českého zemědělství v příštích letech investovat téměř 97 miliard Kč, prostřednictvím Evropské unie a rozpočtu ČR. Hlavním cílem programu je dle Státního zemědělského intervenčního fondu (2015): *„obnova, zachování a zlepšení ekosystémů závislých na zemědělství prostřednictvím zejména agroenvironmentálních opatření, dále investice pro konkurenceschopnost a inovace zemědělských podniků, podpora vstupu mladých lidí do zemědělství nebo krajinná infrastruktura.“*

Tento program podporuje také mimo jiné i horizontální a vertikální spolupráci mezi účastníky krátkých dodavatelských řetězců a místních trhů. Cílové skupiny, pro které je tato výzva určena mohou být: zemědělský podnikatel, výrobce potravin, nevládní neziskové organizace zastupující zemědělce nebo zpracovatele potravin, obce nebo svazky obcí.

Finanční alokace, která bude poskytnuta na tento rozvoj spolupráce je plánovaná pro celé území České republiky a v celkové výši 46 300 000 Kč. Subjekty mohou podávat žádost o podporu od 1. 8. 2016 do 15. 10. 2016.

V rámci tohoto projektu bude podpořena spolupráce minimálně dvou subjektů, která vede k vytváření a rozvoji krátkých dodavatelských řetězců a místních trhů. Tento program vytyčil za formu spolupráce: společný prodej v místní prodejně, společný prodej ze dvora a společnou organizaci přímého prodeje spotřebiteli. A právě do společné organizace přímého prodeje spotřebiteli spadá bedýnkový prodej.

Tato podpora je určena dodavatelskému řetězci, který obsahuje pouze jeden mezičlánek mezi zemědělcem a spotřebitelem. Dalším omezením je, že subjekty budou podporovány pouze v případě, že činnosti zpracování a prodeje konečnému spotřebiteli

se odehrávají v okruhu padesáti kilometrů od zemědělského podniku, kde byl produkt vypěstován. (SZIF, 2015)

Na základě zjištěných skutečností je možné se domnívat, že takto zaměřená podpora dopadne na úrodnou půdu a realizátorům Programu rozvoje venkova lze určitě vypsání výzvy se zaměřením na tuto oblast doporučit. Problematická může být aktuálně zjištěná struktura distributorů bedýnek, kdy není zcela zřejmé, zda právní statut fyzické osoby, která je nejčastější v případě těchto distributorů, umožňuje se o zmíněnou finanční podporu ucházet.

Distributoři bedýnek – stávající i potencionální (tedy ti, kteří o takovém způsobu distribuce uvažují) – by měli uvážit zapojení se do tohoto programu a zvážení žádosti o finanční podporu, která by mohla vést k rozvoji „bedýnkování“ na našem území. V takovém případě pak samozřejmě musí mít na paměti podmínku padesátikilometrového okruhu (vzdálenosti prodeje od místa produkce). Většina existujících distributorů bedýnek dodává bedýnky do vzdálenosti 50 km od svého sídla, svůj akční rádius však ještě musí porovnat s umístěním dodavatelům, jejichž produkty distribuují. Stejná úvaha (tj. využití podpory z Programu rozvoje venkova pro období 2014-2020) by byla na místě v případě farmářů a drobných producentů lokálních potravin. Tedy zda by neměli vytvořit nějaké kooperační sdružení s využitím nabízené finanční podpory v rámci již uvedeného specificky zaměřeného opatření Programu rozvoje venkova. Prostor se otevírá i pro producenty biopotravin, jelikož mezi stávajícími zákazníky bedýnkové distribuce je velká část respondentů, kteří o nákup biopotravin jeví zájem, a buď je již takto nakupují, nebo by je rádi nakupovali, pokud by byly v nabídce. Tito spotřebitelé jsou srozuměni s aktuální cenou distribuovaných bedýnek.

Distributoři bedýnek, kteří aktuálně nenabízejí biopotraviny, by měli zvážit dostupnost dodavatelů biopotravin a komunikovat se svými zákazníky o jejich zájmu o produkty ekologického zemědělství, a to na základě již výše zmíněné skutečnosti, že téměř polovina respondentů by do bedýnky objednávala biopotraviny, pokud by byly v nabídce.

## 7. Závěr

Diplomová práce se zabývala bedýnkovým systémem, který je světově rozšířenou formou alternativního potravinového systému. Hlavním cílem práce bylo identifikovat subjekty zapojené do distribuce bedýnek a provést průzkum zkušeností s touto formou prodeje. Dále pak vymezit postoj spotřebitelů k tomuto způsobu prodeje.

První část práce obsahuje literární přehled, ve kterém jsou uvedeny základní pojmy této problematiky, provázanost alternativních potravinových systémů, komunitou podporovaným zemědělstvím a lokálními potravinami. Také je důležité brát v potaz trvale udržitelný rozvoj, potažmo udržitelnou spotřebu. Systém bedýnek přináší řadu výhod nejen pro distributory, ale i pro jejich spotřebitele. Spotřebitel získá lokální potraviny, u kterých se může spolehnout na nejvyšší jakost a kvalitu. Distributoři si v rámci bedýnkování vytvářejí úzké vztahy se spotřebiteli, kteří jim zajišťují trvalý odbyt vyprodukovaných komodit.

Těžištěm práce se stala výzkumná část, ve které byly nejprve identifikovány subjekty zapojené do distribuce bedýnek. Poté byl sestaven seznam, který čítal 123 distributorů. Pro účely této práce bylo z tohoto seznamu vybráno 64 distributorů, kteří primárně nenabízejí pouze potraviny s certifikací Bio, ale i jiné produkty. Důvodem tohoto zúžení zkoumaného souboru byla návaznost na řešení projektu GA JU „Determinanty trhu bioprodukce (Jihočeský kraj)“. Následně byli všichni distributoři osloveni a bylo zjištěno, že v současné době systém bedýnek provozuje 31 distributorů.

Součástí výzkumné práce byl kvantitativní výzkum, který probíhal jak s distributory, tak i se spotřebiteli bedýnek prostřednictvím dotazníkového šetření. Před zahájením vlastního výzkumu byly stanoveny hypotézy a výzkumné otázky, které měly být pomocí výzkumu potvrzeny nebo vyvráceny. Dotazníkové šetření pro provozovatele bedýnkových systémů bylo zaměřeno na distributory bedýnek po celé České republice a oslovenými spotřebiteli byli zákazníci těchto distributorů.

Z odpovědí distributorů vyplynulo, že nejčastěji prodávají zeleninové a kombinované konvenční bedýnky do hmotnosti 5 kg a v cenové hladině do 300 Kč. Bedýnky nedodávají po celý rok, ale většina distributorů je nabízí po dobu 8 měsíců. Za nejčastější způsob dodávky bedýnek spotřebitelům lze považovat dodávky domů. Bedýnky si distributoři ve většině případů dodávají sami bez zapojení jiné distribuční firmy a rozvázejí je v pravidelných intervalech jedenkrát týdně. Analýzou mezi spotřebiteli bylo zjištěno, že při nákupu lokálních potravin je pro ně rozhodujícím faktorem kvalita potravin, vzhled, chuť a původ produktu. Nejvíce oblíbené jsou u

spotřebitelů zeleninové a kombinované bedýnky, které jsou dodávány jedenkrát týdně. Spotřebitelé upřednostňují dodávky bedýnek domů do hmotnosti 5 kg a v cenové hladině do 300 Kč. K nákupu bedýnek je motivuje ochutnání nových druhů produktů, rozmanitost obsahu bedýnek a také většina z nich ráda podpoří tento způsob podnikání.

V další části práce byly statisticky vyhodnoceny hypotézy a zodpovězeny výzkumné otázky. Statisticky zpracované výsledky vypovídají o tom, že cena, kterou jsou spotřebitelé ochotni zaplatit za bedýnky je nezávislá na průměrném hrubém měsíčním příjmu jejich domácnosti. Také bylo zjištěno, že frekvence objednávání biopotravin do bedýnky nezávisí na frekvenci nakupování biopotravin. Další hypotéza potvrdila, že intervaly dodávek bedýnek koncovým zákazníkům jsou závislé na ceně bedýnek. Dále lze konstatovat, že frekvence objednávání bedýnky nezávisí na počtu členů respondentovy domácnosti. Dále bylo zjištěno, že spotřebitelé upřednostňují zeleninové bedýnky, které nejčastěji nakupují ženy s vysokoškolským vzděláním. Z výsledků průzkumu u distributorů vyplynulo, že nejčastěji nabízejí zeleninové a kombinované konvenční bedýnky, které v převážné většině sestavují spotřebitelům sami. Také bylo zjištěno, že bedýnky nedodávají v průběhu celého roku, ale nejčastěji po dobu 8 měsíců.

Na základě dostupných a zjištěných informací pak byly formulovány konkrétní návrhy opatření.

Můžeme konstatovat, že alternativní potravinové sítě nejsou v České republice rozšířeny jako v jiných zemích Evropské unie, svou oblibu na našem trhu u spotřebitelů získávají až v posledních letech. Každý rok svou činnost v této oblasti zahájí řada distributorů bedýnek po celé České republice, přispívá k tomu také změna životního stylu a zájmu českých obyvatel o zdravé, kvalitní a chutné lokální potraviny. S určitostí lze říci, že se „bedýnkáři“ vydávají správným směrem, protože tato cesta je jednou z možností podpory produkce kvalitnějších potravin, kdy kvalita určitě vychází mimo jiné z možnosti distribuovat rostlinné produkty sklizené v optimální fázi zralosti.

## I. Summary

The diploma dissertation deals with farm box home delivery which is world widespread form of an alternative food system. The main aim of this dissertation was to identify the subjects involved in farm box distribution and make a survey on experiences with this form of business - afterwards to define the consumers' attitude to this way of distribution.

The first part contains the literary summary where the basic terms of this subject are introduced, interconnection of alternative food systems, agriculture supported by community and local products. It is also important to allow for sustainability, consequently sustainable consumption and production and environmental protection. The farm box system brings many advantages not only for distributors but also for their consumers. The consumer gets local food products where is a guarantee of quality. The distributors also make close relationships to consumers. Thanks to it they get in consumers the repeat customers and the continuous sale of their commodities.

The centre of the thesis is the research part where the subjects involved into the distribution of boxes were defined, which also offer other products not only the ones with Bio certification. Such a list gave 64 distributors. After that all the distributors were spoken to and it was found out how many of them are selling the farm boxes at this moment. It came out from this research that currently 31 distributors offer the box home delivery.

The quantitative research was part of the research work, which went on through a survey with the distributors. In the beginning of the research there were made own hypotheses and questions that should be confirmed or disproved in survey. In another part of this thesis, after evaluating the results, the possibilities of development the box systems could be proposed.

We can say that the alternative food nets are not widespread in the Czech Republic like in other EU countries, the popularity increases in recent time. Every year many of distributors start selling the boxes all over the Czech Republic, it helps the change the lifestyle and interest in good, healthy and tasty products. It is evident that the box sellers follow the right way because this is one of the possibilities of producing better food products.

Key words: CSA, agriculture supported by community, farm box, short supply chain, alternative food systems, local products

## II. Seznam pramenů a použité literatury

Bedýnky. (2010). Co jsou bedýnky?. Bedýnky [online]. Přístup dne 13. 12. 2015, z: <http://www.bedynky.cz/text/co-jsou-bedynky>

Bedýnkyuh. (2012). Co je systém bedýnek?. Bedýnkyuh [online]. Přístup dne 18. 1. 2016, z: <http://bedynkyuh.webnode.cz/>

Bohutínská, J. (2010). Chcete prodávat ovoce a zeleninu v bedýnkách? Zjistili jsme jaké to má výhody a úskalí. Podnikatel [online]. Přístup dne 25. 1. 2016, z: <http://www.podnikatel.cz/clanky/prodavav-ovoce-a-zeleninu-v-bedynkach-vyhody/>

Cenia (2008). Manuál udržitelné spotřeby a výroby. Cenia [online]. Přístup dne 8. 1. 2016, z: [http://www.cenia.cz/\\_C12572160037AA0F.nsf/\\$pid/CPRJ7JKEX9N6/\\$FILE/Manual-USV-web.pdf](http://www.cenia.cz/_C12572160037AA0F.nsf/$pid/CPRJ7JKEX9N6/$FILE/Manual-USV-web.pdf)

Český farmářský trh (2011). Historie. Český farmářský trh [online]. Přístup dne 10. 1. 2016, z: <http://www.ceskyfarmarskytrh.cz/informace-cesky-farmarsky-trh/>

Dower, M. (n.d.). Místní zemědělství a krátké potravinové dodavatelské řetězce. Zpráva o výsledcích workshopu A. Směrem k vhodnému politickému rámci [online]. Přístup dne 15. 1. 2016, z: [https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjN17vphcfKAhXD1A4KHS7tAb8QFgg1MAM&url=http%3A%2F%2Ffiles.kozidvorek.cz%2F200000102-38efb39e9c%2FZavery\\_workshopu\\_A\\_preklad.pdf&usg=AFQjCNF\\_aCjAAAnmmptSBtKpAGVw7gHSVfQ&sig2=gPk5-K\\_36xWILf8YROGmuQ&bvm=bv.112454388,d.ZWU](https://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjN17vphcfKAhXD1A4KHS7tAb8QFgg1MAM&url=http%3A%2F%2Ffiles.kozidvorek.cz%2F200000102-38efb39e9c%2FZavery_workshopu_A_preklad.pdf&usg=AFQjCNF_aCjAAAnmmptSBtKpAGVw7gHSVfQ&sig2=gPk5-K_36xWILf8YROGmuQ&bvm=bv.112454388,d.ZWU)

Enders. (2014). Program rozvoje venkova 2014 – 2020. Enders [online]. Přístup dne 15. 1. 2016, z: <http://www.enderscz.cz/userfiles/files/aktuality/program-rozvoje-venkova-2014.pdf>

Evropská síť pro rozvoj venkova. (2014). Místní potraviny a krátké dodavatelské řetězce. Evropská komise [online]. Přístup dne 15. 1. 2016, z: [http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/themes/local-food-and-short-supply-chains/cz/local-food-and-short-supply-chains\\_cz.html](http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/themes/local-food-and-short-supply-chains/cz/local-food-and-short-supply-chains_cz.html)

FAO. (2014). Family Farmers: Feeding the world, caring for the earth. Food and Agriculture Organization of the United Nations [online]. Přístup dne 5. 12. 2015, z: <http://www.fao.org/resources/infographics/infographics-details/en/c/230925/>

Galerie Gymjil. (n.d.). Zemědělství České republiky – Transformace zemědělství po roce 1989. Galerie.gymjil. [online]. Přístup dne 8. 1. 2015, z: [http://galerie.gymjil.cz/sg\\_web2/zemedelstvi/zemedelstvi\\_transformace.htm](http://galerie.gymjil.cz/sg_web2/zemedelstvi/zemedelstvi_transformace.htm)

Hayden, J. (2012). Doing community supported Agriculture: Tactile space, affect and effects of membership. Geoforum č. 2-2012



Henderson, E. & Van En, R. (2007). *Sharing the Harvest: A Citizen's Guide to Community Supported Agriculture*. Chelsea, United States of America: Chelsea Green Publishing Company.

Hinrichs, C. (2000). Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, č. 16-2000

Chlupatý, R. (2014). Odmítáte výrobky s pochybným rodokmenem?. Investiční web [online]. Přístup dne 15. 1. 2016, z: <http://www.investicniweb.cz/2014/9/29/odmitate-vyrobky-s-pochybnym-rodokmenem-aplikace-vam-zjisti-jak-veci-vznikaji/>

Kettnerová, M., & Valeška, J. (2012). Komunitou podporované zemědělství. *Ekologické zemědělství. Zemědělec* č. 44-2012

Kolářová, H. (2013). Komunitou podporované zemědělství. *Časopis pro ekogramotnost Bedrník. Ročník 11, č. 2-2013*

Kolářová, H. & Hradil, R. (2003). Stručná historie ekologického zemědělství. *Časopis pro ekogramotnost Bedrník. Č. 3-2003*

Korčák, P. (1991). *Naše společná budoucnost: světová komise pro životní prostředí a rozvoj*. Praha, Česká republika: Academia

Kotěra, J. (2011). Co je nutné zajistit při prodeji bedýnek z hlediska předpisů. *Bio-info* [online]. Přístup dne 20. 1. 2016, z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/co-je-nutne-zajistit-pri-prodeji-bedynek-z-hlediska-predpisu>

Knowles, T. & Moody, R. & McEachern, M. (2007). European food scares and their impact of EU food policy. *British Food Journal* č. 1 -2007

Kušková, P. (2009). Češi ve spotřebitelském ráji (!?) Vývoj spotřeby českých domácností v posledních 20 letech. CENIA, česká informační agentura životního prostředí, ve spolupráci s Ministerstvem životního prostředí [online]. Přístup dne 13. 12. 2015, z: [http://www.mzp.cz/osv/edice.nsf/243F080C086028B1C12575DF003D0F56/\\$file/OVV-cesi\\_raj-20090630.pdf](http://www.mzp.cz/osv/edice.nsf/243F080C086028B1C12575DF003D0F56/$file/OVV-cesi_raj-20090630.pdf)

Mansvelt, J. (2011). *Green consumerism: an A-to-Z guide*. Los Angeles, United States of America: Sage Reference.

Ministerstvo pro místní rozvoj (2014). Základní pojetí konceptu udržitelného rozvoje. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. Přístup dne 8. 1. 2016, z: <http://www.mmr.cz/cs/Microsites/PSUR/Uvodni-informace-o-udrzitelnem-rozvoji/Zakladni-pojeti-konceptu-udrzitelneho-rozvoje>

Ministerstvo zemědělství. (2015). *Ekologické zemědělství. Eagri* [online]. Přístup dne 17. 12. 2015, z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>

Ministerstvo životního prostředí. (n.d.). Udržitelná spotřeba a výroba. Ministerstvo životního prostředí [online]. Přístup dne 8. 11. 2015, z: [http://www.mzp.cz/cz/udrzitelna\\_spotreba\\_vyroba](http://www.mzp.cz/cz/udrzitelna_spotreba_vyroba)

MZP (2005). Rámec programů udržitelné spotřeby a výroby České republiky. Data plán [online]. Přístup dne 8. 11. 2015, z: [http://dataplan.info/img\\_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/ramec\\_program\\_u\\_USV.pdf](http://dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/ramec_program_u_USV.pdf)

Palánová, B. (2015). Krátké potravinové řetězce. MAS Boskovicko PLUS rámci [online]. Přístup dne 15. 1. 2016, z: <http://www.masboskovickoplus.cz/kratke-potravinove-retezce/d-1862>

Popp, T. (2015). Místní potraviny na talíři. Envic [online]. Přístup dne 5. 12. 2015 z: <http://www.envic.cz/mistni-potraviny-na-taliri.htm>

Potravinová suverenita. (2014). Proč je rodinné zemědělství důležité?. Potravinová suverenita [online]. Přístup dne 17. 1. 2016, z: <http://potravinasuverenita.cz/akce/rodinne-zemedelstvi/>

Robinson, G. (2008). Sustainable rural systems. Sustainable agriculture and Rural Communities. Alderhot, England: Ashgate.

Rynda, I. (2003). Trvale udržitelný rozvoj a mezinárodní spolupráce. Kch [online]. Přístup dne 11. 1. 2016, z: <http://www.kch.tul.cz/texty/sedlbauer/tema9.htm>

Slow food. (2012). „Co si doma vypěstujeme, to si s chutí sněžeme“. Leader ostrožsko [online]. Přístup dne 15. 1. 2016, z: [http://www.leader.ostrozske.cz/userfiles/file/Slow\\_food/Vaclavik.pdf](http://www.leader.ostrozske.cz/userfiles/file/Slow_food/Vaclavik.pdf)

Soil Association CSA Project. (2011). The impact of community supported agriculture. Soil association. [online]. Přístup dne 14. 12. 2015, z: <http://www.soilassociation.org/LinkClick.aspx?fileticket=13kfHnNhvxg%3D&tabid=373>

The Goran Theme. (2011). Potravinová suverenita v Evropě – hned! Potravinová suverenita. [online]. Přístup dne 11. 12. 2015, z: <http://potravinasuverenita.cz/deklarace/>

Urban, J. & Šarapatka, B. (2003). Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi. I. díl (základy ekologického zemědělství, agroenvironmentální aspekty a pěstování rostlin.). Praha, Česká republika: Ministerstvo životního prostředí ČR pro PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců

Václavík, T. (2008). Jak úspěšně vytvořit a provozovat systém „biobedynek“. Agro-envi-info. [online]. Přístup dne 10. 1. 2016, z: [http://www.agro-envi-info.cz/files/dokumen/Jak\\_vytvorit\\_a\\_uspesne\\_provozovat\\_system\\_biobedynek.pdf](http://www.agro-envi-info.cz/files/dokumen/Jak_vytvorit_a_uspesne_provozovat_system_biobedynek.pdf)

Valaška, J. (2012). Jsou lokální potraviny skutečně šetrnější k přírodě? Bio spotřebitel. [online]. Přístup dne 8. 2. 2016, z: <http://biospotrebitelem.cz/pruvodce-biospotrebitele/jsou-lokalni-potraviny-skutecne-setrnejsi-k-prirode>

Venn, L. & kol. (2006). Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations. Area č. 3 – 20

### III. Seznam tabulek a obrázků

Obrázek 1: Farmářská bedýnka.....	17
Obrázek 2: Mapa distributorů potravin z místních zdrojů .....	24
Obrázek 3: Druh prodáváných bedýnek (n=27).....	25
Obrázek 4: Používaný systém úhrady za dodávku bedýnky (n=27) .....	26
Obrázek 5: Produkty, které jsou spotřebitelům nabízené distributory bedýnek (n=27).....	27
Obrázek 6: Intervaly dodávek bedýnek koncovým zákazníkům (n=27).....	28
Obrázek 7: Velikosti bedýnek nabízené distributory (n=27) .....	29
Obrázek 8: Podíl jednotlivých forem dodávky bedýnek (n=27).....	31
Obrázek 9: Vzdálenost, do které jsou distributoři ochotni dodávat bedýnky (n=22).....	32
Obrázek 10: Pohlaví respondentů (n=204) .....	37
Obrázek 11: Věk respondentů (n=204).....	37
Obrázek 12: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů (n=204).....	37
Obrázek 13: Průměrný hrubý měsíční příjem respondentovy domácnosti (n=204) .....	38
Obrázek 14: Počet členů respondentovy domácnosti.....	38
Obrázek 15: Místo bydliště spotřebitelů bedýnek (n=204).....	39
Obrázek 16: Frekvence nákupu potravin z místních zdrojů (n=204).....	41
Obrázek 17: Finanční částka, kterou spotřebitelé utratí měsíčně za lokální potraviny (n=204) .....	43
Obrázek 18: Intervaly dodávek bedýnek spotřebitelům (n=204).....	44
Obrázek 19: Spotřebitelé nejčastěji nakupovaný druh bedýnek (n=204) .....	46
Obrázek 20: Velikosti bedýnek nákupové spotřebitelé (n=204).....	46
Obrázek 21: Produkty z kterých spotřebitelé sestavují nebo by rádi sestavovali bedýnku (n=204).....	47
Obrázek 22: Druh platby za bedýnku upřednostňovaný spotřebitelem (n=204).....	49
Obrázek 23: Způsoby dodávky bedýnek (n=204).....	49
Obrázek 24: Závislost nakupování biopotravin na jejich objednávání do bedýnky.....	50
Obrázek 25: Rozvoz bedýnek spotřebitelům nezávisí na akčním rádiu jejich rozvozu .....	51
Obrázek 26: Závislost intervalů dodávek bedýnek na jejich ceně .....	52
Tabulka 1: Seznam distributorů potravin z místních zdrojů .....	24
Tabulka 2: Délka období dodávek bedýnek během roku (n=19).....	25
Tabulka 3: Cenová hladina, ve které nejčastěji zákazníci kupují bedýnku.....	28
Tabulka 4: Podíl jednotlivých forem objednávek na celkovém objemu (n=27) .....	30
Tabulka 5: Zdroje, ze kterých se distributoři dozvěděli o systému bedýnek (n=27) .....	33
Tabulka 7: Internetové stránky distributorů bedýnek (n=27).....	34
Tabulka 8: Rok založení podniku/organizace provozující distribuci bedýnek (n=27) .....	36
Tabulka 9: Prodejny, kde spotřebitelé nejčastěji nakupují potraviny z místních zdrojů (n=204).....	41
Tabulka 10: Cenová hladina, ve které nejčastěji zákazníci kupují bedýnku (n=204).....	48
Tabulka 11: Vztah mezi cenou objednané bedýnky a průměrným hrubým měsíčním příjmem .....	51
Tabulka 12: Vztah mezi počtem odběratelů a pohledem distributorů na bedýnkování .....	52
Tabulka 13: Závislost objednávání bedýnky na počtu členů domácnosti .....	53

## IV. Seznam příloh

Příloha 1: Seznam subjektů zapojených do distribuce bedýnek .....	3
Příloha 2: Seznam subjektů zapojených do distribuce bedýnek potravin z místních zdrojů.....	5
Příloha 3: Dotazník pro distributory bedýnek.....	7
Příloha 4: Konkrétní produkty obsažené v bedýnkách.....	9
Příloha 5: Seznam odběrných míst.....	10
Příloha 6: Seznam dodavatelů.....	13
Příloha 7: Podíl rozvozu bedýnek domů na celkových tržbách: .....	14
Příloha 8: Počet členů: .....	15
Příloha 9: Počet odběratelů: .....	16
Příloha 10: Dotazník pro spotřebitele bedýnek.....	16

## V. Přílohy

Příloha 1: Seznam subjektů zapojených do distribuce bedýnek

	Název	Sídlo
1.	Alena a Pavel Poláchovi	Brno
2.	Badeko	Brno
3.	Bedol.cz	Olomouc
4.	Bedýnky Biofarma Žatec	Žatec
5.	Bedýnky Brno	Brno
6.	Bedýnky CB	Křemže
7.	Bedýnky HK	Hradec Králové
8.	Bedýnky z Hornácka	Velká nad Veličkou
9.	Bedýnky z Lhoty	Bílá Lhota
10.	Bedýnky – Liberec	Liberec
11.	Bedýnky Mnichovo Hradiště	Mnichovo Hradiště
12.	Bedýnky Olomouc	Olomouc
13.	Bedýnky Ostrava	Ostrava
14.	Bedýnky v Pohodě	Králův Dvůr
15.	Bedýnky z Polabí	Poděbrady
16.	Bedýnky z Poodří	Sedlnice
17.	Bedýnky od Sýkorky	Hradečno-Nová Ves
18.	Bedýnky – Trutnov	Trutnov
19.	Bedýnky UH	Uherské Hradiště
20.	Beskydský Bioklubík	Tichá
21.	Berounské Bedýnky	Beroun
22.	Bijo jako od maminky	Řevnice
23.	Bio Klub Sever	Opava
24.	Bio U Nás	Stará Boleslav
25.	Biobedýnky	Černíkovice
26.	Biobedýnky Country Life	Beroun
27.	Biobedýnky Ekoworld	Písek
28.	Biobedýnky Liberec	Liberec
29.	Biobedýnky-Olomouc	Olomouc
30.	Biobedýnky – Tři Sudičky	Brno
31.	Biobox Brno	Brno
32.	Biocontent	Doksy
33.	Biofarma Sasov	Praha
34.	Biofarma Žatec	Žatec
35.	Biokošík Pro-Bio Ligy	Praha
36.	BioPark	Ústí nad Labem
37.	Biopytel ze Statku	Litoměřice
38.	Biozahrada v Táboře	Tábor
39.	Biozahrada v Praze	Praha
40.	Biozelenina Jitka Píchová	Horní Ředice
41.	Biozdraví	Praha
42.	Biobox Brno	Brno
43.	Čerstvé bedýnky	Praha
44.	Čerstvé Bedýnky HK	Hradec Králové
45.	Čupr Bedýnky	Litoměřice

46.	Dobrá Farma	Praha
47.	Domáci je domácí	Bystřice
48.	Dos Moskitos	Český Brod
49.	Družstvo Jednanota	České Budějovice
50.	Dvůr Vyšínek	Zlonice
51.	Ebioshop	Praha
52.	Ekocentrum Šťovík	Teplice
53.	Ekofarma LP	Velká Bíteš
54.	Ekofarma Šelongovi	Pustějov
55.	Ekokrámek	Holany
56.	Ekostak Ludvíkov	Jistebnice
57.	Ekostatek Vlkaneč	Praha
58.	El Bio Bedýnky	Praha
59.	Farma Jali	Holešov
60.	Farma Kaliště	Český Krumlov
61.	Farma Konojedy	Konojedy
62.	Farma Klokočí	Klokočí
63.	Farma Košík	Praha
64.	Farma na Zvolenci	Dolní Bojanovice
65.	Farma-obchod.cz	Zlín
66.	Farmbedýnky	Hanušovice
67.	Farmářské bedýnky	Kojetice
68.	Farmářské-bedýnky	Nové Sady
69.	Farmbox.cz	Syrovice
70.	Fatrhrudolfov	Rudolfov
71.	Fresh nákup	Slušovice
72.	Freshbedýnky	Praha
73.	Freshkoš	Plzeň
74.	Gamabedýnky	Kamenice
75.	Hospodářství Hodonice	Kaplice
76.	Jihočeské Potraviny	České Budějovice
77.	Josef Vymětal	Břest
78.	Kbedynky.cz	Troubky
79.	Kompot	Velké Přílepy
80.	Konzum, obchodní družstvo	Ústí nad Orlicí
81.	Kozí farma Ekokoza	Lesní Jakubov
82.	KPZ Toulcův dvůr	Praha
83.	Kořenková Farma Vícemil	Vícemil
84.	Kyprův Mlýn	Knínice
85.	Lokalista.cz	Jirny
86.	Milan Krišik	Bystrany
87.	Moc dobrot	České Budějovice
88.	Namste	Boskovice
89.	Oáza Zdraví	Praha
90.	Opravdové potraviny	Ostrava
91.	Oskarovo Družstvo	Brno
92.	Prodej Český med	Dvůr Králové
93.	Prodejzedvora	Soběchleby
94.	Regionka Havlíčkův Brod	Havlíčkův Brod
95.	Rodinná farma	Slavkov U Brna

96.	Rodinná farma Jamboz	Čáslav
97.	Selská Vína	Praha
98.	Skleničkovy Bedýnky	Obříství
99.	Sklizeno	Brno
100.	Slunečnice	Brno
101.	Svobodný statek na soutoku, o.p.s.	Terezín
102.	Statek Fišnarovi	Bílá Lhota
103.	Statek Jíkev	Oskořínek
104.	Svět Bedýnek	Nová Hospoda
105.	Školní statek Středočeského kraje	Mělník
106.	Šťastné Kuře	Lysá nad Labem
107.	Tea of Paradise	Semily
108.	Tradice z Ivančic	Brno
109.	U Pechajdy	Litoměřice
110.	Včelí ekofarma Rokytník	Hronov
111.	Veronika Peřinová	Frýdek-Místek
112.	Zahradnictví Špunar	Brodek u Přerova
113.	Zámecký Statek	Mčely
114.	Zdravá Bedna	Brno
115.	Zdravá Plzeň	Plzeň
116.	Zdravé Bedýnky	Horoměřice
117.	Zdravka Údolní	Brno
118.	Zelenina Zastráň	Nová Ves u Chotěboře
119.	Zelenina Zeman+Zeman	Hostín u Vojkovic
120.	Zeleninové bedýnky Opava	Staré Heřmínovy
121.	Zuzífkovo Taškaření	Prosečné
122.	Zámecké sady Chrámce	Most
123.	Žďár nad Sázavou Žďár nad Sázavou	Žďár nad Sázavou

Zdroj: Vlastní šetření (2015)

Příloha 2: Seznam subjektů zapojených do distribuce bedýnek potravin z místních zdrojů

	Název
1.	Bio U Nás
2.	Prodejzedvora
3.	Statek Fišnarovi
4.	Bio Zahrada v Praze
5.	Bedýnky CB
6.	Badeko
7.	Bedol.cz
8.	Bedýnka z Hornácka
9.	Bedýnky - Liberec
10.	Bedýnky HK
11.	Bedýnky Mnich. Hradiště
12.	Bedýnky od Sýkorky
13.	Bedýnky Ostrava
14.	Bedýnky Z Lhoty
15.	Bedýnky Z Polabí
16.	Bedýnky - Trutnov

17.	Bedýnky v Pohodě
18.	Berounské Bedýnky
19.	Čerstvé bedýnky
20.	Čerstvé bedýnky HK
21.	Čupr Bedýnky
22.	Domacijedomaci
23.	Dos Moskitos
24.	Družstvo Jednanota
25.	Kořenková Farma Vícemil
26.	Ekofarm. LP
27.	Ekofarma Šelongovi
28.	Ekokrámek
29.	Farma Jali
30.	Farma Kaliště
31.	Farma Konojedy
32.	Farma na Zvolenci
33.	Farmářské-bedýnky
34.	Fatrhrudolfov
35.	Gamabedýnky
36.	Hospodářství Hodonice
37.	Jihočeské Potraviny
38.	Kbedynky.cz
39.	Kompot
40.	Konzum, obchodní družstvo
41.	KPZ Toulcův dvůr
42.	Kyprův Mlýn
43.	Moc dobrot
44.	Oskarovo Družstvo
45.	Prodej Český med
46.	Regionka Havlíčkův Brod
47.	Rodinná farma
48.	Skleničkovy Bedýnky
49.	Sklizeno
50.	Statek Jíkev
51.	Svět Bedýnek
52.	Školní statek Středočeského kraje
53.	Šťasné Kuře
54.	Tea of Paradise
55.	Zahranidnictví Špunar
56.	Zámecký Statek
57.	Zdravá Bedna
58.	Zdravá Plzeň
59.	Zdravé Bedýnky
60.	Zelenina Zastráň
61.	Zelenina Zeman+Zeman
62.	Zeleninové bedýnky Opava
63.	Zuzífkovo Taškaření
64.	Žďár nad Sázavou

Zdroj: Vlastní šetření (2015)



Příloha 3: Dotazník pro distributory bedýnek

1. Jaký druh bedýnek prodáváte? (označte prosím křížkem)

	Konvenční	Bio	Smíšené
Zeleninové.			
Ovocné.			
Kombinované.			

Jiné.....

2. Dodáváte bedýnky po celý rok?

Ano

Ne – kolik měsíců v roce?.....

3. Jaký systém úhrady peněžní částky za bedýnky zákazníci využívají?

- a. Hotově. ....%
- b. Převodem na bankovní účet .....%
- c. Předplatné na předem zvolené období .....%
- d. Jiné .....%

4. Z jakých produktů si spotřebitelé mohou bedýnku sestavit? (označte prosím křížkem)

	Konvenční	Bio	Upřesněte prosím konkrétní produkty
Zelenina			
Ovoce			
Obilné produkty			
Mléčné výrobky			
Pečivo			
Domácí šťávy a mošty			
Kompoty a zavařeniny			
Vejce			
Med			
Koření			
Zelené natě a bylinky			
Jiné – uveďte:			

5) V jakých intervalech dodáváte bedýnky koncovým zákazníkům? (uveďte prosím podíl zákazníků u jednotlivých dodávkových cyklů).

- a. vícekrát týdně .....%
- b. jedenkrát týdně .....%
- c. jedenkrát za 14 dní .....%
- d. jedenkrát za měsíc .....%
- e. méně než jedenkrát za měsíc .....%

6) V jaké cenové hladině nejčastěji zákazníci bedýnky kupují?

- a. do 300 Kč .....%
- b. 301 – 500 Kč .....%
- c. 501 – 1.000 Kč .....%
- d. 1.001 Kč a více .....%

7. Jaké velikosti bedýnek nabízíte (v kg)? Jaký podíl představují jednotlivé velikosti?

- a. do 3 kg ..... %

- b. do 5 kg ..... %
- c. do 7 kg ..... %
- d. do 10 kg ..... %
- e. nad 10 kg ..... %

8. Označte prosím na škále odpověď na následující otázky:

**8.1 Kolik vašich odběratelů má zájem o bioprodukty?**

všichni	většina	polovina	menšina	nikdo
1	2	3	4	5

**8.2 Mohou si Vaši odběratelé sestavovat bedýnku sami?**

ano	spíše ano	někdy ano, někdy ne	spíše ne	ne
1	2	3	4	5

**8.3 Rozšiřuje se počet Vašich odběratelů? (1= rozhodně ano, 5=rozhodně ne)**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

**8.4 Vydrží Vaši členové odebírat minimálně jednu sezónu?**

všichni	většina	polovina	menšina	nikdo
1	2	3	4	5

**8.5 Vidíte budoucnost bedýnkového systému optimisticky? ( 1=rozhodně ano, 5 rozhodně ne)**

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Odhadněte prosím podíl (v %) jednotlivých forem objednávky na celkovém objemu objednávek:

a. osobně: ..... %                      b. telefonicky: .....%            c. přes internet  
.....%

d. při odběru na odběrním místě: .....%

10. Odhadněte prosím podíl (v %) jednotlivých forem dodávky bedýnek

a. v sídle družstva..... %    b. dodávka domů.....  
%

c. odběr na odběrném místě ..... %

11. Máte v rámci dodávek bedýnek koncovým spotřebitelům sjednanou distribuční firmu?

- a. ano, bedýnky předáváme k dodávce sjednané firmě.
- b. ne, bedýnky dodáváme sami.
- c. využíváme obě formy dodávky

12. Proč jste se rozhodli organizovat bedýnkovou distribuci?



	nektarinky, třešně, višně, maliny, borůvky
Obilné produkty	mouka
Mléčné výrobky	mléko, sýr, jogurt, tvaroh, máslo, pomazánky
Pečivo	chléb, zelňáky
Domácí šťávy a mošty	mošty, šťávy, sirupy
Kompoty a zavařeniny	marmelády, džemy
Vejce	křepelčí, slepičí
Med	
Zelené natě a bylinky	bazalka, kopr, rozmarýn, pažitka, máta, petržel, majoránka, oregano
Ostatní	Maso (vepřový, hovězí, kachny, krůty, husy), víno, káva, luštěniny, uzený bok, uzený kapr, klobása, paštika, pivo, čaje, sušené ovoce, houby

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

#### Příloha 5: Seznam odběrných míst

<b>Bedýnkáři</b>	<b>Odběrná místa</b>
Bedýnky CB	Bedýnky CB, Holubov 55, p. Křemže Bedýnky CB, Lidická, České Budějovice Bedýnky CB, Za nádražím, Český Krumlov
Bedýnky od Sýkorky	Farmářský obchod, Slaný
Bedýnky v Pohodě	Business Park Beroun, Obchodní ulice, Beroun Žebrák Zdice Farmářský a Bio obchod farma, Masarykova ulice 612, Rudná Obchůdek „Dobrá adresa“ Zámecká ulice 10, Hořovice Prodejna zmrzliny, Chýně
Bedýnky z Polabí	Vinotéka, Budovcova na Žižkově, Poděbrady Vinotéka U vrby, Husova ulice 807, Poděbrady Moravská vinotéka, Politických vězňů, Kolín Vinotéka U Hroznu, Boleslavská třída 416, Nymburk
Čerstvé bedýnky	Lužiny Dobřichovice u Prahy Rudná u Prahy Slivec Beroun Caffé Dalejka, Praž 5
Čupr Bedýnky	Čupr bedýnky Teplice, Parkoviště u pošty (ul. Dubská a Kapelní), Teplice Čupr bedýnky Ústí, Parkoviště W. Churchilla 10, Ústí nad Labem Čupr bedýnky Děčín, parkoviště v ul. Labská u nové knihovny, Děčín Čupr bedýnky Most, U stadionu, před prodejnou Hanzal, Most Čupr bedýnky Jirkov, Karla Čapka 430, Jirkov Čupr bedýnky Litvínov, K loučkám 1423, Litvínov
Domácí je domácí	Bystřice nad Olší 537, Bystřice nad Olší Český Těšín, Horní 2022/4, Český Těšín Centrum pro rodinu Sluníčko, Jurkovičova 1547, Karviná Třinec, Na kopci 1280, Třinec
Farmářské-bedýnky	Obchod Sklizeno, Křídlovická ul. U Ronda, Brno Obchod Sklizeno, Palackého třída u Semillas, Brno Obchod Sklizeno, Říčanská 970/23, Kamechy Brno Bio-harmonie, Dukelská ul. Vyškov, Brno
Kom-pot	Zahrada, Středokluky Výdejní místo u jednotlivých závozníků, Velké Přílepy Kavárna Vypálené koťátko, Praha
Konzum, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí	Konzum, Albrechtice 110, Lanškroun 56301 Konzum, Běstovice 91, Choceň 56501 Konzum, Bohoušovi 77, Žamberk 56401 Konzum, č.p. 382, Bohuslavice 54906 Konzum, Nádražní 459, Brandýs nad Orlicí 56112 Konzum, Nádražní 459, Brandýs nad Orlicí 56112

Konzum, Větrná 228, Broumov 55001  
Konzum, Bučina 8, Vysoké Mýto 56601  
Konzum, Bystřec 188, Bystřec 56154  
Konzum, Cerekvice nad Loučnou 171, Cerekvice nad Loučnou 56953  
Konzum, Seifertova 387, Lanškroun 56161  
Konzum, Moravská 111, Ústí nad Orlicí 56161  
Konzum, Cotkytle 100, Cotkytle 56132  
Konzum, Červená Voda 165, Červená Voda 56161  
Konzum, 5. května 2, Červený Kostelec 54941  
Konzum, 28. října 377, Česká Skalice 55203  
Konzum, Chmelnice 129, Česká Třebová 56002Konzum,  
Konzum, Kubelkova 578, Česká Třebová 56002  
Konzum, Chmelnice 129, Česká Třebová 56002  
Konzum, Lhotka 204, Česká Třebová 56003  
Konzum, České Libchavy 118, České Libchavy 56114Konzum,  
Konzum, České Heřmanice 76, České Heřmanice 56552  
Konzum, Dlouhá Třebová 231, Dlouhá Třebová 56117  
Konzum, Dobříkov 124, Vysoké Mýto 56601  
Konzum, Dolní Dobrouč 59, Dolní Dobrouč 56102Konzum,  
Konzum, Dolní Dobrouč 491, Dolní Dobrouč 56102  
Konzum, Dolní Libchavy 85, Libchavy 56116  
Konzum, Domoradice 74, Vysoké Mýto 56601  
Konzum, Dukelská 153, Doudleby nad Orlicí 51742  
Konzum, Džbánov 134, Vysoké Mýto 56601  
Konzum, Helvíkovice 114, Žamberk 56401  
Konzum, Hnátovice 170, Hnátovice 56101  
Konzum, Horní Čermná 288, Horní Čermná 56156  
Konzum, Horní Čermná 141, Horní Čermná 56156Konzum,  
Konzum, Horní Heřmanice 175, Lanškroun 56301Konzum,  
Konzum, Horní Sloupnice 335, Horní Sloupnice 56553  
Konzum, Horní Sloupnice 341, Horní Sloupnice 56553  
Konzum, Hostovského 660, Hronov 54931  
Konzum, Hrušová 106, Hrušová 56555  
Konzum, Pernerova 394, Choceň 56501  
Konzum, Pernerova 394, Choceň 56501  
Konzum, Podhomolí 1555, Choceň 56501  
Konzum, Na vyhlídce 574, Jablonné nad Orlicí 56164  
Konzum, Javornice 246, Javornice 51711  
Konzum, Javorník 51, Vysoké Mýto 56601  
Konzum, Kameničná 80, Žamberk 56401  
Konzum, Klášterec nad Orlicí 3, Klášterec n. O. 56182  
Konzum, Tyršova 1424, Kostelec nad Orlicí 51741  
Konzum, Moravská 999, Králíky 56169  
Konzum, 5. května 491, Králíky 56169  
Konzum, Moravská 999, Králíky 56169  
Konzum, Kunvald v Čechách 100, Kunvald v Čechách 56181  
Konzum, Kunvald v Čechách 150, Kunvald 56181  
Konzum, Kvasiny 263, Kvasiny 51702  
Konzum, Seifertova 387, Lanškroun 56301  
Konzum, Ústecká 84, Letohrad 56151  
Konzum, Václavské náměstí 50, Letohrad 56151  
Konzum, Ústecká 850, Letohrad 56151Konzum,  
Konzum, Jablonská 238, Letohrad 56151  
Konzum, Letohrad-Kunčice 201, Letohrad 56151  
Konzum, Líšnice 167, Líšnice 56184  
Konzum, Lukavice 12, Letohrad 56151  
Konzum, Dlouhá 138, Meziměstí 54981  
Konzum, Moravský Karlov 104, Králíky 56169  
Konzum, Nekoř 282, Nekoř 56163  
Konzum, Němčice 128, Němčice 56118  
Konzum, Dobrušská 724, Opočno 51773  
Konzum, Dobrušská 724, Opočno 51773  
Konzum, Dobrušská 724, Opočno 51773  
Konzum, Orličky 4, Orličky 56155  
Konzum, Ostrov 272, Ostrov 56122  
Konzum, Pastviny 47, Žamberk 56401  
Konzum, Petrovice 32, Lanškroun 56301  
Konzum, Písečná 78, Písečná 56170  
Konzum, Pohoří 84, Dobruška 51801

	<p>Konzum, Pod lipami 281, Potštejn 51743  Konzum, č.p. 170, Provodov-Šonov 54908  Konzum, Rudoltice 700, Rudoltice 56125  Konzum, Rudoltice 38, Rudoltice 56125  Konzum, Rybník 271, Česká Třebová 56002  Konzum, Řetová 138, Řetová 56141  Konzum, Semanín 24, Česká Třebová 56002  Konzum, Skořenice 22, Choceň 56501  Konzum, Slatina nad Zdobnicí 284, Slatina nad Zdobnicí 51756  Konzum, Sopotnice 226, Sopotnice 56115  Konzum, Sruby 160, Sruby 56544  Konzum, Tatenice 197, Tatenice 56131  Konzum, Těchonín 176, Těchonín 56166  Konzum, Tisová 124, Vysoké Mýto 56601  Konzum, Třebovice v Čechách 187, Třebovice v Čechách 56124  Konzum, Újezd u Chocně 97, Choceň 56501  Konzum, Čs. armády 1223, Ústí nad Orlicí 56201  Konzum, Moravská 482, Ústí nad Orlicí 56201  Konzum, Královéhradecká 277, Ústí nad Orlicí 56201  Konzum, 17. listopadu 70, Ústí nad Orlicí 56201  Konzum, Polská 1308, Ústí nad Orlicí 56206  Konzum, Třebovská 336, Ústí nad Orlicí 56203  Konzum, Moravská 482, Ústí nad Orlicí 56201  Konzum, Jiráskova 412, Vamberk 51754  Konzum, Husovo náměstí 78, Vamberk 51754  Konzum, Struha 700, Vamberk 51754  Konzum, Velká Skrovnice 42, Ústí nad Orlicí 56201  Konzum, Verměřovice 123, Verměřovice 56152  Konzum, Vraclav 105, Vraclav 56542  Konzum, Výprachtice 105, Výprachtice 56134  Konzum, Dobrovenského 74, Vysoké Mýto 56601  Konzum, Palackého 458, Vysoké Mýto 56601  Konzum, Štefánikova 651, Vysoké Mýto 56601  Konzum, U polikliniky 1134, Žamberk 56401  Konzum, U polikliniky 1134, Žamberk 56401  Konzum, Žampach 61, Žamberk 56401</p>
Kořenková farma Vícemil	<p>Obchod „U Dobráka“, České Budějovice  Farmářský trh Černošice u Prahy, Praha  Farmářský trh Dobřichovice u Prahy, Praha  Trh v Táboře na Žižkově náměstí, Tábor</p>
Moc dobrot	Coworking Center ČB, Chelčického 6, České Budějovice
Oskarovo družstvo	Před prodejnou Albert, Brno
Svět bedýnek	<p>Svět bedýnek, Nová, Nová Hospoda  Svět bedýnek, Budějovická, Praha  Svět bedýnek, Budějovická, Jesenice  Svět bedýnek, K Orionce, Praha 4 Modřany  Svět bedýnek, Nádražní, Mnichovice  Svět bedýnek, Náměstí na sádkách, Dolní Břežany  Svět bedýnek, Masarykovo náměstí, Říčany  Svět bedýnek, Do kopečka, Lipany  Svět bedýnek, Český Šternberk 27, Český Šternberk  Svět bedýnek, Slaný-Lotouš 8, Slaný-Lotouš  Svět bedýnek, Černokostecká, Jevany  Svět bedýnek, Nové náměstí, Praha-Uhřetěves  Svět bedýnek, Riegrova, černošice  Svět bedýnek, Farská, Velké Popovice  Svět bedýnek, Husova, Jílové u Prahy  Svět bedýnek, Kubrova, Nučice  Svět bedýnek, K Libuši, Kunratice  Svět bedýnek, Květnové náměstí, Průhonice  Svět bedýnek, U Besedy, Klánovice  Svět bedýnek, Mrač, Mrač  Svět Bedýnek, Národní 16, Praha-Nové Město</p>
Tea of paradise	<p>Malé náměstí – pod Zvonici, Železný Brod  Turnov, Markova 311, Turnov</p>
Zelenina Zástraň	<p>Dejsi Bio, Horní 181, Havlíčkův Brod  Biocentrum Elefant, Palackého 332, Chotěboř</p>

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

Příloha 6: Seznam dodavatelů

<b>Bedýnkáři</b>	<b>Dodavatelé</b>
Berounské bedýnky	Rodina Koudelkových z Ořecha
Bedýnky od Sýkorky	Pěstování a prodej zeleniny Zdeněk Hrdlička Farma Lotoliš Farma Držovice Grešík Valdemar Moštárna Kvíc Hradecké Delikatesy Farma Dolenec Farma Kalivody Ježkův statek Procházková farma Semice
Bedýnky Ostrava	Farma Bystřice nad Olší Farma Ličkovi
Bedýnky v Pohodě	Rodinná farma Jakubec Prodejní zahrada In-Flore, Sedlec Farma Urbah Záryby
Bedýnky z Polabí	Rodinná mlékárna Kopeckých v Hatích Mléčná farma Ekofarma Rampuše v Orlických horách
Čerstvé Bedýnky HK	pan Švarc Plotišská farma Smetanův Statek ZD Libčany
Čupr bedýnky	pan Skála z Trávčic pan Čuda z Ploskovic pan Jelínek z Těchobuzic pan Hrdlička z Donánek n. O. pan Černý a Kozel z Lounek pan Trojáček z Křešic paní Bažantová z Býčkovic Jahodárna Vrňany p. Hanče Chřestová farma v Hostíně u Vojkovic Astur-ka s.r.o.
Domácí je domácí	Ing. Miroslav Lička
Ekofarma L. P.	Manželé Vymětalovi Biofarma Sasov u Jihlavi Statek Habří Bedřich Plíšek Heliavita s.r.o.
Farmářské-bedýnky	Farma Ráj Důchodci, kteří doma mají zahrádku
Jihočeské potraviny	Zelenina Zalabák
Konzum, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí	Zemědělské družstvo Sloupnice Zemědělské obchodní družstvo Lubná, Farma Synkov, Samostatně hospodařící rolník M. Koubek, Horní Ředice Zemědělské obchodní družstvo Dobrá Voda Sady Ešpandr Synkov Farma Bolehošť Farma Všestary Farma Piletice Samostatně hospodařící rolník D. Smetana, Svobodné Dvory Zahradnictví Červinka, Lokot Samostatně hospodařící rolník Drahný, Horní Ředice Farma Nahořany – Zemědělské družstvo Dolany

	<p>Sady Hlaváček Doudleby nad Orlicí  Sady Novohradský Doudleby nad Orlicí  Samostatně hospodařící rolník Martínek, Očelice  Samostatně hospodařící rolník Mgr. Kurková, Rychnov nad Kněžnou  Samostatně hospodařící rolník L. Zeman, Horní Ředice  Samostatně hospodařící rolník V. Pražan, Choteč  Samostatně hospodařící rolník J. Jiskra, Polom  Samostatně hospodařící rolník P. Babka, Holice  Samostatně hospodařící rolník M. Vondrouš, Holice  Farma Kameničná  Zahradnictví Šťastný, Ústí nad Orlicí  Zelenina Šnakov u Vysokého Mýta  Samostatně hospodařící rolník F. Kejklíček, Plotišťe u Hradce Králové</p>
Moc dobrot	<p>Džemyham  Karamel  Farma Diviš  Lyer pivovar  Coffeé Carrera  Mini Mlékárna Mláka  Řeznictví uzenářství Bavorov  Od Sedláčků čerstvá a poctivá chuť  Pekařství Nodes Český Krumlov  Ipema spol s.r.o.  Mauz Výroba s.r.o. České Budějovice</p>
Oskarovo družstvo	ZELPo - K spol. s r. o.
Skleníčkovy bedýnky	Dodavatelé z Itálie, Německa, Rakouska, České republiky
Svět bedýnek	<p>Stanislav Bečvář  Sluneční farma Vykáň  Sady Tismice  Sady Starý Lískovec  Bříství ovocné sady  Roman Ondráček – Javero  Michal Jakoubek, Kunratické jahody  Jablkářství F.H. Prager  Farma Rubín – Lužany  Farma Semice  Farma pana Tučka Ostroměř  Farma pana Smotachy  Farmap Procházky – IPZ  Farma Milana Šťastného – IPZ  Farma Jitky Kejmarové  Farma Hladná  Biofarma Machovi</p>
Zuzífkovo taškaření	<p>Farmáři z Vlčic, Semic, Milovic, D.Olešnice,  Trutnov, Teplicka, Trutnovska, Vrchlabska a Olomoucka.</p>

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

Příloha 7: Podíl rozvozů bedýnek domů na celkových tržbách:

Berounské bedýnky	Neuvedeno
Bedýnky CB	Neuvedeno
Bedýnky od Sýkorky	80%



Bedýnky Ostrava	50%
Bedýnky v Pohodě	40%
Bedýnky z Polabí	1%
Čerstvé Bedýnky	60%
Čerstvé Bedýnky HK	40%
Čupr Bedýnky	50%
Domáci je domácí	Nerozváží
Dos Moskitos	20%
Ekofarm. LP	70%
Farmářské-bedýnky	90%
Jihočeské Potraviny	20%
Kom-pot	Nerozváží
Konzum, obchodní družstvo	Nerozváží
Kořenková farma Vícemil	Nerozváží
Moc dobrot	15%
Oskarovo družstvo	2%
Skleničkovy Bedýnky	Neuvedeno
Statek Fišnarovi	10%
Svět Bedýnek	95%
Školní statek Středočeského kraje	Nerozváží
Tea of Paradise	30%
Zahradnictví Špunar	60%
Zelenina Zástraň	10%
Zuzífkovo Taškaření	3%

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

Příloha 8: Počet členů:

Berounské bedýnky	4
Bedýnky CB	Žádní členové
Bedýnky od Sýkorky	10
Bedýnky Ostrava	Žádní členové
Bedýnky v Pohodě	15
Bedýnky z Polabí	20
Čerstvé Bedýnky	50
Čerstvé Bedýnky HK	20
Čupr Bedýnky	10
Domáci je domácí	25
Dos Moskitos	2
Ekofarm. LP	25
Farmářské-bedýnky	Žádní členové
Jihočeské Potraviny	Žádní členové
Kom-pot	35
Konzum, obchodní družstvo	Neuvedeno
Kořenková farma Vícemil	18
Moc dobrot	2
Oskarovo družstvo	6
Skleničkovy Bedýnky	Neuvedeno
Statek Fišnarovi	Žádní členové
Svět Bedýnek	15
Školní statek Středočeského kraje	150
Tea of Paradise	Žádní členové
Zahradnictví Špunar	40

Zelenina Zástraň	6
Zuzífkovo Taškaření	Žádní členové

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

Příloha 9: Počet odběratelů:

Berounské bedýnky	35
Bedýnky CB	20
Bedýnky od Sýkorky	50
Bedýnky Ostrava	50
Bedýnky v Pohodě	50
Bedýnky z Polabí	12
Čerstvé Bedýnky	150
Čerstvé Bedýnky HK	30
Čupr Bedýnky	50
Domáci je domácí	100
Dos Moskitos	20
Ekofarm. LP	25
Farmářské-bedýnky	150
Jihočeské Potraviny	30
Kom-pot	37
Konzum, obchodní družstvo	Neuvedeno
Kořenková farma Vícemil	60
Moc dobrot	30
Oskarovo družstvo	20
Skleničkovy Bedýnky	Neuvedeno
Statek Fišnarovi	15
Svět Bedýnek	100
Školní statek Středočeského kraje	180
Tea of Paradise	25
Zahradnictví Špunar	100
Zelenina Zástraň	40
Zuzífkovo Taškaření	20

Zdroj: Vlastní šetření (2016)

Příloha 10: Dotazník pro spotřebitele bedýnek

1) Jak často nakupujete biopotraviny

Několikrát týdně.

Jedenkrát týdně.

Několikrát za měsíc.

Méně než jednou za měsíc.

Výjimečně.

Nikdy

2) Odpovězte prosím na následující otázky 1-5, kde 1 = rozhodně ano, 2 = spíše ano, 3 = nevím, 4 = spíše ne, 5 = rozhodně ne

**2.1 Myslíte si, že jsou potraviny z místních zdrojů zdravější?**

1                      2                      3                      4                      5

**2.2 Myslíte si, že jsou potraviny z místních zdrojů chutnější?**

1                      2                      3                      4                      5

**2.3 Myslíte si, že jsou potraviny z místních zdrojů pěstované bez chemických postřiků a hnojiv?**

1                      2                      3                      4                      5

## 2.4 Myslíte si, že se potraviny z místních zdrojů pohybují ve vyšší cenové relaci?

1                      2                      3                      4                      5

3) Jak často nakupujete potraviny z místních zdrojů (lokální potraviny)?

Několikrát týdně.	Méně než jednou za měsíc.
Jedenkrát týdně.	Výjimečně.
Několikrát za měsíc.	Nikdy

4) Kde nejčastěji potraviny z místních zdrojů (lokální potraviny) nakupujete?

V supermarketech a hypermarketech.	Na sezónních trzích.
Ve specializovaných prodejnách.	Na farmě od zemědělce.
Prostřednictvím internetového obchodu.	Jinde.

5) Odpovězte prosím na následující otázky 1-5, kde 1 = rozhodně ano, 2 = spíše ano, 3 = nevím, 4 = spíše ne, 5 = rozhodně ne

### 5.1 V okamžiku nákupu potravin z místních zdrojů je pro mne rozhodujícím faktorem kvalita produktu

1                      2                      3                      4                      5

### 5.2 V okamžiku nákupu potravin z místních zdrojů je pro mne rozhodujícím faktorem původ produktu

1                      2                      3                      4                      5

### 5.3 V okamžiku nákupu potravin z místních zdrojů je pro mne rozhodujícím faktorem vzhled a chuť produktu

1                      2                      3                      4                      5

### 5.4 Pokud by byla cena potravin z místních zdrojů stejná s ostatními, kupoval/a bych tyto potraviny ve větším množství

1                      2                      3                      4                      5

6) Jakou finanční částku utratíte měsíčně za nákup potravin z místních zdrojů (lokálních potravin)?

Do 300 Kč	1.001 – 3.000 Kč.
301 - 500 Kč.	3.001 Kč a více
501 – 1.000 Kč.	

7) Jak často bedýnky kupujete?

Jedenkrát týdně.	Nepravidelně.
Několikrát za měsíc.	Nikdy
Méně než jedenkrát za měsíc.	

8) Ohodnořte prosím následující tvrzení pomocí škály 1-5, kde 1 = rozhodně ano, 2 = spíše ano, 3 = nevím, 4 = spíše ne, 5 = rozhodně ne

**8.1 Rád/a podpořím tento způsob podnikání**

1                      2                      3                      4                      5

**8.2 Rád/a ochutnám nové druhy produktů**

1                      2                      3                      4                      5

**8.3 Rád/a se nechám překvapit rozmanitostí obsahu bedýnek**

1                      2                      3                      4                      5

**8.4 Úspora času při objednávce a dodávce bedýnky**

1                      2                      3                      4                      5

9) Jaký druh bedýnky upřednostňujete?

Zeleninovou.

Ovocnou.

Kombinovanou (ovoce/zelenina)

Z jiných produktů.

10) Jakou velikost bedýnky preferujete?

Malá (+/- 5 kg).

Střední (+/- 8 kg).

Velká (více jak 10 kg).

Jiné rozdělení produktů.

11) Z jakých produktů sestavujete nebo byste rádi sestavili svojí bedýnku?

Zelenina.

Ovoce.

Mouka a jiné obiloviny.

Luštěniny.

Mléčné výrobky.

Maso, uzeniny.

Pečivo.

Těstoviny.

Nápoje.

Vejce.

Med.

Koření.

Jiné.

12) Objednáváte si do bedýnky i biopotraviny?

Ano, vždy

Ano, někdy

Ne, protože nejsou v nabídce

Ne, nemám o ně zájem

13) Jakou finanční částku jste ochotni zaplatit za bedýnku?

Do 300 Kč.

301 – 500 Kč.

501 – 1.000 Kč.

1.000 Kč a více.

14) Jaký druh platby za bedýnky upřednostňujete?

- Hotově.
- Převodem na účet.
- Předplatné na předem zvolené období.

15) Jaký způsob dodávky bedýnky preferujete?

- Dodávka do domu.
- Osobní odběr u farmáře.
- Osobní odběr ve smluvní prodejně.
- Osobní odběr u zprostředkovatele.

### Údaje o respondentovi

Pohlaví: Muž

Žena

Věk:

15 – 25 let

56 – 65 let

26 – 35 let

66 – 75 let

36 – 45 let

76 let a více

46 – 55 let

Nejvyšší dosažené vzdělání:

Základní vzdělání  
Vyučen s maturitou  
Úplné střední

Vyšší odborné  
Vysokoškolské

Průměrný hrubý měsíční příjem vaší domácnosti:

Méně než 5.000 Kč

30.001 – 40.000 Kč

5.001 – 10.000 Kč

40.001 – 50.000 Kč

10.001 – 20.000 Kč

Více než 50.001

20.001 – 30.000 Kč

Počet členů vaší domácnosti:.....

Místo bydliště:

Praha  
Středočeský kraj  
Jihomoravský kraj  
Moravskoslezský kraj  
Olomoucký kraj  
Jihočeský kraj  
Zlínský kraj  
Pardubický kraj

Ústecký kraj  
Vysočina  
Královohradecký kraj  
Liberecký kraj  
Plzeňský kraj  
Karlovarský kra

