

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Bakalářská práce

Lokální potraviny – způsoby prodeje ve vybraném regionu ČR

Veronika Jakubová

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra ekonomiky

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jakubová Veronika

Provoz a ekonomika

Název práce

Lokální potraviny - způsoby prodeje ve vybraném regionu ČR

Anglický název

Local food - the ways of sale in the selected region in the Czech Republic

Cíle práce

Na základě analýzy současného stavu fungování tržišť v ČR, jako zprostředkovatele lokálních potravin, a vlastního průzkumu zaměřeného na vybrané trhy v oblasti Střední Polabí zhodnotit stav jejich fungování a podmínky rozvoje.

Metodika

V teoretické části:

- vymezit a definovat základní pojmy, které se k danému tématu vztahují;
- zmapovat vznik, vývoj a současný stav prodeje lokálních potravin na vybraných trzích v Evropě i v ČR.

V praktické části provést na základě vlastního průzkumu v oblasti Střední Polabí zhodnocení současného stavu fungování tržišť a podmínky jejich podnikání.

Harmonogram zpracování

- do 15. 4. 2014: vymezení cíle práce a návrh řešení – zpracované ZADÁNÍ v badisu
- do 30. 9. 2014: shromáždění dat pro rešeršní část práce + zpracování kapitoly 3 do finální podoby, tzn. zkonzultovanou verzi (včetně zapracovaných připomínek) s vedoucím práce
- říjen 2014: sběr dat pro praktickou část (+ konzultace s vedoucím práce)
- listopad 2014 – leden 2015: zpracování kapitoly 4 a 5 – vlastní práce – do finální verze (včetně konzultací s vedoucím práce)
- do 15. 3. 2015: syntéza výsledků – Závěr práce (kapitola 6) + finalizace kapitoly 2 (Cíl a metodika práce)
- 15. 3. – 31. 3. 2015: technická úprava, tisk, vazba, odevzdání

Rozsah textové části

30 - 40 stran

Klíčová slova

potravina, lokální potravina, trh, region, způsoby prodeje, Střední Polabí

Doporučené zdroje informací

EGERTON, L. Local Food for Local People, Bristol: Soil Association, 1998. 48 s. ISBN 0905200640.

GUTHOVÁ, Z. Trhy s místními produkty – šance pro stabilizaci venkova. In Místní produkty-produkce a zpracování potravin v malých provozech, česká a rakouská zkušenost. Sborník z konference 17.5.2006, Rosa, České Budějovice. str- 7-8. 2006.

JAROLÍMKOVÁ S., Co v průvodcích nebývá aneb Historie Prahy k snadnému zapamatování - Vyd. 1. - Praha :Motto, 2005. - 280 s. ISBN 80-7246-267-9.

JOHANISOVÁ, N., FRAŇKOVÁ, E. Economic Localisation in the Context of Sustainable Rural Development. In Venkov je náš svět - Countryside- Our World. 2008. ISBN 978-80-213-1772-7.

MILSTONE, E., LANG, T. The Atlas of Food (Who Eats What, Where and Why). 1st.pub. London: Earthscan Publications Ltd, 2003. 128s. ISBN 1 – 85383-965-5.

Asociace farmářských tržišť ČR:
<http://www.aftcr.cz/>

'FarmPath' (Farming Transitions: Pathways towards regional sustainability of agriculture in Europe):
<http://www.farmath.eu/>

Vedoucí práce

Brožová Ivana, Ing., Ph.D.

Termín odevzdání

březen 2015

Elektronicky schváleno dne 6.10.2014

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 6.10.2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan fakulty

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Lokální potraviny – způsoby prodeje ve vybraném regionu ČR" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 11. 3. 2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí bakalářské práce paní Ing. Ivaně Brožové, Ph.D. za odborné vedení a cenné připomínky, které mi velmi pomohly při zpracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat paní Bohumile Wirthové za to, že mě provedla světem farmářských trhů a poradila mi, jak se v tomto odvětví orientovat.

Lokální potraviny – způsoby prodeje ve vybraném regionu ČR

Souhrn

Bakalářská práce se zabývá problematikou prodeje lokálních potravin. V teoretické části je na základě principů ekonomické lokalizace vymezen pojem lokální potravina. V další části je podrobně rozebrán historický vývoj trhů a jejich význam. Praktická část charakterizuje vybraný region Střední Polabí, konkrétně vybrané trhy pořádané v regionu. Hlavním cílem práce je na základě provedené analýzy vybraných trhů provést zhodnocení podmínek fungování lokálních trhů v regionu Střední Polabí. Je pohlíženo především na to, do jaké míry jsou trhy organizovány v souladu s principy ekonomické lokalizace a jaké jsou zde podmínky pro další rozvoj trhů v regionu. V závěru práce dochází ke zhodnocení provedené analýzy a stanovení hlavních nedostatků bránící dalšímu rozvoji trhů v regionu.

Klíčová slova: potravina, lokální potravina, trh, farmářský trh, region, způsoby prodeje

Local food – the ways of sale in the selected region in the Czech Republic

Summary

The bachelor thesis deals with the problematics of selling local food products. The first theoretical part defines the term “local food product” according to principals of economic localization. The next part then summarizes history of local markets development and their importance to community. And finally the practical part characterizes the selected region of Střední Polabí, more accurately local markets hosted in the area. The main goal of this paperwork is to evaluate conditions at which local markets in Střední Polabí function, based on the analysis of selected markets. The main evaluation criterion is the extent to which markets are organized in accordance with the principles of economic localization and what are the conditions for the further development of markets in the region. Paperwork concludes with summarization of conducted analysis while highlighting the main problems that hinder further development of markets in the region.

Keywords: food, local food, market, farmers market, region, the ways of sales

Obsah

1	Úvod	9
2	Cíl a metodika	11
3	Teoretická východiska	12
3.1	Lokální ekonomika	12
3.1.1	Nástroje lokální ekonomiky	14
3.1.1.1	Nástroje podporující oběh a udržení peněz v lokální ekonomice	15
3.1.1.2	Lokální multiplikátor	17
3.1.1.3	Komplementární měny a systém LETS	19
3.1.2	Lokální ekonomika v ČR	21
3.2	Způsoby prodeje lokálních potravin	23
3.2.1	Prodej ze dvora a samosběr	24
3.2.2	Bio-bedýnky a komunitou podporované zemědělství	25
3.2.3	Farmářské obchody	28
3.3	Vývoj a význam lokálních trhů	29
3.3.1	Historický význam trhů v Evropě - Středověká Anglie	30
3.3.2	Vývoj trhů v ČR	30
4	Analýza trhů ve Středním Polabí	36
4.1	Obecná charakteristika regionu	36
4.2	Vlastní výzkum	37
4.2.1	Podmínky organizace trhů v regionu	38
4.2.2	Propagace trhů v regionu	40
4.2.3	Složení prodejců na místních trzích v regionu	41
4.2.4	Farmářské trhy ve vybraných městech Středního Polabí	43
5	Závěr	48
6	Seznam použitých zdrojů	50
7	Seznam grafů, tabulek a obrázků	55
8	Přílohy	56

1 Úvod

O lokálních potravinách se začíná uvažovat v souvislosti s ekonomickou lokalizací. Teorie ekonomické lokalizace často bývá označována jako protiklad k současnému stavu globalizace. Hlavním cílem lokalizace je zamezení zbytečného plýtvání neobnovitelných zdrojů a nesmyslného převážení potravin z místa na místo. Dochází tak k rozvoji obchodu s lokálními potravinami, který zároveň přispívá i k rozvoji místní ekonomiky.

Pojem lokální potravina se stal zcela běžně používaným i přesto, že dosud nebyla vytvořena žádná obecně uznávaná definice tohoto pojmu. Nejčastěji je lokální potravina chápána jako potravina vyrobená a následně spotřebována na určitém přesně vymezeném území.

V současnosti existuje několik způsobů prodeje lokálních potravin – prodej ze dvora a samosběr, bedýnková družstva, komunitou podporované zemědělství, farmářské obchody a farmářské trhy. Zatímco prodej ze dvora či bedýnková družstva si v tichosti rozvíjí svůj obchod s lokálními potravinami, farmářské trhy zaznamenaly v posledních pěti letech významný rozvoj. Z tohoto důvodu se trhy stanou hlavním předmětem této bakalářské práce.

Trhy zastávaly důležitou funkci již ve Středověku, docházelo zde ke směně zboží a zároveň byly významným místem setkávání. Od Středověku až po současnost provázely trhy vývoj společnosti a přizpůsobovaly se jejím potřebám. Raně středověké trhy byly specializované na obchod s dovezeným zbožím. V pozdním Středověku se obchodovalo převážně se zbožím každodenní potřeby. V 19. století začaly být malé trhy postupně nahrazovány velkými tržnicemi a kamennými obchody. 20. století přineslo českým trhům zatím největší úpadek, byly utlačeny tehdy moderními supermarkety.

Díky vlivu lokalizace a po vzoru států západní Evropy došlo i u nás v novém tisíciletí k opětovnému rozvoji trhů, často označovaných jako farmářské. V rámci nových celosvětových trendů, podpory zemědělství a místní ekonomiky, jsou tyto trhy specializované na prodej lokálních potravin, především zeleniny a ovoce. Svůj historický význam si však zachovaly dodnes.

Každý region, ve kterém jsou trhy pořádány, má svá specifika. Tato práce se podrobněji bude zabývat pořádáním trhů v regionu Střední Polabí. Předmětem průzkumu budou nejen

farmářské trhy, ale i všechny ostatní trhy, jejichž hlavním sortimentem jsou lokální potraviny a s nimi související výrobky. Z výzkumu budou naopak zcela vyloučeny trhy, které nejsou specializovány na prodej lokálních potravin.

2 Cíl a metodika

Hlavním cílem této bakalářské práce je, na základě analýzy vybraných trhů v regionu Střední Polabí, zhodnocení současného stavu fungování tržišť a posouzení podmínek rozvoje. Pro analýzu fungování trhů bylo zvoleno devět velkých měst v regionu Střední Polabí. Jsou to města: Brandýs nad Labem – Stará Boleslav, Čelákovice, Český Brod, Lysá nad Labem, Kolín, Mělník, Neratovice, Nymburk a Poděbrady.

Pro naplnění hlavního cíle byly stanoveny následující dílčí cíle:

- charakteristika podmínek pro pořádání farmářských trhů obecně dle platných právních předpisů;
- analýza současného stavu fungování trhů ve vybraných městech Středního Polabí;
- komparace trhů ve Středním Polabí se sousedním regionem hlavního města Prahy.

První trhy ve Středním Polabí byly pořádány v roce 2010. Z tohoto důvodu byla pro analýzu použita veškerá získaná data za celou existenci trhů s lokálními potravinami ve Středním Polabí. Získávání dat probíhalo zejména pomocí metod pozorování a dotazování. Některé doplňující informace bylo nutné získat studiem dokumentů jako například tržních řádů a dalších právních předpisů pro pořádání trhů.

Získaná data byla následně roztríděna a porovnána. Prostřednictvím syntézy získaných poznatků došlo k posouzení podmínek rozvoje trhů s lokálními potravinami v regionu Střední Polabí.

3 Teoretická východiska

3.1 Lokální ekonomika

Lokální trhy a ekonomická lokalizace – v poslední době velmi často používané termíny. Málokdo z obyčejné veřejnosti však tuší, co si pod tím vlastně představit. Velmi zjednodušeně lze říci, že se v podstatě jedná o návrat do minulosti, do doby, kdy si každý pěstoval své potraviny či vytvářel vlastní výrobky a v rámci dobrých sousedských vztahů je směňoval za ty, které sám vyrobit neuměl. Každý čerpal jen z toho, co bylo snadno dostupné. Na podobných principech je založena i novodobá lokalizace, avšak s přihlédnutím na vývoj civilizace (Zíka, 2014).

Ekonomika založená na lokální produkci fungovala až do průmyslové revoluce. S nástupem průmyslové revoluce začalo docházet ke specializované výrobě. Jednotlivé regiony byly zaměřovány na výrobu specifického zboží či komodity a tím vzrostla potřeba dovozu i těch surovin, které se v regionu dříve běžně produkovaly. Postupně se začala vytvářet globální ekonomika, která svým působením ovlivňovala celé státy. Docházelo k utlačování malých a středních podnikatelů gigantickými nadnárodními společnostmi a v důsledku toho se v nižších vrstvách jednotlivých společností rozrůstala nejistota a strach z chudoby (Tožička, 2013).

A nejen to, neustálé převážení potravin a jiných produktů mělo za následek rychlejší a větší znečišťování životního prostředí. Potraviny narychlo vypěstované s pomocí umělých hnojiv v nevhodných podmínkách a následně zbytečně cestující přes půlku světa dávno ztrácely své výživové hodnoty a kvality (Zíka, 2014).

Bylo jasné, že touto cestou by civilizace brzy přišla do záhuby. Proto se ekonomové začali zabývat otázkou, jak z toho ven. Závěrem by mohla být re-forma ekonomiky vyjadřující návrat k původní fungující formě, která tu kdysi byla, ovšem s respektem ke změně doby a možností využití nových technologií (Zíka, 2014). Nutno však mít stále na paměti, že lokální ekonomika už navždy bude součástí širšího hospodářského okruhu (Tožička, 2013).

Způsob, jak přejít z globální ekonomiky do lokálního systému, zatím není nijak stanoven a definován. Na toto téma se teprve diskutuje a začínají se vytvářet první koncepty obsahující konkrétní zásady. Jednotliví autoři se ve svých názorech zatím liší.

Michael Shuman definuje lokalizaci jako proces osamostatňování se a využívání místních zdrojů, zaměstnávání primárně místních obyvatel, avšak odmítá úplné uzavření se okolnímu světu. Cílem jeho koncepce je vlastní kontrola v rámci komunity. Chce zastavit ničení místní kvality života a naopak podpořit její rozvoj, zastavení zaměření na vývoz, prohlašování právních a politických sil za nezbytné při péči o lokální podniky (Shuman, 1998).

Autoři Pooran Desai a Sue Riddlestone tvrdí, že každá země by měla využívat v rámci svých možností místní obnovitelné zdroje pro zajištění každodenních potřeb. Dále by měla využívat mezinárodního obchodu pouze za předpokladu vysoké přidané hodnoty, která přinese vysoké příjmy a nízké environmentální dopady. Hlavním cílem je snížení ekologické stopy (Desai, Riddlestone, 2002).

Colin Hines definuje lokalizaci jako proces, který obrací trend globalizace ve prospěch lokálních komunit. Hlavním cílem je získat kontrolu nad ekonomikou a redukovat transport. Chce prosadit změnu pravidel mezinárodního obchodu a vývoje transformace. Snaží se o ochranu národního a regionálního hospodářství proti dovozu. Požaduje lokalizaci finančnictví ve prospěch komunity. Je pro zavedení daně z primárních zdrojů, což by vedlo k získání financí pro zajištění dostatečné ochrany přírody (Hines, 2000).

Rob Hopkins v rámci lokalizace požaduje více soběstačnosti a preferenci místní produkce před dovozem, a to za předpokladu, že dané produkty skutečně lze získat z místních zdrojů. Hlavním cílem je vyšší odolnost jednotlivých komunit, jejich připravenost na budoucnost. Chce snížit závislost na fosilních palivech a zároveň celkově snížit spotřebu energie. Vyžaduje společnou a okamžitou akci. Podporuje vytváření životních stylů, které jsou více propojeny a respektují biologické limity naší planety (Hopkins, 2008).

Richard Douthwaite věří, že existuje rovnováha mezi místními, regionálními, národními a mezinárodními trhy. Světové ceny nesmí definovat, co se bude kde vyrábět, to by mělo být závislé na místních zdrojích, které jsou preferovány pro uspokojení základních potřeb komunity. Hlavním cílem jsou stabilní a udržitelná společenství (Douthwaite, 2002).

Helena Norberger-Hodge chce v rámci lokalizace dosáhnout rovnováhy mezi obchodem a místní produkcí. Bojuje proti přesvědčení, že čím více obchodu, tím lépe pro obě strany (prodávající, kupující). Propaguje myšlenku, že není důležitá tržní cena potravin, ale jejich skutečná hodnota z environmentálního hlediska, z hlediska venkovského živobytí, lidského

zdraví a smyslu pro kulturu. Hlavním cílem je omezení zbytečných obchodů a posílení diverzifikace na lokální úrovni. Dále omezení velikosti a ekonomické síly nadnárodních korporací. Požaduje vyšší daně z neobnovitelných zdrojů energie, zejména fosilních paliv (Norberg-Hodge, Merrifield, Gorelick, 2002).

Český autor Martin Zíka v rámci lokalizace požaduje šetrné hospodaření s obnovitelnými zdroji a zkoumání kapacit daného regionu ve smyslu péče o ekonomický potenciál, který si dokážeme sami vytvořit a následně zužitkovat. Požaduje také určitou nezávislost na vládě, neboť se domnívá, že její výkyvy mají špatný vliv na trvale udržitelný rozvoj místních regionů (Zíka, 2014).

Sice dosud neexistuje pevná definice lokální ekonomiky, avšak po přečtení názorů vybraných ekonomů je zřejmé, že se jejich myšlenky v několika bodech shodují. Jedná se především o využití místních zdrojů a omezení mezinárodní obchodu. Vývoz a dovoz by měl být omezen pouze na ty produkty, které jsou svým způsobem vzácné, tedy takové produkty, které v jednom regionu mohou být vyrobeny, ale ve druhém už ne. Velký důraz je v rámci lokální ekonomiky kladen i na ochranu přírody, přesněji šetrné využívání místních zdrojů. Ne všichni, avšak někteří z vybraných autorů jsou dokonce pro zavedení tzv. daně z fosilních paliv. Příjmy z této daně by pak měly být využity právě při ochraně přírody a její obnově. Většina autorů se dále domnívá, že pro správné provozování lokální ekonomiky je nutná určitá samostatnost v politickém rozhodování (Frankova, Johanišova, 2012).

Pro snazší zavádění lokální ekonomiky do praxe bylo vytvořeno několik nástrojů, které daný proces usnadní.

3.1.1 Nástroje lokální ekonomiky

Podle pana Zíky z organizace MAS (Místní akční skupina – nezávislé sdružení občanů, neziskových organizací, soukromé podnikatelské sféry a veřejné správy, působící vždy pouze ve svém mikroregionu) Šluknovsko je možno pro podporu fungování lokální ekonomiky využít řadu nástrojů, mezi které řadí: Definice regionu, lokální kumulace, lokální retence, lokální multiplikátor, komplementární měna, LETS (Local exchange trading system), Participace na lokálním rozpočtu, lokálně ekonomické public relation (Zíka, 2014).

3.1.1.1 Nástroje podporující oběh a udržení peněz v lokální ekonomice

Pro praktikování lokální ekonomiky a využívání jejích nástrojů je nutné nejprve vymezit **region působnosti**. Definice regionu ve smyslu lokální ekonomiky není vymezení z geografického hlediska, ale jde spíše o určení tzv. sféry vlivu. Tím je myšleno vymezení oblasti, ve které je možné působením vhodných nástrojů podporovat význam lokální ekonomiky. Dále se jedná o vyhodnocení kapacit a zdrojů, které jsou důležité pro správné fungování lokální ekonomiky.

Jedním ze základních nástrojů lokální politiky je tzv. **participativní rozpočet**.

”Participativní rozpočet je proces demokratického a dobrovolného spolurozhodování – skrze něj občané rozhodují přímo a ve spolupráci s jejich vládami či zastupitelstvy o směřování veřejných zdrojů, které budou užity exekutivou pro implementaci sociálních politik i programů a prací na infrastruktuře, a to vše pro podporu lokálního rozvoje“ (Chavez, 2014).

Zjednodušeně jde o zapojení veřejnosti do procesu rozhodování o vybraných částech rozpočtu (Zíka, 2014). Důležité je, aby veřejnost byla ze strany politiků a úředníků přijímána jako partner, musí dojít ke vzniku komunitní práce, vytvoření komunity, jejíž součástí jsou kromě politiků, úřadů a veřejnosti i další nevládní organizace či podnikatelské spolky. Vzniká mezi nimi důvěra, což přináší lepší porozumění při tvorbě participativního rozpočtu. Je to blízká spolupráce mezi veřejnou správou a celou komunitou, kdy občan nesmí být vnímán jako klient, ale musí být rovnoprávně zapojen do komunikace (Tožička, 2013).

Dalším důležitým nástrojem je **lokální kumulace**. Jedná se o schopnost daného regionu hromadit kapitál. Kapitál je zde chápán především jako finanční prostředky, které region získává buď prodejem své produkce za hranicí regionu, či posílením přílivu cestovního ruchu. S tímto nástrojem úzce souvisí **lokální retence** neboli schopnost zadržet získané prostředky v uzavřeném oběhu. Toho lze nejlépe docílit propagací místních firem, zvyšováním místní zaměstnanosti a přesvědčením místního obyvatelstva, aby k uspokojování svých základních potřeb využívalo primárně místní podniky. Nezbytně nutné je také sledování děr, kudy mizí peníze. v první řadě je důležité si uvědomit, že ne všechny peníze mizí jen pryč z regionu. Existují i peníze, které lidé spoří tzv. „na horší

časy“. Což pro rozvoj ekonomiky není v žádném případě dobré. Naopak, je žádoucí, aby peníze obíhaly v systému a vytvářely tím další prostředky (Zíka, 2014).

Největší díry v lokální ekonomice dle pana Zíky:

- nákupy v obchodech, které odvádějí zisky z regionu;
- půjčky a hypotéky od globalizovaných bankovních institucí;
- platby za energie, které nepocházejí z regionu;
- platby za vodu firmám, které sídlí mimo region;
- platby za služby, jejichž poskytovatelé nemají sídlo v regionu;
- gambling – automaty pronajaté od cizích firem;
- útraty za dovolené v zahraničí;

Dalším velmi významným nástrojem lokální ekonomiky je **lokálně ekonomické public relations** (Zíka, 2014). Pojmem „public relations“ často označovaného zkratkou „PR“ obecně rozumíme vztahy s veřejností (ipodnikatel.cz, 2011).

Pro každý podnik je důležité budování vztahů s veřejností a ne jinak je tomu i v případě lokální ekonomiky. Budování lokální ekonomiky je stále velmi citlivá záležitost. Jak už bylo řečeno, lokální ekonomika stojí především na malých a středních podnikatelích, místních komunitách a dobrých vztazích uvnitř komunity i mezi komunitami navzájem. Je tedy velmi důležité, aby dosud nezúčastněná veřejnost správně pochopila principy lokální ekonomiky. A přesně k tomu složí lokálně ekonomické public relations. Jeho hlavním cílem v současné době je osvěta spotřebitelů o tom, kam přijdou jejich peníze poté, co je utratí za vybraný produkt. Tím dochází k posilování lokální retence a zvyšuje se lokální multiplikace (Zíka, 2014).

Nejefektivnější způsob jak šířit myšlenky lokální politiky, a praktikovat tak lokálně ekonomické public relations, je ten, že lidé se sami mezi sebou budou přesvědčovat o výhodnosti nákupu produktů místních výrobců a především o jejich kvalitách. Samozřejmostí je ovšem posilování podvědomí veřejnosti o výhodách místní produkce i prostřednictvím dalších nástrojů, kterými mohou být například: tiskové zprávy a konference, pozitivní reference, prezentace před veřejností prostřednictvím reklamy (Zíka, 2014).

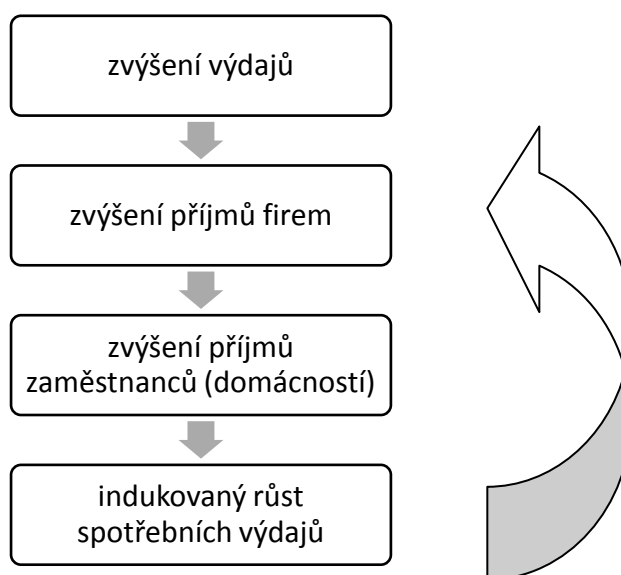
3.1.1.2 Lokální multiplikátor

Jak už bylo naznačeno, pro správné fungování lokální ekonomiky je důležitý oběh peněz uvnitř lokálního systému. Právě z tohoto důvodu se britští ekonomové začali zabývat otázkou, jakým způsobem změřit oběh peněz v lokální ekonomice. Přesněji kolikrát se peníze protočí v regionu, než z něho odplynou a jaký to bude mít pro regionu přínos. Výsledkem jejich snažení je **lokální multiplikátor** – LM3 (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007).

Multiplikátorem obecně se rozumí nějaké číslo – koeficient, kterým lze vyjádřit kvantitativní přírůstek do ekonomiky.

Lokální multiplikátor pracuje na stejném principu. Jedná se tedy o číslo, které ukazuje, jaký užitek přinesou peníze místní ekonomice, než odečou jinam (kolikrát se zhodnotí). Protože se nejedná o výsledky přesných měření, ale pouze o údaj, který zjednodušuje sledování a interpretaci daného jevu, je lokální multiplikátor považován za indikátor. A protože je využíván k hodnocení lokální ekonomiky, která úzce souvisí s trvale udržitelným rozvojem, bývá často označován jako „indikátor udržitelného rozvoje“.

Následující graf vysvětluje funkci multiplikátoru:

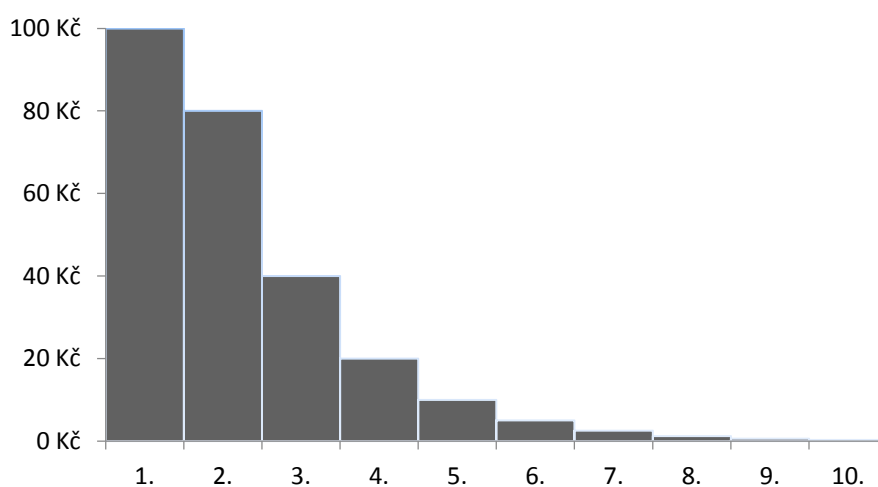


graf 1 - princip multiplikátoru ((Trast pro ekonomiku a společnost, 2007)

Celý princip multiplikační činnosti spočívá ve zvýšení výdajů což, jak je vidět v grafu, vede ke zvýšení příjmů firem. Zvýšení výdajů nemusí být způsobeno jen tím, že místní lidé

budou více utrácet, ale počítá se sem i investice zvenčí. Dostane-li se firmám vyšší příjem, odrazí se to na příjmech domácností, ty si následně mohou dovolit více utrácet (vzniká tzv. indukovaný růst spotřebních výdajů) a následně, jak ukazuje graf, se celý systém dostane do koloběhu, kdy zvýšení příjmů domácností, vede ke zvýšení poptávky, tím pádem firmy musí více vyrábět a dosahují vyšších zisků – rostou jejich příjmy a celý proces se znovu opakuje (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007).

Lokální multiplikátor se značí LM3. L znamená lokální, tedy skutečnost, že se jedná o nějakou uzavřenou místní ekonomiku. M jako multiplikátor a trojka znamená, že pro výpočet lokálního multiplikátoru jsou uvažovány první 3 oběhy peněz příchozích do dané ekonomiky, a to z toho důvodu, že v prvních třech obězích lidé utratí v místní ekonomice nejvíce peněz. Pro vysvětlení, je dána stokoruna, z ní je utraceno 80 Kč u místního farmáře za nákup zeleniny. Z těchto 80 Kč farmář vezme 64 Kč a koupí si rukavice místního výrobce. Takto by to mohlo pokračovat až do nuly, ale částka, která bude vynakládána na další oběh, se neustále snižuje a proto ji autoři LM3 už dále neberou v potaz pro výpočet tohoto indikátoru (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007).



graf 2 - Objemy útrat v místní ekonomice (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007)

Tento graf dokazuje, že skutečně největší objem peněz se protočí v prvních třech kolech oběhu. Svislá osa znázorňuje částku utracenou v místní ekonomice. Na vodorovné ose je vyneseno číslo oběhu.

Princip výpočtu lokálního multiplikátoru je velmi jednoduchý. Vezmou se útraty za první 3 kola. První kolo představuje počáteční investice. Tyto útraty se sečtou a celé se to vydělí počáteční investicí. Daleko pracnější je samotný výpočet. Je nutné brát v úvahu zvlášť

útraty firem a zvláště útraty jednotlivců v každém kole (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007).

Lokální multiplikátor je určen pro všechny organizace, které mají výdaje. Sledovat koloběh peněz v místní ekonomice by především měla vláda a místní správa dále podniky a organizace a v neposlední řadě také komunity a jednotlivci (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007).

3.1.1.3 Komplementární měny a systém LETS

Jedná se již o pokročilejší nástroje lokální ekonomiky. Komplementární měna je vlastní oběživo používané v rámci daného regionu. Může jít o peníze, nebo různé jiné kredity, kupony či poukázky, podoby komplementárních měn jsou různé. Tuto měnu přijímají pouze podniky patřící do regionu. Jejich použitím je záruka, že z oblasti nemizí peníze (Zíka, 2014).

Zatímco u komplementární měny se jedná o peníze, či jakékoli jiné oběživo. v případě LETS (local exchange trading systém) se jedná o výměnný obchod – „místní výměnné obchodní systémy“ nebo „obchodní systém místní směny“. Tento nástroj je využíván převážně v menších komunitách. Přesněji jde o směnu služeb či zboží na základě bezhotovostních plateb ve smyšlených platebních jednotkách. Všechny obchody vede zúčtovací centrum (Zíka, 2014).

„Hlavním účelem lokálních měn je vždy omezení úniku regionálního bohatství a doplňování směnných funkcí, které neumí ošetřit běžně užívané peníze. v poslední době získávají na významu virtuální směnné systémy, kde se fyzické „peníze“ už vůbec nepoužívají.“ (Zíka, 2014).

První komplementární měny začaly vznikat ve 20. a 30. letech 20. století, jako možné řešení tehdejší ekonomické krize. Tehdy bylo hlavním cílem zajištění alternativního prostředku směny a posílení aktivity lidí nakupovat zboží a využívat služby, aby neustále posílali své „peníze“ do oběhu a nešetřili si je doma na budoucnost. Neboť právě tím, že peníze obíhají v ekonomice, napomáhají jejímu růstu (Cesta z krize, 2009)

Jedním z prvních ekonomů, který se zabýval způsoby financování a komplementární měnou byl Silvio Gessel (1862 – 1930). Během svého života pracoval na ekonomické koncepci založené na rychlosti oběhu financí a kritice úroků. Výsledkem jeho práce byl

vznik finančního systému, který není ovlivňován úrokovou měrou a zároveň podporuje oběh peněz. Jeho koncepce byla poprvé aplikována v rakouském městě Wörgl a měla překvapivý úspěch (Tožička, 2013).

Další, vlastně první, úspěšnou měnou tohoto typu bylo Wära. Nebyla to sice úplně klasická lokální měna, ale fungovala na podobném principu. Tyto peníze ztrácely každý měsíc 1 % své hodnoty, proto se nevyplatilo šetřit je na horší časy, ale bylo výhodnější je co nejdříve utratit. To bylo výhodné především pro celou ekonomiku. Tato měna byla později zakázána na základě rozhodnutí soudu (Tožička, 2013).

Dalším příkladem lokálních měn může být například švýcarský WIR, belgický RES nebo francouzský SOL. Tyto měny fungují především na principech poskytování úvěrů, jejichž prostřednictvím má docházet k podpoře malých a středních podnikatelů. Velmi podobný systém funguje i ve Švédsku pod označením JAK. v tomto případě se však jedná o bezúročný úvěr. Přidělování úvěrů je závislé na „vkladových bodech“, které jsou přidělovány podle délky a výšky vkladu (Tožička, 2013). Základní filosofií pro vznik měny JAK bylo – *„Úrok škodí ekonomice, úrok způsobuje nezaměstnanost, inflaci a ekologickou devastaci, úrok bere peníze chudým a dává je bohatým, úrok preferuje projekty, které mohou generovat vysoké zisky v krátkém čase“* (Tožička, 2013).

V současné době existuje celá řada komplementárních či lokálních měn v různých zemích světa. Mezi nimi nově figuruje i místní měna ve Varnsdorfu – „TNE“ (Tvrdsí než Euro). Tato měna byla vydána do oběhu 21. září 2003. Její hodnota je 30 Kč za jedno TNE. Lze s ní platit zatím pouze v mikroregionech Varnsdorfsko a Děčínsko a lze za ni pořídit zboží pouze v prodejnách regionálních produktů dodržujících principy lokální ekonomiky. Samotná měna může mít více podob, může vypadat jako poukázka či mince, nebo dokonce může mít i úplně jinou specifickou podobu. Nejčastější specifická podoba je sklenice s regionálním výrobkem – džemoládou (Zika, 2014).

Vedle komplementárních měn se již od 30. a 40. let minulého století začala objevovat myšlenka systematického výměnného obchodu. Plnému rozvoji a realizaci této myšlenky zabránila 2. světová válka. První skuteční lokální výměnný systém byl založen až roku 1983 v Kanadě. Během několika let došlo k založení mnoha výměnných systémů po celém světě (Tožička, 2013). LETS systém obvykle funguje v uzavřeném společenství několika desítek až stovek členů. Tito členové si stanoví nějakou jednotku, kterou budou oceňovat

své produkty či služby. Sestaví se seznam výrobků a služeb, které budou zapojeny do systému. Následně se vytiskne šeková knížka, kterou obdrží každý člen. Za služby a za zboží se potom platí šekem, který je odeslán hlavnímu účetnímu, či bankéři, a ten jej zanesse do účtů jednotlivých členů. Nespornou výhodou je, že pokud se některý z členů dostane do dluhů, neplatí žádný úrok. Dokonce pro vyrovnanost systému, je důležité, aby někteří členové byli v dluhu. Vzhledem k blízkým sociálním vazbám (malý systém, lidé se mezi sebou dobře znají), se vždycky najde způsob jak dluh splatit (poskytnutí protislužby). Pokud se přeci jen ukáže, že daný člen nemá možnost splácet dluhy, znamená to, že do systému nepatří a musí jej opustit (Johanisová, 1999).

Nevýhodou LETS systému je zdanění a úřady práce. Bohužel ve většině zemí úřady vyžadují platbu daně, ačkoli za službu vlastně nebylo zapláceno v oficiální měně, ale pouze ve smyšlených jednotkách dané skupiny LETS. Úřady se často nenechají ošálit ani tvrzením, že daná služba, byla vlastně poskytnuta zdarma. Že za ni bylo v podstatě zapláceno jinou službou. V některých zemích například ve Velké Británii, pokud se nezaměstnaný člověk zapojí do systému LETS, přichází o podporu v nezaměstnanosti. Naopak v Irsku bylo uznáno, že zapojení nezaměstnaného do systému LETS pomůže dotyčnému k zachování zdraví a pracovních návyků a díky tomu je schopen si snáze najít plnohodnotné zaměstnání (Johanisová, 1999).

3.1.2 Lokální ekonomika v ČR

V souvislosti s rozvojem lokálně ekonomického myšlení vznikají všude ve světě různé organizace, které myšlenky lokální ekonomiky propagují. Ve Velké Británii je takovou organizací New Economis Foundation (NEF). v České Republice se propagováním lokální ekonomiky zabývá pan Martin Zíka z organizace MAS Šluknovsko.

NEF bylo založeno v červnu roku 1986 na základě dvou mezinárodních konferencí známých jako TOES (The other economics summit). Na těchto konferencích zástupci G7 jednali o ekonomické budoucnosti planety. Po první konferenci se NEF začalo jevit jako největší „myšlenková nádrž“ ve Spojeném království. NEF začalo uvádět do praxe nejvýznamnější myšlenky konference – zelená daň, alternativní ekonomické ukazatele, etické investice a sociální audit – tyto myšlenky se nakonec staly hlavním myšlenkovým proudem NEF. NEF dalo vzniknout řadě nových organizací ve Spojeném Království – Jubilee 2000, The Ethical Trading Initiative, AccountAbility, Time Baking UK, The

London Rebuilding Society, The Community Development Finance Association a mnohé další (New Economics Foundation, 1998).

V současné době působí NEF ve Velké Británii jako významná organizace podporující sociální, ekonomickou a environmentální spravedlnost. Jejím cílem je podpořit Velký Přechod – přeměnu ekonomiky tak, aby pracovala pro lidi a pro jejich planetu. „*Většina světových ekonomik včetně britské je neudržitelná, nespravedlivá a nestabilní*“ (New economics foundation, 1998). Od klimatických změn po finanční kritiku je jasné, že současný ekonomický systém není účelný. NEF chce celkovou změnu ekonomického systému, který by přinesl užitek pro všechny lidi na planetě. Toho chce dosáhnout prostřednictvím vysoce kvalitních, průlomových výzkumů, které ukážou co je špatného na současné ekonomice a co může být děláno lépe. Demonstrují sílu svých myšlenek prostřednictvím praxe. Spoluprací s ostatními organizacemi ve Spojeném království a po celém světě. NEF je zcela nezávislá na politických stranách (New economics foundation, 1998).

MAS Šluknovsko – místní akční skupina (dále MAS) Šluknovsko, vzniklo jako občanské sdružení v prosinci roku 2004. Od roku 2005 spolupracuje na projektu LEADER, což je projekt Evropské Unie pro rozvoj venkova (MAS Šluknovsko, 2010). MAS Šluknovsko je zároveň členem celé národní sítě místních akčních skupin (NS MAS ČR). Cílem NS MAS ČR je podpora rozvoje venkova prostřednictvím jednotlivých místních akčních skupin (NS MAS České Republiky, 2014).

MAS Šluknovsko je oproti jiným místním akčním skupinám významná tím, že svým prostřednictvím podporuje myšlenku lokální ekonomiky. Podílela se na uspořádání již dvou konferencí lokální ekonomiky – v roce 2013 ve Varnsdorfu a v roce 2014 ve Šluknově. Díky tomu byly již v roce 2013 stanoveny na konferenci ve Varnsdorfu principy lokální ekonomiky. Na základě těchto principů lze určit, zda ve vybraném regionu funguje lokální ekonomika a také mohou být nápomocné při zavádění lokální ekonomiky do praxe. Bylo stanoveno celkem 11 principů, většina z nich vychází z nástrojů lokální ekonomiky (Zika, 2014).

Principy lokální ekonomiky

1. Obecná prospěšnost místní ekonomiky;
2. Vytváření příležitostí pro místní lidi;
3. Zhodnocování regionálního bohatství ve prospěch místní komunity;
4. Vytváření ekonomických a sociálních sítí za účelem zvýšení soudržnosti lokálního bohatství;
5. Regionální synergie a partnerství;
6. Veřejné povědomí o hodnotách, jako jsou reálná kvalita, užitná hodnota, ekonomická nezávislost, občanská svoboda, vzájemná úcta, seberealizace a obecná prospěšnost;
7. Lokální patriotismus vnímaný jako sounáležitost s prostorem, jehož součástí jsou lidé, příroda, zdroje a tradice;
8. Environmentální, ekonomická a sociální udržitelnost na úrovni solidních standardů;
9. Schopnost vytváření obecně prospěšných vizí v krátkodobém i dlouhodobém horizontu;
10. Vyhledávání, respektování a podporování neformálních autorit;
11. Respekt občanů k vládě založený na respektu vlády k občanům (Zíka, 2014).

Nejvíce viditelným (medializovaným) způsobem praktikování lokální ekonomiky v České republice v současné době je produkce a prodej lokálních potravin. Existuje celá řada způsobů, jak mohou spotřebitelé lokální potraviny získat.

3.2 Způsoby prodeje lokálních potravin

Lokální potravina – ve světě neexistuje všeobecně uznávaná definice, avšak někteří autoři za lokální potravinu považují tu, která byla vyrobena v okruhu 100 km. Často jsou za lokální potraviny považovány produkty pocházející z jednoho kraje či regionu (Glopolis, o. p. s., 2014).

Podle průzkumu serveru nalok.cz český národ považuje za lokální potraviny právě ty, jež pocházejí z daného kraje – téměř polovina respondentů. Další velká skupina, třetina respondentů, považuje za lokální ty potraviny, které pochází z jednoho okresu. A pouhých

13 % dotázaných přijímá jako lokální potraviny všechny produkty pocházející z České republiky (Dvořák, 2012).

V České republice patří k nejrozšířenějším způsobům prodeje lokálních potravin prodej ze dvora a samosběr. Velmi populární jsou také tzv. Farmářské trhy. Vedle farmářských trhů se především ve velkých městech začínají objevovat farmářské obchody. Kromě těchto způsobů se u nás také hojně rozvíjí tzv. bio-bedýnky a komunitou podporované zemědělství.

3.2.1 Prodej ze dvora a samosběr

Největší zárukou skutečně čerstvých a místních potravin je nákup přímo u farmáře. Nákup může být prováděn dvojí formou a to buď jako tzv. prodej ze dvora nebo jako samosběr. Samosběr se vyznačuje tím, že spotřebitel přijede na vybranou farmu a tam si sám nasbírá právě dozrávající produkty. Dochází tak k ušetření nákladů výrobce – náklady na sběr, mzdy zaměstnanců, balení a přeprava do obchodu či na trh, a proto jsou takto získané suroviny podstatně levnější, než ty zakoupené například na trzích (Václavík, 2008).

„Pod pojmem „prodej ze dvora“ se rozumí prodej malého množství vlastních produktů z prvovýroby chovatelem ve svém hospodářství přímo spotřebiteli pro spotřebu v jeho domácnosti.“ (Zíka, 2014).

Na rozdíl od samosběru je v případě prodeje ze dvora pro zákazníka zboží již předem sklizené a připravené rovnou k odběru. Při prodeji ze dvora je nabízeno více druhů produktů v závislosti na druhu farmy a jejích pěstitelských možnostech. Samozřejmostí jsou i produkty od hospodářských zvířat (Václavík, 2008).

Oba způsoby získávání lokálních potravin jsou rozšířeny po celé Evropě. Především samosběr bývá často považován za turistickou atrakci. Například ve Velké Británii jezdí celé rodiny klidně do vzdálenějších míst za konkrétní surovinou a tráví tam celý den sběrem plodin. Zároveň tím učí své děti znalosti přírody a chování na farmě (Benivia, 2014).

I u nás v České republice začíná získávat samosběr stále větší popularitu a stále více lidí využívá tento způsob k nákupu lokálních potravin a též jako vhodnou příležitost na výlet.

Nevýhodou samosběru je skutečnost, že lze získat vždy jen sezónní zboží, tedy pouze ty plodiny, které aktuálně dozrávají. U nás v České republice je asi nejpopulárnější

a nejrozšířenější samosběr jahod. Kromě jahod se však dají tímto způsobem opatřit například jablka, třešně, meruňky či brambory a spousta dalších druhů ovoce i zeleniny (Václavík, 2008).

I prodej ze dvora je ovlivněn sezónní nabídkou. Avšak v případě prodeje ze dvora je nabízeno více druhů produktů v závislosti na druhu farmy a jejích pěstitelských možnostech. Produkty od hospodářských zvířat, které jsou součástí nabídky při prodeji lokálních potravin ze dvora, jsou k dostání prakticky celoročně.

V České republice je prodej ze dvora podporován zákonem § 27a zákona č. 166/1999 Sb. o veterinární péči (veterinární zákon) doplněné vyhláškou č. 289/2007 Sb. a musí splňovat určité normy (Zíka, 2014).

Seznam farem, které nabízejí prodej ze dvora je dostupný například na stránkách www.nalok.cz. Tyto stránky poukazují na více než 1200 registrovaných farem ve všech regionech České republiky (Nalok.cz, 2014).

3.2.2 Bio-bedýnky a komunitou podporované zemědělství

Navzájem velmi podobné formy prodeje lokálních potravin jsou tzv. Bio-Bedýnky a komunitou podporované zemědělství. Jsou založeny na principu objednání vybraných potravin obvykle prostřednictvím internetu a následném zpracování objednávky zaměstnancem družstva provozující bedýnky, uložením do přepravky či tašky a dle pečlivě připraveného rozvozevého plánu dodány přímo do domácnosti. Zatímco bio-bedýnky fungují v podstatě nezávazně, to znamená, že zboží lze objednat kdykoliv, alespoň 2 dny dopředu a samozřejmě v závislosti na aktuální sklizni. V případě objednání produktů v rámci komunitou podporovaného zemědělství se jedná spíše o dlouhodobou spolupráci, přesněji dlouhodobé předplatné obvykle na celou sezónu. Předplatné je nevratné a to i v případě neúrody, riziko ztráty je tedy děleno mezi výrobce a spotřebitele (Václavík, 2008).

Obsahem bedýnek v obou případech bývá mix zeleniny, může být doplněn o mléčné výrobky, med, víno či pečivo. Výjimkou nejsou ani tzv. masové bedýnky. Zásobování formou bedýnek je prováděno bedýnkovým družstvem, hlavními znaky jsou lokálnost – záruka, že bedýnky obsahují pouze místní produkty, a sezónnost – tedy fakt, že objednat lze pouze ty suroviny, které se aktuálně sklízí. Bedýnková družstva jsou dnes hojně

rozmístěna v mnoha regionech, není tedy těžké zajistit plynulé a co nejvíce k životnímu prostředí šetrné zásobování. Důležité je stanovit systém dodávek tak, aby autem rozvázejícím bedýnky bylo najeto co nejméně kilometrů a zároveň bylo obslouženo co nejvíce zákazníků. Tento způsob nákupu lokálních potravin je velmi rozšířen i v Evropě, především v Dánsku, Velké Británii, Německu či Rakousku (Václavík, 2008).

Nejen v Evropě, ale i u nás jsou často do bedýnek přidávány recepty a informace o zboží, které zákazník obdrží. Je to jakási náhrada osobního kontaktu. v případě zájmu je možná i osobní návštěva spotřebitele přímo na své dodavatelské farmě (Švihla, 2009).

Stejně jako bedýnky a bedýnková družstva po celém světě vznikají i komunitou podporovaná zemědělství (KPZ). v Evropě mají svůj význam především v Rakousku, Německu, Francii, Velké Británii, Itálii, Maďarsku, Řecku či na Slovensku (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Původní myšlenka však pochází z Japonska. Kde se v 60. letech 20. století sdružily ženy a začaly nakupovat produkty přímo z farem, neboť si uvědomily, že takto získané potraviny jsou daleko zdravější a ekologičtější než průmyslově vyráběné potraviny, tím vytvořily ustálenou komunitu odebírající pravidelně potraviny od svých farmářů.

Asi nejvíce rozšířená forma získávání potravin prostřednictvím KPZ je ve Spojených státech. První komunity začaly vznikat v 80. letech 20. století a v současné době je tam provozováno více než 5000 skupin, fungujících na tomto principu (ZO ČSOP Veronica, 2012).

V Evropě se první farmy fungující na principu komunitou podporovaného zemědělství začaly objevovat kolem roku 1988 v Německu. Všechny německé farmy spojuje slogan „*Solidarische Landwirtschaft: Sich die Ernte teilen*,“ (Solidárně založené hospodářství sdílející úrodu). v současné době funguje v Německu více než 35 KPZ, avšak největší jejich rozkvět byl zaznamenán až v posledních 3 letech. Většina německých farem užívá organické (nebo biodynamické) výrobní metody a dbá na minimální ekologické dopady při přepravě zboží (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Ve Francii, kde jsou dnes evropské KPZ nejvíce rozšířené, bylo první komunitou podporované zemědělství založeno až v dubnu roku 2001 z iniciativy několika farmářů a skupiny Attac group. Brzy si AMAP (tamější název pro KPZ) získaly značný úspěch po

celé zemi. Většina z nich dodávala pouze zeleninu. Později další farmáři začali produkovat maso, sýr, vejce a chléb. Dnes je ve Francii více než 1600 AMAP. Od roku 2003 mají francouzské AMAP svou Chartu, která definuje 18 principů upravující vztah mezi spotřebiteli a zemědělci (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Ještě dříve než ve Francii, proběhly v roce 1998 první neúspěšné pokusy o založení KPZ v Maďarsku. Důvodem tehdejšího neúspěchu byla především nezkušenost farmářů a odlišné spotřebitelské zvyklosti. Přesto maďarští farmáři nevzdali své snažení a až v roce 2010 po inspiraci u francouzských AMAP, se jim podařilo úspěšně rozjet první 3 maďarské projekty fungující na principech komunitou podporovaného zemědělství. V roce 2013 existovalo v Maďarsku již 8 KPZ a asi 6 uskupení dodržujících podobné zásady (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Kromě Maďarska i v sousedním Slovensku byla již před rokem 2000 snaha o vytvoření podobných komunit, jako jsou dnešní KPZ. Avšak první skutečné KPZ bylo na Slovensku založeno až v roce 2010. A až o dva roky později došlo k založení druhého KPZ. Do komunitou podporovaného zemědělství se zde zapojují především mladí lidé se zájmem o lokální a sezónní potraviny bez pesticidů (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Komunitou podporované zemědělství se Evropou šířilo jako lavina, která v roce 2011 zasáhla i Rakousko. Od té doby bylo v Rakousku založeno a je úspěšně provozováno 9 KPZ. Většina z nich vznikla na již existujících farmách, kde došlo pouze k vytvoření komunity. Celý systém fungování KPZ v Rakousku se hodně inspiruje německými farmami, odtud potom pochází jejich označení „*Solidarische Landwirtschaft*“ (Solidní zemědělství) či „*GeLa*“ (Gemeinsam Landwirtschaften – farmařit společně). Většina organizací se zaměřuje na pěstování zeleniny, pouze dvě rakouské KPZ produkují i maso a mléko (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Některé evropské státy hledaly v principech KPZ pomoc z ekonomické krize. Jedním z nich bylo například Řecko. v letech 2012-2013 proběhla Řeckem vlna solidarity a vzájemné spolupráce s názvem „bramborové hnutí.“ Díky tomu bylo pro řecké farmáře snadné pustit se do projektu komunitou podporovaného zemědělství. Přesto v roce 2013 fungovaly v Řecku jen 4 farmy KPZ. Pravděpodobně je to způsobeno obecnou nedůvěrou národa a strachem z krize (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Ve Velké Británii funguje již řadu let komunitou podporované zemědělství. V roce 2011 při posledním sčítání farem zde bylo asi 80 plně funkčních KPZ a dalších 80 začínajících skupin. Definice britských KPZ je široká a modely rozličné (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Komunitou podporované zemědělství funguje i u nás v České republice. Často se jedná o neformální skupiny založené na solidaritě a vzájemné pomoci. Na začátku roku 2013 zde fungovalo asi 10 takových skupin (Bashford, Valeška a kol., 2013). v roce 2014 se počet zvýšil na 17 (PRO-BIO LIGA, Asociace místních potravinových iniciativ, 2012). První KPZ vznikla v České republice v roce 2009, založila ji organizace PRO-BIO LIGA společně s ekologickým pěstitelům zeleniny panem Karlem Tachecím. Tato komunita nesla název „Podporujeme svého sedláka.“ Název se ujal natolik, že v současné době je pod tímto označením provozováno více komunit. Dalo by se říci, že to je v podstatě české označení pro KPZ (PRO-BIO LIGA, Asociace místních potravinových iniciativ, 2012). Princip českého KPZ se velmi podobá tzv. bedýnkovému systému, avšak vyžaduje více vzájemné komunikace a větší důvěru. Odběratelé často sami přichází na farmu a dokonce se někteří dobrovolně zapojují do práce na farmě (Kettnerová, Valeška, 2012). Další specialitou českých KPZ je, že většina farmářů nabízí zároveň i prodej ze dvora (Bashford, Valeška a kol., 2013).

Organizacemi, které v České republice zaštiťují fungování KPZ, jsou: PRO-BIO LIGA, Praha; Ekologický institut Veronica, Brno; PRO-BIO Regionální centrum Moravská Brána (ZO ČSOP Veronica, 2012).

3.2.3 Farmářské obchody

Ačkoli se nejedná o přímý způsob prodeje lokálních potravin, jsou farmářské obchody velmi populární, především ve velkých městech, kde lidé nemají mnoho možností navštívit přímo svou farmu. Nevýhodou kamenných prodejen jsou především vysoké nájemné a výdaje na energie, a protože ne každý farmář může ve své prodejně být osobně, musí se počítat i se mzdovými náklady. Naopak výhodou jsou pohodlné a přehledné prodejny, kde zákazník zboží nakoupí za jakéhokoliv počasí a celoročně (Václavík, 2008).

V České republice jsou nejrozšířenější prodejny od společnosti „Náš grunt“ a „Sklizeno.“ Prodejny náš grunt vznikly se záměrem prodeje ryze českých produktů. Je to původní česká firma s českým kapitálem, která kromě vlastních prodejen provozuje i franšizovou

spolupráci. První prodejna byla otevřena v roce 2010 v Praze na Vinohradech a brzy se otvíraly další a další prodejny a to nejen v Praze, ale v dalších regionech republiky. Původní prodejny byly otvírány ještě pod značkou Český grunt, ale po rozšíření na Moravu v roce 2012, byl přijat název Náš GRUNT. V současné době je provozováno 29 prodejen. Prodejny jsou specializované především na produkty od tuzemských malých a středních farmářů a výrobců. Ke koupi jsou nabízeny uzeniny a kvalitní maso, mléčné výrobky, vejce, tradiční domácí pečivo, ovoce a zelenina, mošty a pálenky, víno, med a další regionální speciality. Společnost Náš GRUNT spolupracuje s celou řadou tuzemských dodavatelů. Každý produkt je řádně označen, aby spotřebitel věděl, odkud byl výrobek dodán do prodejny (nasgrunt.cz, 2009).

Společnost sklizeno s. r. o. byla založena na počátku roku 2013 (Ministerstvo spravedlnosti České republiky). Od té doby je pod její značkou, včetně franšizových podnikatelů, v provozu 13 prodejen (v Praze 6 prodejen, Brně 6 a Olomouci zatím jen jedna prodejna) a neustále má tendenci se rozrůstat. Podobně jako u „Našeho GRUNTU“ i „Sklizeno“ nabízí především produkty malých a středních farmářů a sedláků. Kromě tradičních českých a moravských produktů jsou součástí nabídky i vybrané zahraniční speciality, které se u nás nedají vypěstovat nebo vyrobit (Sklizeno.cz, 2013).

Podobně jako všechny výše uvedené způsoby prodeje lokálních potravin, fungují i farmářské obchody všude v Evropě, ba po celém světě. Například v Anglii byla většina farmářských obchodů založena přímo farmářem, a proto produkty prodávané v daném obchodě bývají často přímo z produkce jeho provozovatele či majitele. Většina z nich ovšem nabídku rozšiřuje i o produkty sousedních farmářů, neboť často sami nejsou schopni pokrýt poptávku (Lloyds Europa Ltd, 2014).

3.3 Vývoj a význam lokálních trhů

Obchod jako způsob zajištění potravy fungoval už od nepaměti. Původně se jednalo spíše o výměnný obchod zboží za zboží, který později přerostl v obchod, kde se směňovalo zboží za peníze. Historicky nejrozšířenější formou obchodu za účelem nákupu potravin byly trhy v jakékoliv podobě. Už tehdy hospodyně sháněly na trzích kvalitní a čerstvé potraviny od známých obchodníků. Tuto funkci si trhy přenesly i do současnosti.

3.3.1 Historický význam trhů v Evropě - Středověká Anglie

V průběhu středověku prošla evropská ekonomika a obchod značným vývojem. Souvisí to především s rozvojem dopravy a zámořskými plavbami a objevy. Dalším znakem vývoje je výrazný posun od naturální směny k peněžní směně (Blažek, 2010). Ačkoli se začal prosazovat dálkový obchod, měly lokální trhy stále významné místo v celém obchodním systému.

Důležitou roli hrála také hustota osídlení jednotlivých regionů, která byla podstatně nižší, než je tomu dnes. V Anglii v 11. století žilo asi 1,5 až 2 miliony obyvatel (Kačerová, Michalec, 2014). Obyvatelé venkova často museli dojíždět do několika kilometrů vzdálených měst za obchodem, což pro ně bylo pochopitelně nevýhodné. Daleko jednodušším a efektivnějším řešením se stala neoficiální směna produktů v rámci sousedství. Vznikala tak rozsáhlá síť trhů, o nichž nejsou vedeny žádné záznamy. Jejich existence je odvozena pouze neúčastí venkovanů na městských trzích. Venkovské trhy lze považovat za skutečně lokální, neboť předmětem směny zde byly skutečně čistě místní produkty (Dyer, 1996).

I městské trhy byly považovány za lokální, neboť každé město, či městečko, mělo svou spádovou oblast, odkud venkované přijížděli za obchodem, nákupem potravin či nástrojů. Avšak jak bylo řečeno výše, venkované příliš nevážili cest do měst a tak městská produkce připadala opět pouze obyvatelům daného města. Zde ve městech se už začaly objevovat i známky vzdáleného obchodu. Do menších měst přijížděli obchodníci z Londýna či jiných velkých měst s luxusním zbožím. Toto zboží bylo vyhledáváno především šlechtou (Dyer, 1996).

Venkovské trhy v Anglii si uchovaly svůj půvab až do průmyslové revoluce. S nástupem průmyslové revoluce došlo k upřednostňování průmyslu před zemědělstvím a lidé se začali stěhovat z venkova do měst (Dyer, 1996).

3.3.2 Vývoj trhů v ČR

Stejně jako všude v Evropě, se i v Českých zemích začal obchod vyvíjet už od dávných časů. První, kdo byl spojován s obchodní minulostí, je frantský Sámó, též známý jako „kupec“ Sámó (624-658). Ačkoli jeho život je zasazen do 7. století, skutečný rozvoj obchodu se začal rozbíhat až v 9. století vznikem prvního tržiště v pražském podhradí.

Původně se obchodovalo převážně směnným způsobem. Největší zájem byl o dovážené zboží, zejména sůl, koření, ryby naložené v soli, víno a sukno. Zahraničními kupci pak bylo toto zboží směňováno převážně za otroky, med, vosk, koně, kožešiny a další (Pitro, Vokáč, 2006).

S růstem hospodářského významu Prahy se neustále zvyšovala i poptávka po luxusnějším zboží, jako byly masti, voňavky, barviva, ozdobné předměty či zbraně. Na základě této skutečnosti byl zaznamenán zvýšený příliv německých a židovských kupců do Prahy a došlo tak ke vzniku kupecké osady. Společně s novými obchodníky bylo do Prahy dovezeno i nové bohatství, obchodu se dostalo nového impulsu a začalo docházet ke vznikům dalších tržišť a obchodních osad. (Pitro, Vokáč, 2006).

První pravidelné sobotní trhy se začaly pořádat až ve 12. století v místě dnešního Staroměstského náměstí (Pitro, Vokáč, 2006). Krátce na to byl založen Ungelt – Týnský dvůr – místo, které původně sloužilo jako útočiště pro cizí kupce. Později, ve 14. století, byl přeměněn na ústřední zemskou královskou celnici, kde bylo cizincům umožněno prodávat zboží pražanům, avšak pouze prostřednictvím místních kupců. Dalším využitím Ungeltu bylo překladiště zboží a karanténní stanice. V tuto dobu se nejvíce obchodovalo s kořením, pomeranči, citrony, kaštany, řeckým vínem, látkami, benátským sklem, papírem, či mýdlem (Jarolímková, 2005).

Na klasických městských tržištích byli nejčastějšími obchodníky domácí prodejci se snadno přemístitelným zbožím. Špatně přemístitelné zboží bylo nabízeno přímo v řemeslných dílnách, jednalo se především o kusy nábytku, výrobky zlatnické, hodinářské a cukrářské. Výhodou tohoto způsobu prodeje bylo především ušetření řemeslníkova času – řemeslník se zároveň zabýval jak obchodováním, tak i výrobou (Jarolímková, 2005).

Jak přibývalo obyvatelstva, stávala se městská tržiště stále více nedostatečnými pro uspokojení potřeb. Proto v Praze vznikla tzv. „Obchodní zóna“, která se rozkládala od Ovocného trhu až k trhu Uhelnému.

K obchodování na tržištích bylo nutné dodržovat pevně stanovená pravidla pod výhrůzkou přísných trestů, nejčastějším trestem byl pranýř, mohlo ale jít i o vyhnání z města či useknutí ruky. Pravidla byla následující – zákazníci se nesměli prát, prodejci museli dodržovat tzv. cejchované váhy a míry, nesměli si navzájem pomlouvat zboží nebo přetahovat zákazníky, nesměli prodávat zboží nekvalitní či předražené. Velmi oblíbené

v této době byly týdenní trhy, které se těšili stejné oblíbenosti jako jarmarky (Jarolímková, 2005). Týdenní trhy se konaly jednou týdně, avšak především ve větších městech se mohly tyto týdenní trhy konat i častěji. Dalším rozdílem oproti jarmarkům byla nabídka zboží. Na týdenním trhu bylo k dostání především zboží zemědělské produkce, zatímco na jarmarcích se prodávaly především řemeslné produkty (Lenderová, Jiránek, Macková, 2009).

Největší obchodní událostí bývaly v minulosti právě jarmarky. Byly pořádány při příležitostech významných svátků (na sv. Josefa, sv. Jana Nepomuckého, sv. Víta, sv. Václava, sv. Mikuláše) obvykle po dobu čtrnácti dnů na velkých náměstích. Měly svůj tradiční průběh – začátek se oznamoval „zvoncec rathouzním“ a „znamením na tyči“. Prodejní budovy – dřevěné stánky – byly často přidělovány losem, protože ne všechny byly umístěny na stejně výhodných místech. Součástí jarmarků byl i litkup – prodávající a kupující společně pijí na oslavu dobře provedeného obchodu. Ukončení jarmarku bylo oznamováno zvonem, následovalo stažení praporců z věží a rozebrání prodejních stánků (Jarolímková, 2005).

Na pražských tržištích bylo postupem času k dostání stále rozmanitějších druhů zboží. Největší zájem byl však o ryby, a to zejména kvůli velkému množství postních svátků. Od roku 1532 bylo držitelem celopražského monopolu na prodej živých ryb Staré Město, a to až do 19. století. Kromě rybích trhů existoval i např. Svinský, kde se obchodovalo s dobytkem, nebo Koňský trh určený pro obchod s koňmi a koňskými potřebami (Jarolímková, 2005).

Ve druhé polovině 14. století se začaly vytvářet různé specializace v obchodu a také docházelo k ustalování některých veřejných prodejních míst. Vznikli tak např. „kráječi“ čili obchodníci se sukem nebo „kramnáři“, tedy maloobchodníci např. s kořením, olejem ale i plátnem apod. Velkoobchodníkům se říkalo kupci. Prodávalo se ve sklepích, masných krámech, chlebných lavicích a v tzv. koticích (Pitro, Vokáč, 2006).

Pro prodej masa byly určeny masné krámy, jejichž zvláštností bylo, že se nesmělo prodávat v jednom obchodě syrové a tepelně upravené zboží zároveň. Také koňští řezníci představovali určitou výjimku. Jim bylo zakázáno v masných krámech prodávat úplně až do 80. let 19. století (Jarolímková, 2005).

Kotce představovaly již vyšší formu prodeje. Jednalo se o krámky v řadě kryté společnou střechou, v nichž se prodával pouze jeden druh zboží. Některé stánky, především ty menší, sloužily jako divadlo – podle toho vzniklo též divadlo „V Kotcích“. Později, v letech 1892-1895 byly některé kotce využity jako městská spořitelna. Pro staré pražany byly kotce něco jako dnešní supermarkety (Jarolímková, 2005).

28. 2. 1897 v 10:00 hodin byla otevřena Staroměstská tržnice, která v podstatě nahradila dosud nejvyužívanější obchodní místo – kotce. Jednalo se v té době o první budovu shromažďující větší množství obchodníků, více než 300, pod jednou střechou. Zde mohli prodávat i mimopražští prodejci. K dispozici tu byly i chladírny se strojovnou, vlastní parní elektrárna, v přízemí kromě obchodů se nacházela i kavárna a výčep. V patrech byly zavedeny městské úřady. Prodáváno se tu především maso, zvěřina, ryby, drůbež, máslo, vejce nebo třeba žabí zadečky. Protože pro pražany byl příjemnější nákup zeleniny přímo u zahradníků, prodeji zeleniny se ve Staroměstské tržnici věnovali jen čtyři obchodníci (Jarolímková, 2005).

Kromě obchodování na tržištích byli ve staré Praze obvyklí i podomní prodejci specializující se především na octářství, kožedělnictví, květinářství, prodej koření či písku na čištění podlah. Prodej méně častého sortimentu zajišťovali hostince či pouliční prodej. K dostání zde bylo především cukroví či preclíky, uzenka, ředkvičky, sardinky, kyselé ryby a okurky (Jarolímková, 2005).

Obchodování na trzích a tržištích se v České republice dařilo až do začátku 20. století, kdy Evropa byla zasažena dvěma světovými válkami. Období válek bylo doprovázeno nedostatkem potravin, což vedlo k uzavírání trhů. Některé trhy byly dokonce nenávratně zničeny při náletech (Státníková, 2010). Následovalo pak dlouhé období, kdy obchodování na trzích a tržištích bylo v útlumu a naopak do popředí se dostaly kamenné prodejny a později supermarkety a hypermarkety. První supermarket v České republice byl otevřen 6. 6. 1991 (Škachová, 2011). Nový, opětovný rozvoj tradičních trhů přišel až v 21. století v souvislosti s lokální ekonomikou, kdy začaly vznikat tzv. Farmářské trhy.

Již v roce 2006 se sdružení Archetyp začalo zajímat o možnosti přímého prodeje místních produktů. Inspirováno velkými evropskými městy vypracovalo v roce 2007 studii pro Magistrát hlavního města Prahy. Cílem studie bylo vytipování míst v Praze, kde by bylo

vhodné takové trhy upořádat. Bylo jich 17, a na některých z nich se nakonec trhy skutečně pořádají. Od roku 2010 jsou to trhy – Jirák, Náplavka, Kubáň (Archetyp, 2014).

Zatímco Archetyp pracoval na uspořádání trhů v centru města. Na okraji Prahy – v Klánovicích, došlo ke konání prvního farmářského trhu, a to na podzim roku 2009. Nebylo to zásluhou žádné organizace, ale jedné místní obyvatelky, paní Hany Micholupu, již se podařilo přesvědčit farmáře, aby formou prodeje ve stáncích nabídli svou produkci lidem. Zákazníci přesyceni supermarketem uvítali novou možnost nákupu potravin s nadšením a klánovické trhy si tak velmi rychle získaly dobré jméno a staly se vzorem pro ostatní pořadatele farmářských trhů (Hájková, Hölgge, 2010).

„Farmářské trhy se konají ve veřejně oznámené časové periodě, zpravidla pod otevřeným nebem a prodej na nich se řídí předem oznámeným a vyvěšeným tržním řádem, který vychází ze vzorového tržního řádu a z dispozic jednotlivých měst“ (Ministerstvo zemědělství České republiky, 2011).

Farmářské trhy by měly pomoci malým a středním farmářům se lépe zviditelnit a obohatit jejich zisk. Přímým prodejem na trzích dochází k vynechání drahých překupníků z prodejního řetězce, a ačkoli vstupem na trh vznikají farmářům také náklady (pronájem prodejního místa) jsou podstatně nižší než poplatky zprostředkovatelům. Velkou podporou pro konání trhů jsou právě radnice měst a jednotlivých městských částí. Jejich největší pomoc spočívá v poskytnutí prostor pro uspořádání trhu (Václavík, 2008).

Říká se jim sice farmářské trhy a často se v jejich souvislosti mluví především o farmářích, ale mezi prodejci se vyskytují i pekaři, cukráři či uzenáři nebo také květináři, výrobci tradičních šperků, dřevěného zboží a dalších řemeslných prací a doplňkových předmětů. Důvodem je skutečnost, že v případě omezení prodejců pouze na prvopěstitele a prvochovatele by hrozil pokles zájmu ze strany nakupujících. Atmosféra trhů je jedinečná a má své kouzlo, které stále láká zákazníky, aby se vraceli. Pokud by byl omezen výběr produktů, lidé by se nevraceli s takovou chutí a jejich zájem by ustal (Dušek, Czaban, 2011).

Tím jak rostla oblíbenost farmářských trhů, přidávalo se stále více prodejců a bohužel se mezi nimi začali objevovat i tací, kteří nenabízí úplně kvalitní produkty a hrozí tak, že bude znehodnoceno dobré jméno farmářských trhů. Na obranu těchto praktik se staví různá sdružení, mezi nejvýznamnější z nich patří Asociace farmářských tržišť ČR. v asociaci

jsou sdružováni pořadatelé trhů, kteří dbají na svých trzích na dodržování jistých zásad. Jde například o to, že na trhu musí být z 90% prodávána potravinová produkce a pouze 10% je produkce nepotravinová (například proutěné košíky či dřevěné vařečky). Je požadována dobrá dostupnost jak využitím městské hromadné dopravy, tak i automobilem či pěšky. Farmářské trhy jsou považovány za místo setkávání a rozvíjení sociálních služeb, jsou pořádány alespoň jednou měsíčně. Je vyloučeno jejich konání v blízkosti obchodních center (Asociace farmářských tržišť ČR, 1999).

V souvislosti se zachováním principu farmářských trhů a omezování podvodných obchodníků vydalo Ministerstvo zemědělství České republiky kodex farmářských trhů, který shrnuje základní pravidla pro pořádání farmářských trhů. Kodex obsahuje osm bodů a je orientován především na garanci původu prodávaných produktů. Součástí kodexu je také bod o možnosti zastoupení prodejce či body o dodržování veškeré legislativy spojené s prodejem na farmářském trhu (celé znění Kodexu farmářských trhů je uvedeno v příloze č. 1).

Kromě kodexu farmářských trhů, musí všichni prodejci na farmářských trzích dodržovat tak zvané desatero Státní veterinární správy. Je to nařízení, jež vydala Státní veterinární správa a na jeho plnění dohlíží vždy příslušné Krajské veterinární správy. Jak název napovídá, je v tomto dokumentu zakotveno 10 podmínek, které musí splňovat prodejci potravin, především masných produktů (Ministerstvo zemědělství, 2009).

Dalším důležitým orgánem, který dohlíží na hygienické podmínky při prodeji na farmářských trzích, je Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Tento orgán dohlíží především na podmínky při manipulaci s potravinami, jejich uchování a udržování čistoty prodejních míst. Státní zemědělská a potravinářská inspekce zajišťuje především dohled nad potravinami rostlinného původu (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 2015).

Takto vymezená oblast „Středního Polabí“ zahrnuje celkem 8 správních obvodů obce s rozšířenou působností (dále SO ORP). Trhy v „hlavních“ městech těchto obvodů se stanou předmětem zkoumání. Jedná se o města: Brandýs nad Labem – Stará Boleslav, Český Brod, Kolín, Lysá nad Labem, Neratovice, Nymburk, Mělník, Poděbrady a Čelákovice – není SO ORP, ale patří od skupiny Polabských farmářských trhů.

Přestože jsou v oblasti Středního Polabí velmi dobré podmínky pro zemědělství, převládá zde průmyslová výroba, především automobilový a strojírenský průmysl. Na zdejších úrodných půdách je pěstována hlavně pšenice a ostatní obiloviny a cukrovka. Menší farmáři se zaměřují na pěstování zeleniny a ovoce, které lze vypěstovat ve zdejších klimatických podmínkách. Nejčastějšími druhy ovoce jsou jablka, hrušky, švestky, meruňky, třešně a jahody. Výhodné podmínky pro zemědělství podporuje rovinný terén s nízkou nadmořskou výškou (nejnižší bod 153 m n. m.) a teplým podnebím s nízkým úhrnem srážek.

Podle údajů získaných z Českého statistického úřadu se celý region skládá z 285 sídel, ve kterých žije okolo 350 tisíc obyvatel. Příčinou hustého osídlení regionu je bezprostřední blízkost Prahy. Jednotlivá sídla od sebe nejsou vzdálena více než 10 km. V regionu je hustá dopravní infrastruktura, která zajišťuje propojení všech menších obcí s většími městy. Pro obyvatele venkova proto není problém dojíždět do měst a využívat tamější možnosti nákupu potravin, včetně nákupů na trzích.

4.2 Vlastní výzkum

Hlavním cílem analýzy je zhodnocení podmínek pro úspěšné provozování trhů s lokálními produkty v regionu Střední Polabí. Výzkum byl prováděn v 9 městech regionu, z nichž 8 jsou v podstatě „hlavní“ města jednotlivých SO ORP, ze kterých je složen region Střední Polabí. Deváté město, Čelákovice, bylo přiřazeno v průběhu výzkumu, neboť trhy pořádané v Čelákovicih společně s městskými trhy v Nymburce a Poděbradech vytváří skupinu tzv. Polabských farmářských trhů.

Sběr dat potřebných pro analýzu probíhal metodou pozorování a dotazování přímo v terénu. Pro doplnění informací bylo navíc nutné nastudovat tržní řády jednotlivých měst a další předpisy upravující pořádání farmářských trhů.

Získaná data byla následně utříděna podle vybraných charakteristik. Jako jednotlivá hlediska třídění byla zvolena následující kritéria: zda je trh pořádán, v jaký den a v jakém čase, jak často se koná, jaký je nabízený sortiment na trhu. Kromě základních charakteristik bylo zjišťováno, jakými předpisy je řízen provoz trhu.

4.2.1 Podmínky organizace trhů v regionu

Základní pravidla konání trhů v jednotlivých městech jsou dána tržním řádem, který je vydáván jako nařízení (právní předpis) zastupitelstvem obce. Tržní řád vydává každé město, ve kterém jsou provozovány trhy nebo jiné formy obchodu trhům podobné (například tržnice, prodejní místo, předsunuté prodejní místo, ale i restaurační zahrádky či pojízdný prodej). Každé město si stanovuje vlastní podmínky realizace trhů. Obvykle tržní řád vymezuje, co to vůbec je trh (*soubor prodejních míst určených k příležitostnému soustředěnému prodeji zboží nebo poskytování služeb více prodejců najednou v předem stanovených dnech* (Město Kolín, 2014) a tržiště (*vymezený, volně přístupný prostor, umožňující celoroční prodej zboží a poskytování služeb mimo provozovnu určenou k tomuto účelu kolaudačním rozhodnutím dle stavebního zákona, na místech pronajatých k tomuto účelu, může být nebo je vybaven prodejními stánky, pulty, stolky či jinými podobnými zařízeními, které jsou určeny pro prodej zboží nebo poskytování služeb* (Město Kolín, 2014) a další formy prodeje. Tržním řádem je nařízeno v jakých prostorách a v jakých časech může být prodej uskutečněn. Určuje, jaké požadavky musí prostor pro pořádání trhu splňovat, například vhodné osvětlení, zajištění dostatečného počtu nádob na odpad, zajištění veřejného WC apod. Dále stanovuje poplatky za umístění stánků a pojízdných prodejen v prostorách města. V regionu Střední Polabí jsou tyto poplatky nízké, pohybují se kolem 100 Kč - 200 Kč za stánek. Tržní řád také stanovuje, jaké produkty mohou být na trhu prodávány (tržní řády některých měst zvlášť určují kategorie výrobků vhodných pro prodej na farmářském trhu). Naopak vymezuje, které produkty na trhu nesmí být nabízeny vůbec (do této kategorie patří především erotické zboží, pyrotechnika a chemikálie). V tržním řádu je dále zahrnuto, jakým způsobem je ošetřen dohled nad dodržováním pravidel stanovených řádem (obvykle je to městská policie, či pověřený pracovník městského úřadu).

Kromě obecného tržního řádu stanoveného vyhláškou města, mají některé trhy vlastní provozní řád. Jedním z takových trhů je Mělnický trh. Provozní řád Mělnického trhu

jednak ustanovuje některé věci shodně s tržním řádem a navíc přesně specifikuje zboží prodávané na trhu. Dále provozní řád podrobně vymezuje podmínky prodejců včetně povinného značení výrobků. (Celé znění provozního řádu Mělnických trhů je uvedeno v příloze č. 5).

Organizátoři Polabských farmářských trhů kromě dodržování městských tržních řádů, dbají ještě na splnění pravidel kodexu farmářských trhů (o kodexu bylo podrobně pojednáno v závěru kapitoly 3; celé znění kodexu farmářských trhů je uvedeno v příloze č. 1). Bod číslo 1 kodexu říká, že nabízené zboží pochází přímo od farmáře, který garantuje jeho původ. Bod číslo 2 kodexu stanovuje, že farmář může být při prodeji nahrazen oprávněnou osobou. Bodem číslo 3 kodexu je garantováno splnění legislativních a hygienických požadavků souvisejících s prodejem potravin na trzích. Organizátoři Polabských farmářských trhů se zaručují, že všichni prodejci nabízející zboží na jejich trzích tyto 3 uvedené body kodexu farmářských trhů bezpodmínečně splňují.

Každý, kdo chce nabízet produkty vlastní výroby na trhu, musí mít oprávnění k podnikání (živnostenský list). V případě, že se jedná o prodej potravin, musí mít každý prodávající platný zdravotní průkaz. Prodej potravin podléhá kontrole Státní zemědělské a potravinářské inspekce a Státní veterinární správy. Z tohoto důvodu musí být prodávané produkty nahlášené (registrované) na příslušném úřadě. Státní zemědělská a potravinářská inspekce eviduje především ovoce a zeleninu. Státní veterinární správa registruje veškerou podnikatelskou činnost spojenou se zpracováním masa, mléka, ryb, drůbeže a vajec. Veškeré maso, které je určeno k prodeji, musí projít veterinární kontrolou.

Zásadní otázkou organizace trhu je volba pořadatele či správce trhu. Některá města v regionu (například Neratovice) se v minulosti potýkala s problémem sehnat vhodného organizátora, který by dokázal zajistit na trhu dodržování všech pravidel a přilákal dostatek vhodných prodejců. Většina měst se v tomto ohledu spoléhá na „externího“ pořadatele, který bývá vybírán prostřednictvím výběrového řízení a následná spolupráce je sjednána ve smlouvě. Naopak radní města Český Brod zvolili jednoho ze svých členů a pověřili jej organizací farmářských trhů. Jeho práce spočívá v zajištění dostatečného množství prodejců a oznámení občanům o konání trhu.

Aby mohl pořadatel plnit svou úlohu a podařilo se mu získat na trh prodejce, je nutné, kromě zajištění vhodné nabídky, stanovit den a čas pořádání trhu. Na základě průzkumu

mezi prodejci, bylo zjištěno, že většina prodejců, má-li možnost, přijme raději nabídku k prodeji v nějakém větším městě, kde jsou lidé již zvyklí navštěvovat farmářské trhy a nakupovat zde potraviny. Sousedství regionu Střední Polabí s Prahou proto přináší organizátorům trhů značné komplikace se zajištěním poctivých prodejců. Občané Prahy již plně podlehlí trendu nákupu potravin na farmářských trzích. Pražské trhy jsou proto daleko větším lákadlem pro místní producenty, kde mají určitou jistotu zákazníků a s tím spojených příjmů. Vyplatí se jim tedy raději si připlatit za prodejní místo v Praze (poplatky za místo na některých pražských trzích se pohybují i v řádech tisíce korun), než se účastnit malého trhu s nejistým výdělkem. Přestože jsou v Praze farmářské trhy pořádány (v různých městských částech) každý den, ty největší a nejvyhlášenější se obvykle konají v sobotu. Z tohoto důvodu se organizátoři ve Středním Polabí vyvarují pořádání vlastních trhů v sobotu, neboť je zde větší pravděpodobnost, že nezajistí dostatečně pestrou nabídku.

4.2.2 Propagace trhů v regionu

Nedílnou součástí farmářských trhů jsou zákazníci. K jejich přilákání na trh je využíváno jednoho z nástrojů marketingového mixu – propagace. Organizátoři farmářských trhů v regionu Střední Polabí v tomto směru nejsou příliš nápadití. Výzkum prováděný v regionu ukázal, že o většině zdejších farmářských trhů se zákazník dozví pouze prostřednictvím informačních plakátů a letáků vylepovaných na veřejných místech ve městě, případně jedná-li se o významnější či sváteční trhy (trhy pořádány například v období adventu apod.), bývá o nich uvedena informace v městských listech (novinách). V dnešní době je samozřejmostí informace o konání trhu na webových stránkách města. Je to spíše taková pasivní forma propagace určená především těm, kteří se již z vlastní iniciativy o konání trhu zajímají. Obecné informace o farmářských trzích konaných po celé České republice poskytují i různé servery jako je například www.vitalita.cz, na těchto informačních portálech bohužel nejsou vždy aktuální informace. Otázkou ovšem stále zůstává, jak se k zákazníkovi dostane informace o existenci takových webových stránek. Opět to závisí na samotné aktivitě zákazníka, chce-li se dozvědět nějaké bližší informace o farmářských trzích obecně, při vyhledávání na internetu bude obvykle automaticky směřován na tyto stránky. Pokud ale samotný zákazník zájem nemá, není mu nijak nucena existence farmářských trhů. Webové stránky www.vitalita.cz a jim podobné kromě

informací o farmářských trzích nabízí i další osvětu ohledně kvalitních, zdravých a čerstvých potravin.

Webové stránky pro propagaci některých trhů využívají i sami organizátoři. Například manželé Honzů spravují vlastní internetové stránky, kde jsou dostupné základní informace o konání Polabských farmářských trhů. Také organizace Studio Eko-Logika, o. s., jejíž člen pan Muška má na starosti trhy na Mělníku, provozuje vlastní webové stránky s informacemi o Mělnickém trhu. Celkově by se dalo říci, že organizátor Mělnického trhu má ze všech zkoumaných trhů nejpracovitější propagaci včetně hlavní myšlenky trhu – podpora místních sedláků a dostupnost poctivých českých potravin. Jeho hlavním cílem je udělat z Mělnického trhu místo setkávání spojeného s nákupem kvalitních potravin a příjemným kulturním zpestřením. Již v loňském roce, byly mnohé trhy doprovázeny vystoupením místních hudebních a tanečních spolků. Dalším důležitým krokem ke splnění stanoveného cíle bylo přejmenování farmářského trhu na Mělnický trh. Následovalo spojení pravidelných potravinových trhů s tradičním bleším trhem, což vedlo ke zvýšení zájmu občanů o návštěvu náměstí v den pořádání farmářského, respektive Mělnického trhu. Spojení farmářského trhu s další kulturní akcí, by jistě prospělo i ostatním trhům v regionu.

4.2.3 Složení prodejců na místních trzích v regionu

Dalším důležitým faktorem správného fungování trhu je vhodná volba prodejců, kteří budou na trhu nabízet své produkty. V případě farmářských trhů tvoří základní nabídku produkty od prvopěstitelů a prvovýrobců pocházejících z regionu. I u zkoumaných trhů ve Středním Polabí jsou na trhy prvotně zvaní místní producenti a pro doplnění základní nabídky přijímají někteří organizátoři i prodejce nabízející produkty z velkých farem působících na celorepublikové úrovni. V každém případě je dbáno na kvalitu a původ výrobků. Nábor prodejců na trh probíhá aktivní i pasivní formou. Pasivní forma vypadá tak, že součástí informace o konání trhu je i pozvánka pro nové farmáře. Za aktivní formu je považováno, když organizátor sám vyhledává vhodné prodejce. Informace o nových prodejcích často získává od těch stávajících, kteří vždy rádi doporučí své „kolegy“.

V souladu s bodem 2 kodexu farmářských trhů využívají mnozí sedláci možnosti za sebe poslat na trh prodávat rodinné příslušníky či jiné pověřené osoby.

Většina organizátorů farmářských trhů ve Středním Polabí tvrdí, že na své trhy zve pouze místní prvopěstitele a prvovýrobce. Průzkum ukázal, že tomu vždy tak není, na každém ze zkoumaných trhů se objevují produkty, které nepocházejí přímo ze Středního Polabí.

Za jediné skutečně lokální potraviny na trzích ve Středním Polabí lze označit zeleninu a některé druhy ovoce, kterými jsou především jablka, hrušky, meruňky či švestky.

Kromě ovoce a zeleniny nabízí trhy ve Středním Polabí celou řadu dalších produktů. Jedná se především o masné výrobky, mléčné produkty, čerstvé pečivo, ryby, medy, marmelády a ovocné šťávy, víno a mošty, koření a bylinky, rakytníkové produkty, dále také květiny či sadbu. Obvykle nechybí ani různé řemeslné výrobky, jako například proutěné zboží či ručně šité záclony, ubrusy apod. Pokud jsou trhy pořádány při příležitosti významných svátků, jako například velikonoční či adventní trhy, bývá nabídka na trzích doplněna ještě produkty spojenými s tradicí těchto svátků. Například na adventním trhu lze zakoupit vánoční cukroví, na velikonočním trhu pomlázku apod.

Na farmářských trzích ve Středním Polabí lze zakoupit produkty od skutečně místních prodejců i produkty z velkofarem. Mezi místní dodavatele patří například pan Novotný, který prodává masné a uzenářské výrobky. Na několika trzích v Polabí nabízí své produkty pekařství Kollinger, které též lze považovat za místního prodejce, ačkoli geograficky již nespadá přímo do vybraného regionu, avšak sídlí hned za hranicí.



Obrázek 2 - Logo Pekařství Kollinger (Pekařství Kollinger)

Na trzích ve Středním Polabí také působí celá řada dodavatelů z blízkého okolí regionu. Jako příklad lze uvést farmu Nový dvůr, kde se specializují na zpracování krůtího masa.

Na celorepublikové úrovni působí například mlékárny Gran Moravia a Bio Vavřinec, které nabízejí své produkty zejména na Polabských farmářských trzích.



Obrázek 4 - Logo Bio Vavřinec
(www.biovavrinec.cz)



Obrázek 3 - Logo Gran Moravia
(www.orreo.cz)

Zemědělci nabízející své produkty na trzích mohou také vlastnit různé certifikáty kvality jako je například značka Klasa, Regionální potravina a mnoho dalších. Vlastnictví certifikátu bývá obvykle spojeno s vysokými administrativními poplatky. Malým pěstitelům ze Středního Polabí se taková investice nevyplatí, jsou schopni své potraviny dobře prodat i bez certifikátu (především díky účasti na místních farmářských trzích).

4.2.4 Farmářské trhy ve vybraných městech Středního Polabí

V následujícím textu budou podrobně představeny farmářské trhy měst, ve kterých probíhalo šetření za účelem analýzy trhů ve Středním Polabí.

Polabské farmářské trhy jsou jediné uskupení trhů ve Středním Polabí, které se vyznačuje společným organizátorem a společnými podmínkami provozování. Za vznikem a provozováním Polabských farmářských trhů stojí manželé Martin a Pavlína Honzů. Starají se o organizaci trhů v *Čelákovících, Nymburce a Poděbradech*. Kromě Polabských farmářských trhů organizují také několik trhů v Pojizeří. Při organizování trhu vždy úzce spolupracují s městem, ve kterém jsou trhy pořádány. Spolupráce nejčastěji spočívá v poskytnutí vhodných prostor pro konání trhu.

Nabídka výrobků je na všech Polabských trzích podobná. Farmářské trhy mají sloužit jako podpora místních producentů, prvovýrobců a prvopěstitelů. Na Polabských farmářských trzích se však nachází celá řada stánků, ve kterých jsou nabízeny produkty z velkých farem, které dodávají své produkty po celé České republice. Jsou jimi například mlékárny Gran Moravia a Bio Vavřinec, či farma Nový Dvůr (krutí maso). V těchto stáncích často prodávají již zkušení prodejci, nikoliv samotní farmáři. Mezi další nabízené produkty na

tržích patří ryby, pekařské výrobky, víno, medy a marmelády, sušené ovoce, různé druhy koření a bylinek. Mnohdy je nabídka doplněna i o sypané čaje a kávu.

Polabské farmářské trhy jsou pořádány pravidelně jedenkrát týdně v každém městě. Začínají vždy v průběhu února a končí adventními trhy. Sobotní trhy jsou organizovány v Čelákovicích od 8:00 do 12:00 na místním náměstí. V Poděbradech se trh koná každý pátek od 9:00 do cca 14:00 též na náměstí. Do Nymburka přijíždějí producenti své zboží nabízet každý čtvrtek opět mezi 9 a 14 hodinou.

Kromě Polabských farmářských trhů jsou v regionu Střední Polabí pořádány pravidelné farmářské trhy i v dalších velkých městech, např. v **Českém Brodě**. Je to jediné město v regionu, které si na pořádání trhů nenajalo externího organizátora, ale pověřilo jednoho ze svých radních, aby se ujal úlohy organizace farmářského trhu ve městě. Vybranou osobou je paní Straková, která se stará jak o komunikaci s prodejci, tak i o komunikaci se zákazníky.

Dnem pořádání pravidelných trhů je pátek. Prodejci zde tráví čas od 9 hodin až do vyprodání zásob, nejdéle však do 16 hodin. Přijíždí sem okolo 20 prodejců, kteří jsou schopni zajistit na trhu dostatečně pestrou nabídku. Jde především o ovoce a zeleninu, mléčné výrobky, maso a uzeniny, produkty z medu a koření. Všichni farmáři, kteří prodávají na českobrodském trhu, jsou z bezprostřední blízkosti města (Jatka Tismice, Farma Procházka Semice, marmelády a šťávy z Kostelce nad Černými Lesy, ovocné sady Bříství a mnoho dalších).

V **Neratovicích** jsou pravidelné farmářské trhy pořádány teprve od roku 2014. Již od roku 2011 se město snažilo o uspořádání trhu ve městě. První překážkou bylo zastupitelstvo, po změně zastupitelstva nastal problém s najmutím vhodného organizátora, který by byl schopen zajistit kvalitní prodejce pro místní trh. Farmářských trhů se nakonec ujal pořadatel běžných městských trhů. Ve městě jsou tedy pořádány trhy dvoje, jedny označované jako farmářské, kde jsou kladeny přísnější podmínky pro výběr prodejců a druhé „obyčejné“, kde může své produkty nabízet „každý“, kdo k tomu má oprávnění, bez ohledu na původ výrobků.

Protože o farmářské trhy byl mezi občany velký zájem, vydala radnice anketu, jejímž cílem bylo zvolit den pořádání trhu. Zcela jednoznačně zvítězil pátek. Sobota v nabídce

vůbec nebyla, neboť již předem radní věděli, že na tento den by bylo obtížné zajistit kvalitní prodejce.

Farmářský trh v Neratovicích je pořádán jako podpora místních farmářů a producentů potravin. Přijíždějí sem však i obchodníci ze vzdálenějších míst České republiky, např. bylinkáři a kořenáři ze Žatce. Mezi další pravidelné dodavatele patří pekařství Kollinger (Újezd nad Lesy), masné výrobky od pana Pavla Novotného z Brandýsa nad Labem, ovoce a zelenina z Horoušan či rybí farma Diana Fish (Pečky u Kolína).

I město **Kolín** nabízí svým občanům možnost nákupu lokálních potravin na farmářském trhu. V případě Kolína se nejedná o pravidelné týdenní trhy, jako je to ve většině dosud zmíněných měst. Trhy jsou zde pořádány přibližně jednou za 3 měsíce. Nabídka produktů se od týdenních farmářských trhů nijak výrazně neliší. Zákazníci zde mohou nakoupit masné i mléčné produkty, pekárenské výrobky, ovoce a zeleninu, koření či včelí produkty.

Kromě řečených farmářských trhů se město stará i o pořádání tradičních trhů k příležitosti různých svátků, jako jsou například Velikonoční trh, Vánoční, Havelský, Martinský, Májový či Posvícenský trh. Na těchto trzích je kromě tradičních potravin a pokrmů, souvisejících s daným svátkem, i pestrá nabídka řemeslných produktů.

Dalším městem, které pravidelně a úspěšně pořádá trh s lokálními potravinami, je město **Mělník**. Farmářský, dnes už Mělnický trh, je zde pořádán pravidelně každou druhou sobotu již pátým rokem. Organizátorem trhu je pan Ondřej Muška ze společnosti Studio Eko-Logika, o. s. Zastupitelstvo města podporuje pořádání trhu propůjčením prostor hlavního historického náměstí a dále se finančně podílí na propagaci trhu. Přestože je Mělník druhé největší město v regionu Střední Polabí, zdejší trh je co do velikosti srovnatelný s těmi v malých městech, obvyklý počet stánků se pohybuje okolo 35.

Myšlenka označení trhu jako „Mělnický“ nikoli „Farmářský“ se zrodila teprve nedávno. Propagátorem této myšlenky je samotný pan Muška, který by tímto přejmenováním chtěl především obnovit tradici prvorepublikových městských trhů. Sám říká, že původní označení trhu jako farmářský udělalo dobrou reklamu a přilákalo zákazníky, kteří obecně pojem farmářský trh spojují s kvalitou a čerstvostí potravin. Od roku 2014 je součástí Mělnického trhu i bleší trh.

Pro získání uceleného pohledu na situaci kolem farmářských trhů v celém regionu, byl výzkum prováděn i v dalších velkých městech, kterými jsou **Brandýs nad Labem – Stará Boleslav a Lysá nad Labem**. V obou městech v minulosti proběhl neúspěšný pokus o uspořádání trhů. Hlavním důvodem neúspěchu vždy byl malý zájem nakupujících i prodávajících.

Následující tabulka shrnuje základní fakta celého průzkumu, je zde uveden přehled zkoumaných trhů, ve kterých městech jsou pravidelně pořádány, kým jsou organizovány a kdy se konají.

FARMÁŘSKÉ TRHY VE STŘEDNÍM POLABÍ				
Město	Konání trhu	Organizátor	Den konání trhu	Poznámka
<i>B.n.L.- St.Bol.</i>	<i>Není</i>	-	-	<i>původní trh zrušen z důvodu nízké kupní síly obyvatel města</i>
Čelákovice	Ano	manželé Honzů	Sobota, 8-12 hod	Polabské farmářské trhy
Český Brod	Ano	město	Pátek 9-16, hod	
Kolín	Ano	pan Kubizňák	nepravidelně, přibližně jednou za 3 měsíce	pravidelné výroční trhy u příležitosti různých svátků
<i>Lysá nad L.</i>	<i>Není</i>	-	-	<i>zrušen z důvodu nízké kupní síly obyvatel města</i>
Mělník	Ano	pan Muška (Studio Eko-Logika, o. s.)	Sobota, 8-12 hod	trh není označen jako farmářský
Neratovice	Ano	pan Svoboda	Pátek, 8 – do vyprodání zboží	
Nymburk	Ano	manželé Honzů	Čtvrtek, 9 – 14 hod	Polabské farmářské trhy
Poděbrady	Ano	Manželé Honzů	Pátek, 9 -15 hod	Polabské farmářské trhy

Tabulka 1 - Farmářské trhy ve Středním Polabí; vlastní zdroj

Tabulka ukazuje, že pravidelné farmářské trhy jsou pořádány pouze v 6 z 9 zkoumaných měst v regionu. Ve městě Kolín dochází k nepravidelnému pořádání trhů, které se obvykle vážou k nějakému svátku či výročí. Bývají potom označovány jako velikonoční, vánoční,

májové, posvícenské, havelské či martinské trhy. Ve městech Brandýs nad Labem – Stará Boleslav a Lysá nad Labem nejsou v současnosti pravidelné trhy pořádány vůbec. Snaha o uspořádání farmářských trhů v obou městech skončila vždy neúspěchem, a to z důvodu nízké kupní síly obyvatelstva a následného nezájmu prodejců.

Jak je dále vidět v tabulce, ačkoli většina trhů je pořádána v pracovní den, je doba jejich konání poměrně krátká. Trhy obvykle končí kolem 14. nebo 15. hodiny. Ze zkušeností manželů Honzů, organizátorů Polabských farmářských trhů, vyplývá, že většina lidí navštíví trh v dopoledních hodinách, a to bez ohledu na to, zda je, či není pracovní den. Je to z toho důvodu, že nejčastějšími návštěvníky farmářských trhů v Polabí jsou občané ve starobním důchodu, či matky na mateřské dovolené. Podle paní Pavlíny Honzů je dopolední čas prodeje na trhu výhodnější i pro samotné farmáře, kteří pak mohou využít „volného“ odpoledne k práci na vlastní farmě.

Nejčastějším místem, kde se trhy konají, je hlavní náměstí v daném městě, či jiné místo, kde se koncentruje větší množství lidí.

5 Závěr

Pořádání farmářských trhů je v současné době nejvíce propagovaným způsobem prodeje lokálních potravin v České republice. První farmářský trh u nás byl uspořádán v roce 2009 v pražských Klánovicích. Netrvalo dlouho a farmářské trhy začaly být organizovány v každém větším městě po celé republice. Hlavní myšlenkou farmářských trhů je podpora malých místních farmářů, kteří se jen obtížně prosazují vedle nadnárodních společností dovážejících potraviny do českých supermarketů.

Tato práce je zaměřena na trhy v regionu Střední Polabí. Zde byl proveden výzkum, s cílem zjistit, jaké jsou ve Středním Polabí podmínky pro pořádání farmářských trhů. Výzkum byl prováděn pouze v největších městech regionu, kterými jsou: Brandýs nad Labem – Stará Boleslav, Čelákovice, Český Brod, Kolín, Lysá nad Labem, Mělník, Nymburk a Poděbrady.

Rozhodnutí o uspořádání trhu záleží vždy na zastupitelstvu daného města. Obvykle bývá podloženo platným městským tržním řádem, který je představován vyhláškou. Na všech trzích se ze zákona dbá o dodržování hygienických norem. Pokud se město rozhodne organizací trhu pověřit nějakou externí osobu, jedná se o smluvní vztah, který určuje, jaké náležitosti musí trh splňovat a co pro to musí udělat organizátor. Často však bývá organizátorům ponechána značná volnost, především ohledně velikosti trhu a nabízeného sortimentu, který je však omezen pouze na lokální produkty.

Ze zkoumaných měst jsou pravidelné farmářské trhy pořádány pouze v Čelákovících, Českém Brodě, Neratovicích, Nymburce, Poděbradech a v Mělníku. V ostatních městech jsou pořádány nepravidelně nebo vůbec. Důvodem je buď nízká kupní síla obyvatelstva, nebo neschopnost organizátora zajistit dostatečně pestrou nabídku produktů, která by přilákala na trh dostatek zákazníků.

Farmářské trhy v Čelákovících, Nymburce a Poděbradech tvoří skupinu tzv. Polabských farmářských trhů. Všechny 3 trhy mají společného organizátora. Jsou pořádány v souladu s kodexem farmářských trhů. Polabské farmářské trhy patří k těm větším v regionu Střední Polabí.

Dalším velkým trhem v regionu je Mělnický trh. Od ostatních trhů v regionu se odlišuje mimo jiné tím, že není označován jako farmářský trh, přestože jsou na něm dodržována

veškerá pravidla farmářských trhů. Mělnický trh je jako jediný v regionu spojen s bleším trhem. Díky tomu jej více zákazníků.

Za menší trhy jsou považovány trhy v Českém Brodě a v Neratovicích. Neratovický farmářský trh je nejmladším trhem v regionu. Pravidelně je pořádán teprve od roku 2014. Naopak farmářský trh v Českém Brodě je pořádán již od roku 2011.

V největším městě regionu, Kolíně, je farmářský trh pořádán nepravidelně přibližně jedenkrát měsíčně pouze od jara do podzimu. Město věnuje pozornost spíše organizaci trhů při příležitosti tradičních svátků a slavností. Nechybí zde proto například Velikonoční, Májový, Martinský, Havelský či Adventní trh.

Města Brandýs nad Labem – Stará Boleslav a Lysá nad Labem v minulosti měla také svůj farmářský trh. V obou městech byl ale trh zrušen z důvodu nízké kupní síly obyvatelstva a malému zájmu prodejců. Zatímco v Lysé nad Labem se s touto skutečností smířili, v Brandýse nad Labem je stále snaha o zavedení tradice pravidelných farmářských trhů. Město plánuje vypsát výběrové řízení na nového organizátora trhu.

Obecně nejsou podmínky pro pořádání trhů s lokálními potravinami ve Středním Polabí příliš příznivé. Většina obyvatel regionu žije na venkově, kde má dobrý přístup k čerstvé zelenině, ať už díky blízkým vztahům se samotnými farmáři, nebo vlastní produkcí. A protože ovoce a zelenina představuje základní sortiment na farmářských trzích, nejsou místní občané příliš motivováni k návštěvě trhů.

Další komplikací, které musí organizátoři trhů ve Středním Polabí čelit, je sousedství hlavního města Prahy. v Praze jsou totiž pořádány podstatně větší a prestižnější trhy než kdekoliv ve Středním Polabí. Kromě toho jsou i obyvatelé Prahy již zvyklí nakupovat potraviny na farmářských trzích. A právě proto jsou pražské trhy lákadlem i pro farmáře ze Středního Polabí, neboť s účastí na pražském trhu jsou spojeny i vyšší zisky než kterých dosáhne běžný prodejce na trhu ve Středním Polabí.

Přestože jsou v regionu Střední Polabí pořádány jen malé trhy bojující s řadou nepříjemností, díky medializaci ekonomické lokalizace a s tím spojeného nákupu lokálních produktů zájem o farmářské trhy mezi spotřebiteli neustále roste.

6 Seznam použitých zdrojů

Literatura:

DESAI, Pooran a Sue RIDDLESTONE. *Bioregional Solutions For Living on One Planet: Schumacher Briefing No. 8. Schumacher Society*. Bristol: Green Books, 2001. ISBN 9781903998076.

DOUHWAITTE, R. *Short circuit: strengthening local economies for security in an unstable World* [online]. Dublin: in association with The Lilliput Press, 1996, xiv, 386 p. [cit. 2014-08-12]. ISBN 18-700-9864-1.
Dostupné z: <http://www.feasta.org/documents/shortcircuit/contents.html>

HINES, Colin. *Localization: a global manifesto*. Sterling, VA: Earthscan, 2000, xiv, 290 p. ISBN 18-538-3612-5.

HOPKINS, Rob. *The transition handbook: from oil dependency to local resilience*. Totnes: Green Books, 2008, 240 p. ISBN 978-190-0322-188.

JAROLÍMKOVÁ, Stanislava. *Co v průvodcích nebývá, aneb, Historie Prahy k snadnému zapamatování*. Vyd. 1. Praha: Motto, 2005, 280 s. ISBN 80-724-6267-9.

KAČEROVÁ, Eva a Libor MICHALEC. *Příběh statistiky*. Praha: Český statistický úřad, 2014, 49 s. ISBN 978-80-250-2517-8.

LENDEROVÁ, Milena, Tomáš JIRÁNEK a Marie MACKOVÁ. *Z dějin české každodennosti: život v 19.století*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2009, 430 p. ISBN 978-802-4616-834.

NORBERG-HODGE, Helena, Todd MERRIFIELD a Steven GORELICK. *Bringing the food economy home: The Social, Ecological and Economic Benefits of Local Food*. Darlington: International Society for Ecology and Culture, 2002.

PITRO, Martin a Petr VOKÁČ. *Země v srdci Evropy: české země do roku 1526 v kontaktu s ostatní Evropou*. Vyd. 1. Praha: Baronet, 2006, 108 s. ISBN 80-721-4887-7.

SHUMAN, Michael. *Going local: creating self-reliant communities in a global age*. New York: Free Press, c1998, xiv, 306 p. ISBN 06-848-3012-4.

STÁTNÍKOVÁ, Pavla. *Trhy a tržiště*. Vyd. 1. a Litomyšli: Paseka, 2010, 231 s. Zmizelá Praha. ISBN 978-80-7432-068-2.

TRAST PRO EKONOMIKU a SPOLEČNOST. *Penězům na stopě*. 1. vyd. Editor Stanislav Kutáček. Brno: Trast pro ekonomiku a společnost, 2007, 93 s. ISBN 978-80-254-1690-7.

FRANKOVA, Eva a Nadia JOHANISOVA. Economic Localization Revisited. In: *Environmental Policy and Governance*. 2012, s. 307-321. DOI: 10.1002/eet.1593. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1002/eet.1593>

Elektronické zdroje:

Farmářské trhy mají svůj kodex, pomůže jim posílit důvěru zákazníků. DVOŘÁČKOVÁ, Tereza. MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY. *eagri* [online]. 2011 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z:

http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-maji-svuj-kodex-pomuze.html

DVOŘÁK, Radim. Lokální je když.: výsledky průzkumu. NALOK. *NaLok: nakupujte lokálně* [online]. 2012 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z:

<http://www.nalok.cz/clanky/lokalni-je-kdyz-vysledky-pruzkumu>

ŠKACHOVÁ, Šárka. Kdy byl otevřen první supermarket. GRANVILLE. *Svět potravin* [online]. 2011 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z:

<http://www.svet-potravin.cz/clanek.aspx?id=2529>

ŠVIHLA, Martin. *Bedýnky.cz: komunita pro bedýnky z Čech a Moravy* [online]. 2009-2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.bedynky.cz>

ZÍKA, Martin. *Lokální ekonomika: Co je "lokální ekonomika"* [online]. 2013 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: <http://www.lokalni-ekonomika.cz/le/lokalni-ekonomika.html>

ZÍKA, Martin. *Lokální ekonomika: Lokální měna TNE* [online]. 2013 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: <http://www.lokalni-ekonomika.cz/tne/lokalni-mena-tne.html>

ZÍKA, Martin. *Lokální ekonomika: Nástroje lokální ekonomiky* [online]. 2013 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z:

<http://www.lokalni-ekonomika.cz/le/nastroje-lokalni-ekonomiky.html>

O nás. ARCHETYP, občanské sdružení. *Farmářské tržiště* [online]. 2014, 19. 8. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/menu/o-nas>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Český statistický úřad: Krajská správa ČSÚ pro Středočeský kraj* [online]. 2014 [cit. 2014-12-05]. Dostupné z:

http://www.czso.cz/xs/redakce.nsf/i/kraj_okresy

Lokální trhy a potraviny. GLOPOLIS, o. p. s. *Festival Alimenterre: Země na talíři* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.festivalalimenterre.cz/cz/vice-k-tematu/lokalni-trhy-a-potraviny/>

Public relations neboli budování vztahů s veřejností. IPODNIKATEL. *Ipodnikatel: portál prozačínající podnikatele* [online]. 2011 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Propagace/public-relations-nebo-li-budovani-vztahu-s-verejnosti.html>

KPZky v ČR. PRO-BIO LIGA, Asociace místních potravinových iniciativ. *Kpz info: komunitou podporované zemědělství* [online]. 2012 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.kpzinfo.cz/kpzky-v-cr/>

LLOYDS EUROPA LTD. *Local Foods: Local Foods Directory - England* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.localfoods.org.uk/>

MINISTERSTVO SPRAVEDLNOSTI ČESKÉ REPUBLIKY. *Veřejný rejstřík a sbírka listin* [online]. 2012 [cit. 2014-12-01].

Najděte farmy ve svém okolí. NALOK. *NaLok: nakupujte lokálně* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://nalok.cz/farmy>

společnosti. NÁŠ GRUNT, s. r. o. *Náš grunt* [online]. 2009 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.nasgrunt.cz/99-o-spolecnosti.html>

About NEF: What we do. NEW ECONOMICS FOUNDATION. *Nef: economics as if people and the planet mattered* [online]. 1998 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.neweconomics.org/pages/what-we-do>

About NEF: Our history. NEW ECONOMICS FOUNDATION. *Nef: economics as if people and the planet mattered* [online]. 1998 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.neweconomics.org/pages/our-history>

nás. NS MAS ČESKÉ REPUBLIKY. NS MAS ČR: *Národní síť místních akčních skupin České republiky* [online]. 2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://nsmas.cz/o-nas/>

SKLIZENO.CZ. *Sklizeno: opravdové jídlo* [online]. 2013 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.sklizeno.cz>

STÁTNÍ VETERINÁRNÍ SPRÁVA. Farmářské trhy: *DESATERO STÁTNÍ VETERINÁRNÍ SPRÁVY K PRODEJI NA FARMÁŘSKÝCH TRZÍCH* [online]. 2012 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/farmarske-trhy/>

STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÁ a POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE. *Nahlašování vybraných potravin dle vyhlášky č. 320/2014 Sb.* [online]. 2014 [cit. 2015-01-15]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1065610&docType=ART&nid=12268>

STUDIO EKO-LOGIKA, o. s. *Provozní řád Mělnických trhů*. Mělník, 2014. Dostupné z: <http://www.melnicketrhy.cz/clanky/melnicke-trhy/informace-pro-prodejce/provozni-rad-melnicky-tr hu.html>

Komplementární měna I. část: Úvod. *Cesta z krize* [online]. 2009 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: http://www.cestazkrize.cz/index.php?page=publikace/komplementarni_mena_I_cast_uvod.php&menu=active

Picking Tips for Fresh Fruit and Veg at a PYO Farm. BENIVIA. *PickYourOwnFarms* [online]. 2009,22.8.2014 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.pickyourownfarms.org.uk/pickingtips.php>

BASHFORD, Jade, Kathleen CROSS, EICHINGER, GEORGAKAKIS, Morgane ISERTE, Fabian KERN, Daniel LEŠINSKÝ, Stephan PABST, Jocelyn PAROT, PERÉNYI, Jan VALEŠKA a WENDLAND. *European Handbook on Community Supported Agriculture* [Příručka]. Vienna, 2013, 39 s. [cit. 1.12.2014]. Dostupné z: http://www.urgenci.net/sites/default/files/CSA4EUrope_Handbook-1.pdf

BLAŽEK, Ondřej. Evropský zázrak aneb vývoj civilizací v preindustriální době. In: *Respekt týdeník* [online]. 2010 [cit. 2014-12-01]. ISSN 1801-1446. Dostupné z: <http://ondrejblazek.blog.respekt.ihned.cz/c1-45937950-evropsky-zazrak-aneb-vyvoj-civilizaci-v-preindustrialni-dobe>

DUŠEK, Miroslav a Karel CZABAN. Farmáři jsou i uzenáři, pekaři a cukráři. *Farmářské trhy: časopis o farmářských trzích a životním stylu* [online]. 2011, II, č. 4, s. 5 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: http://www.farmarske-trhy.cz/casopisy/FT_casopis_c4-low.pdf

DYER, Christopher. *Market Towns and the Countryside in Late Medieval England* [Canadian Journal of History/Annales canadienes d'h]. 1996 [cit. 1.12.2014]. Dostupné z: <http://utpjournalsreview.com/index.php/CJOH/article/view/9092/7969>

HÁJKOVÁ, Zuzana, Alexa a Eva HÖLGYE. Farmářské trhy ovládly česká města. *Farmářské trhy: časopis o farmářských trzích a životním stylu* [online]. 2010, I, č. 1, s. 2-3 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.farmarske-trhy.cz/casopisy/casopis-farmarske-trhy.pdf>

CHAVEZ, Daniel. *Democratizar la Democracia: hacia una propuesta de presupuesto participativo nacional* [online]. TNI, 2004 [cit. 2014-11-08]. Dostupné z: <http://www.rosario.gov.ar/sitio/verArchivo?id=4311&tipo=objetoMultimedia>

JOHANISOVÁ, Nad'a. Zkratky: Druhý díl: LETS a systém Wirtschaftsring. *Sedmá generace: Společensko-ekologický časopis* [online]. 1999, roč. 1999, č. 4 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://www.sedmagenerace.cz/text/detail/zkratky-2>

KETTNEROVÁ, Miloslava a Jan VALEŠKA. *Komunitou podporované zemědělství. Ekologické zemědělství* [online]. 2012, roč. 2012, č. 44, s. 1 [cit. 2014-12-01]. Dostupné z: <http://orgprints.org/24899/1/komunitou.pdf>

TOŽIČKA, Tomáš. PODPORA LOKÁLNÍ EKONOMIKY – HISTORIE, VÝCHODISKA, PRAXE. *Česko proti chudobě* [online]. 2013, s. 1-8 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: <http://www.udrizitelnost.cz/soubory/podpora-lokalni-ekonomiky.pdf>

VÁCLAVÍK, Tomáš. EPOS - SPOLEK PORADCŮ v EKOLOGICKÉM ZEMĚDĚLSTVÍ. *Přímý marketing pro ekologické zemědělce* [Metodické listy]. 2010 [cit. 1.12.2014]. Dostupné z: http://www.bioinfo.cz/uploads/download/Primy_marketing_pro_ekologicke_zemedelce.pdf

ZO ČSOP VERONICA. KPZ leták: *Komunitou podporované zemědělství* [Leták]. Brno: ZO ČSOP Veronica, 2012 [cit. 1.12.2014].

Legislativa:

Česká republika. Nařízení města Český Brod č. 2/2013: Tržní řád. In: *Vyhlášky města Český Brod*. Český Brod: Městský úřad Český Brod, 2013. Dostupné z: http://www.cesbrod.cz/media/3/05_pdf/trznirad2013.pdf

Česká republika. Město Kolín: Nařízení města Kolína č. 2/2014, kterým se vydává tržní řád. In: *Vyhlášky města Kolín*. Kolín: Městský úřad Kolín, 2014. Dostupné z: http://www.mukolin.cz/prilohy/Vyhlasky/87/76nar_2_2014_trzni_rad.pdf

7 Seznam grafů, tabulek a obrázků

graf 1 - princip multiplikátoru ((Trast pro ekonomiku a společnost, 2007)	17
graf 2 - Objemy útrat v místní ekonomice (Trast pro ekonomiku a společnost, 2007)	18
Obrázek 1 - mapa regionu; zdroj vlastní.....	36
Obrázek 2 - Logo Pekařství Kollinger (Pekařství Kollinger)	42
Obrázek 3 - Logo Gran Moravia (www.orreo.cz)	43
Obrázek 4 - Logo Bio Vavřinec (www.biovavrinec.cz).....	43
Tabulka 1 - Farmářské trhy ve Středním Polabí; vlastní zdroj	46

8 Přílohy

<i>Příloha 1 - Kodex farmářských trhů</i>	56
<i>Příloha 2 - Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích</i>	57
<i>Příloha 3 - Kodex asociace farmářských trhů</i>	58
<i>Příloha 4 – příklad tržního řádu – tržní řád města Český Brod</i>	59
<i>Příloha 5 - Provozní řád Mělnického trhu</i>	64
<i>Příloha 6 - Fotografie z trhů</i>	69

Příloha 1 - Kodex farmářských trhů

Předmětem prodeje na Farmářských trzích může být pouze zboží, které tematicky odpovídá charakteru Farmářských trhů a vychází z české tradice, a to zejména z tradice pěstování plodin, chovu hospodářských zvířat a výroby potravinářských produktů. Tento „kodex farmářských trhů“ má přispět k lepší orientaci spotřebitelů, kde základním kritériem musí být pro spotřebitele jistota o původu, kvalitě a hygienické nezávadnosti nabízených farmářských produktů.

1. Prodávané zboží na „farmářských trzích“ pochází od farmáře nebo výrobce potravin (dále jen farmář), který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.
2. Farmáře může při prodeji zastupovat jeho rodinný příslušník, nebo osoba, s kterou má farmář uzavřenou smlouvu nebo písemné pověření.
3. Provozovatelé farmářských trhů a farmáři u nabízeného zboží dodržují a splňují základní legislativní požadavky (mimo jiné www.szpi.gov.cz; www.svscr.cz).
4. Provozovatel farmářských trhů preferuje zejména farmáře, kteří prodávají zboží z daného regionu. O prodeji zboží z ostatních regionů ČR, eventuelně z příhraničních oblastí rozhoduje provozovatel.
5. v rámci tzv. „doplňkového prodeje“ mohou provozovatelé farmářských trhů poskytnout místa i jiným prodejčům. v případě, že se jedná o zahraniční zboží je u něj nutné označit zemi původu.
6. Provozovatel „farmářského trhu“ který se hlásí k principům „Kodexu farmářských trhů“ zajistí označení vlastním jednotným a viditelným logem ty stánky prodejců, kteří splňují body 1 a 2 „Kodexu farmářských trhů“.
7. Provozovatel farmářského trhu je povinen umístit znění „kodexu farmářských trhů“ na viditelném místě při konání farmářských trhů (například u vstupu na tyto trhy nebo na každém stánku u prodávajícího, u tržního řádu apod.).
8. Každá osoba (spotřebitel, farmář, prodejce, inspektor), která se domnívá, že došlo či dochází k prodeji zboží v rozporu s „Kodexem farmářských trhů“ (např. zboží evidentně nepochází z farmy a je nakoupené ve velkoskladu atd.) má právo upozornit na tento stav provozovatele farmářských trhů. Provozovatel farmářských trhů je povinen neprodleně zajistit nápravu (minimálně formou odebrání loga jednotného označení stánku).

Příloha 2 - Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích

Krajská veterinární správa (KVS) dozoruje trhy konané na místě schváleném obcí, jejichž konání bylo obcí povoleno a příslušná krajská veterinární správa schválila provozovateli tržní řád, nebyl-li vydán formou nařízení obce.

1. Chovatelé mohou prodávat produkty zvířat z vlastního chovu, které nebyly získány ve schváleném a registrovaném, popřípadě jen registrovaném výrobním podniku a to za těchto podmínek:

- ✓ maso z drůbeže a králíků (musí být vykucháno, u králíků nesmí být oddělená hlava) maximálně z 10 kusů týdně, maso musí být uloženo při teplotě maximálně 4 °C. Maso musí být čitelně označeno nápisem „Maso není veterinární vyšetřeno – určeno po tepelné úpravě ke spotřebě v domácnosti spotřebitele“
- ✓ syrové mléko a smetanu pomocí prodejního automatu (automat musí být registrován u KVS)
- ✓ čerstvá, označená vejce s uvedením jména a adresy chovatele a datem minimální trvanlivosti, v maximálním množství 60 kusů jednomu konečnému spotřebiteli, u chovů do 50 ks nosnic nemusí být vejce označená na skořápce
- ✓ včelí produkty od včelstev ze stanovišť ve stejném kraji jako trh, označené jménem, příjmením a adresou chovatele a u medu druhem a množstvím
- ✓ živé ryby (usmrcování a další opracování ryb musí být nahlášeno příslušné KVS 7 dní předem)

2. Je nepřipustné prodávat maso z domácí porážky provedené v hospodářství (mimo drůbeže a králíků) a výrobky z tohoto masa

3. Ostatní prodejci potravin a surovin živočišného původu musí zajistit, aby jimi prodávané potraviny a suroviny byly získány ve schváleném a registrovaném, popřípadě jen registrovaném podniku. Jejich povinností je udržovat je při stanovených teplotách. Prodejce je povinen tuto teplotu kontrolovat

- ✓ 7 °C pro maso vepřové, hovězí, skopové a velké zvěře
- ✓ 4 °C pro maso drůbeže, králíků a drobné zvěře
- ✓ 3 °C pro vnitřnosti
- ✓ 5 – 18 °C pro vejce (nekolísavá teplota)
- ✓ 4 – 8 °C pro mléčné výrobky jiné než UHT, sterilované a sušené
- ✓ 0 °C pro čerstvé chlazené ryby (teplota tajícího ledu)
- ✓ Ostatní výrobky musí být uloženy při teplotách stanovených výrobcem

4. Pro potraviny podle bodu 3 musí být k dispozici viditelná informace o jejím názvu, množství a datu použitelnosti nebo datu minimální trvanlivosti. Prodávající musí být vždy schopen na místě doložit původ produktů

5. Označení „domácí“ v názvu potraviny je nepřipustné

6. Prodávat potraviny s prošlou dobou použitelnosti je nepřipustné

7. Potraviny musí být po celou dobu uvádění do oběhu chráněny před jakoukoli kontaminací a před přímým vlivem klimatických podmínek

8. Všechny předměty a zařízení, které přicházejí přímo do styku s potravinami, musí být čisté a nesmí představovat nebezpečí kontaminace, dopravní prostředky a nádoby používané pro přepravu potravin musí být udržovány v čistotě a v dobrém stavu

9. Osoby manipulující s potravinami musí být držiteli zdravotního průkazu, dodržovat požadavky na osobní hygienu a musí nosit čistý oděv, při prodeji nebalených potravin, zejména masa, musí být k dispozici zdroj pitné vody k mytí rukou

10. Potravinářské a jiné odpady musí být z prostor, kde se nacházejí potraviny, co nejrychleji odstraňovány, aby nedocházelo k jejich hromadění, a nesmí představovat přímý ani nepřímý zdroj kontaminace

Příloha 3 - Kodex asociace farmářských trhů

I. Organizace farmářského trhu

1) Farmářský trh (dále jen „FT“) je především potravinovým trhem. Jiné, než potravinové zboží (dále jen „nepotraviny“) na FT nesmí tvořit více než 10% celkového počtu prodejních míst na FT. Jako nepotraviny se připouští takové zboží, které s potravinami přímo souvisejí, jako např. proutěné košíky, dřevěné vařečky apod. Člen AFT je však jednoznačně povinen preferovat potraviny, i nepotraviny tuzemského původu.

2) FT pořádaný členem AFT je viditelně označen logem asociace a nakupující jsou o členství pořadatele v asociaci informováni (trh, internetové stránky trhu, informační a propagační materiály trhu...)

3) FT má dotčenými orgány státní správy schválený tržní řád (dále jen „TRŘ“). FT je pořádán na dobře dopravně dosažitelném místě nejen automobilem, ale i pěšky, MHD či na kole.

4) Je nepřípustné, aby člen AFT organizoval FT v prostorách nákupních center (vztahuje se i na parkoviště či jiné prostory v bezprostřední blízkosti nákupních center).

5) FT musí být tvořen alespoň 10 prodejními místy s potravinářským zbožím a je pořádán alespoň 1 x měsíčně.

6) Prodejci jsou organizátorem FT řádně prověřeni a mají všechny potřebné doklady nutné k prodeji potravin.

7) Prodejci respektují všechny platné právní předpisy související s prodejem potravin na FT.

8) Každý stánek nebo prodejní místo je čitelně označeno jménem a příjmením prodejce nebo názvem podniku, adresou sídla, IČ, stručnou informací o prodávaném zboží a jeho lokalizaci.

9) FT jsou organizovány nejen jako místo prodeje potravin, ale měly by být i příjemným místem setkávání a rozvíjení sociálních vazeb.

II. Charakter potravin prodáváných na farmářském trhu

1) Prodávané zboží na FT pochází od farmáře nebo výrobce potravin (dále jen „producent“), který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.

2) v případě, že producent neprodává zboží osobně, může být zastupován prodejcem s písemným pověřením producenta, který musí mít příslušné dokumenty o původu prodávaného zboží, které mu poskytl producent.

3) Podíl potravin z (celkového) prodávaného zboží musí být na farmářském trhu AFT alespoň 90 %.

4) Provozovatel farmářského trhu preferuje zejména prodejce, kteří prodávají zboží z daného regionu.

- 5) Podíl potravin regionálního původu (kraj ČR) musí být alespoň 50 % (s výjimkou hl. města Prahy).
- 6) Podíl tuzemských potravin musí tvořit alespoň 90 % a přípustné zahraniční potraviny jsou pouze potraviny vysoké kvality a takové, jejichž ekvivalent nelze najít na českém trhu (např. olivový olej z malé řecké farmy apod.).
- 7) Pokud je na trhu současně prodáváno zboží zahraničního původu, musí být tato prodejní místa viditelně označena a tento prodej musí být logicky odůvodnitelný (občerstvovací stánky, káva, čaj...).
- 8) v případě prodeje například kávy, čaje, čokolády ve stáncích sloužících k občerstvení nakupujících, by tyto měly být vysoké kvality a ve standardu BIO či Fair Trade.

Příloha 4 – příklad tržního řádu – tržní řád města Český Brod

Nařízení města Český Brod č. 2/2013

TRŽNÍ ŘÁD

Rada města Český Brod na svém zasedání dne 24. 04. 2013 usnesením č. 123/2013 vydala na základě § 18 odst. 1 a 3 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s § 11 odst. 1 a § 102 odst. 2 písm. d) zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů, nařízení tohoto znění:

ČÁST PRVNÍ

Úvodní ustanovení

Článek I.

Předmět úpravy

Toto nařízení vymezuje podmínky pro prodej na tržnicích, tržištích a tržních místech ve městě Český Brod, kontrolu nad jeho dodržováním, stanovuje provozní dobu, práva a povinnosti prodávajících a stanovuje poplatky za zábor veřejného prostranství. Tržní řád se vztahuje na celé území města Český Brod včetně soukromých pozemků.

Článek II.

Vymezení pojmů

- a) tržnice - provozovna mající charakter stavby podle zvláštního zákona určená pro účely prodeje zboží nebo poskytování služeb více podnikatelskými subjekty
- b) tržiště - vymezený, volně přístupný prostor, umožňující celoroční prodej zboží a poskytování služeb mimo provozovnu určenou k tomuto účelu kolaudačním rozhodnutím dle stavebního zákona, na místech pronajatých k tomuto účelu, může být nebo je vybaven prodejními stánky, pulty, stolky či jinými podobnými zařízeními, které jsou určeny pro prodej zboží nebo poskytování služeb
- c) tržní místo - veřejně přístupné prostranství umístěné mimo tržnice a tržiště, na němž je povolen prodej zboží nebo poskytování služeb
- d) prodejní místo - vymezené místo na tržnicích, tržištích a tržních místech a předsunutých prodejních místech, na kterém se prodává zboží poskytující služby z odpovídajícího zařízení z hlediska platných hygienických, požárních, a bezpečnostních předpisů, mimo provozovnu určenou k tomuto účelu kolaudačním rozhodnutím podle stavebního zákona
- e) předsunuté prodejní místo – místo pro prodej zboží nebo poskytování služeb na prodejních stáncích, pultech či jiných obdobných zařízení ve stejném sortimentu zboží

jako v provozovně určené k tomuto účelu kolaudačním rozhodnutím podle stavebního zákona, se kterou předsunuté prodejní místo funkčně souvisí (předsunuté formy prodeje). Předsunuté prodejní místo je zřizováno přímo před vlastní provozovnou a musí mít stejného provozovatele. Nabídka zboží, jeho reklama, výstava propagace apod., pokud zároveň nedochází k samotnému prodeji, se nepovažuje za předsunutou formu prodeje.

f) restaurační předzahrádka – vymezené místo na veřejném prostranství mimo provozovnu určené pro prodej zboží nebo poskytnutí služby v rámci živnosti“hostinská činnost, které je k výkonu této činnosti vybaveno a funkčně, personálně a sortimentem souvisí s provozovnou, určenou k tomuto účelu kolaudačním rozhodnutím podle stavebního zákona. Restaurace předzahrádka musí mít stejného provozovatele jako uvedená provozovna.

g) pochůzkový prodej – prodej s použitím přenosného nebo neseného zařízení (konstrukce, tyče, závěsného pultu, ze zavazadel a podobných zařízení) nebo přímo z ruky. Není rozhodující, zda ten, kdo zboží prodává, se přemísťuje nebo postává na místě. Za pochůzkový prodej se považuje i pochůzkové zprostředkování prodeje nebo služeb (např. mobilních operátorů, finančně-pojistných produktů apod.

h) podomní prodej – nabídka zboží a služeb, prodej zboží a poskytování služeb mimo řádnou provozovnu, mimo prodejní místa, při němž prodejce vyhledává potenciálního spotřebitele dům od domu bez předchozí objednávky,

i) prodejní zařízení – mobilní zařízení sloužící k prodeji zboží nebo poskytování služeb, např. prodejní stánek, prodejní pult, stůl či jiné obdobné zařízení sloužící k prodeji, prodejním zařízením se nerozumí automobil, přívěs nebo jiné vozidlo

j) provozovatel – fyzická nebo právnická osoba provozující tržnici, tržiště, tržní místo, předsunuté prodejní místo nebo restaurační zahrádku,

k) kapacita – počet prodejních míst v rámci příslušného tržiště nebo tržního místa,

l) pojízdný prodej – nabídka, prodej zboží a poskytování služeb, při kterém se pojízdná provozovna přemísťuje za účelem vyhledání konkrétního zákazníka a pojízdná prodejna zastavuje za účelem nabídky, prodeje zboží nebo poskytnutí služby. Pojízdným prodejem ve smyslu tohoto nařízení není prodej z prodejního zařízení, které slouží k prodeji na jednom místě a to ani tehdy, jestliže je na toto místo pravidelně přesunováno.

ČÁST DRUHÁ

Základní podmínky prodeje zboží a poskytování služeb

Článek III.

Stanovení kapacity a místa pro prodej zboží a poskytování služeb

Tržní řád města Český Brod vymezuje místa pro prodej zboží a poskytování služeb takto:

1) Soukromé tržnice a tržiště mající charakter stavby podle stavebního zákona určené pro účely prodeje zboží, nebo poskytování služeb více podnikatelskými subjekty.

2) Tržní místo vyznačené na náměstí Husově před č.p. 7 - jedná se o 6 prodejních míst pro výhradní prodej sezónního ovoce a zeleniny, sadby, sazenic lesních plodů (s výjimkou sušených hub), medu, květin, květinových vazeb, výrobků týkajících se památky zesnulých a typického velikonočního a vánočního zboží. Provozovatelem tohoto tržního místa je Město Český Brod.

3) Vánoční prodej ryb, stromků, chvojí, jmelí, velikonoční prodej kraslic a pomlázek je povolen na celém území města Český Brod, pokud budou dodrženy podmínky stanovené orgány Města Český Brod dle obecně závazné vyhlášky č. 6/2010 o místních poplatcích.

4) Místa, na kterých lze realizovat provoz restauračních předzahrádek a předsunutých prodejních míst řeší obecně závazná vyhláška č. 6/2010 o místních poplatcích.

- 5) Prodej pomocí automatů je možný na celém území města Český Brod.
- 6) Rada města Český Brod může výjimečně povolit příležitostní prodej mimo místa nebo období uvedená v tomto nařízení.

Článek IV.

Stanovení přiměřené vybavenosti

- 1) Přiměřeným vybavením tržnice, jednotlivých tržišť a tržních míst se rozumí existence odpovídajícího prodejního zařízení, popřípadě na ně navazující podložky tak, aby zboží nebylo uloženo přímo na zemi. Mezi jednotlivými prodejními zařízeními musí být vytvořen prostor pro pohyb zákazníků.
- 2) Při prodeji potravin musí být tržní místo vybaveno zařízeními požadovanými zvláštními předpisy.
- 3) Místa pro nabídku, prodej zboží a poskytování služeb musí být vybavena takovým osvětlením, které umožní spotřebiteli prohlédnout prodávané zboží, přečíst návod ke spotřebě či použití a označení prodejních míst podle zvláštních předpisů.
- 4) Tržní místa musí být vybavena veřejně přístupným sociálním zařízením (WC). Prodejci a poskytovatelé služeb na vymezených tržních místech v Českém Brodě mají k dispozici veřejné WC v objektu č.p. 1 (vchod z náměstí Arnošta z Pardubic).

Článek V.

Doba prodeje a poskytování služeb

- 1) Tržní místa uvedená v čl. III. odstavec 2) až 3) mohou být provozována po dobu celého roku s přihlédnutím k sortimentu prodávaného zboží a služeb nejdříve od 5:30 hodin a nejpozději do 17:00 hodin.
- 2) Předsunutá prodejní místa mohou být provozována pouze v provozní době příslušné provozovny.
- 3) Vánočním prodejem ryb, stromků, jmelí a chvojí se rozumí jejich prodej v době Adventu. Velikonočním prodejem kraslic a pomlázek se rozumí prodej v období 20 dnů před velikonočním pondělím.

Článek VI.

Druhy prodeje zboží a poskytování služeb, na které se nařízení nevztahuje

Toto nařízení se nevztahuje na:

- 1) na prodej zboží pomocí automatů obsluhovaných spotřebitelem,
- 2) na prodej zboží a poskytování služeb v restauračních předzahrádkách,
- 3) na prodej zboží a poskytování služeb prostřednictvím předsunutých prodejních míst,
- 4) na prodej zboží a poskytování služeb prostřednictvím pojízdného prodeje,
- 5) na prodej při slavnostech, sportovních podnicích nebo jiných podobných akcích, na výstavní akce, na prodej tisku prostřednictvím kamelotů, na prodej vstupenek na kulturní akce před objekty, v nichž se konají, na poskytování služeb formou výkupu (kůží, ovčího rouna apod.),
- 6) na prodej zboží a služeb v tržnicích mající charakter stavby podle zvláštního zákona určené pro účely prodeje zboží nebo poskytování služeb více podnikatelskými subjekty. Tyto tržnice se řídí vlastním provozním řádem.

Článek VII.

Zakázané druhy prodeje zboží a poskytování služeb

V souladu s ustanovením § 18 odst. 3 živnostenského zákona jsou tyto druhy prodeje zboží nebo poskytování služeb prováděné mimo provozovnu na území města Český Brod zakázány:

- 1) pochůzkový prodej je zakázán s výjimkou charitativních akcí,
- 2) podomní obchod je zakázán,
- 3) na tržních místech je zakázán prodej pornografického zboží a publikací s erotickým obsahem, tabákových výrobků, zbraní, střeliva, výbušnin a zboží, které svým charakterem propaguje násilí, pyrotechnických výrobků pro zábavné účely třídy nebezpečnosti II., III., a IV., na tržních místech je zakázáno prodávat elektrospotřebiče, elektronické zboží, obuv, oděvy, textilní zboží (s výjimkou rukodělných výrobků), lihoviny, živá zvířata a zvěř s výjimkou sezónního prodeje živých ryb.

ČÁST TŘETÍ

Provozní podmínky prodeje zboží a poskytování služeb

Článek VIII.

Pravidla pro udržování čistoty a bezpečnosti

- 1) Provozovatel tržních míst je povinen seznámit prodejce s pravidly k zajištění řádného provozu, zejména se stanovením provozní doby a s povinností dodržovat čistotu a bezpečnost.
- 2) Provozovatel tržního místa je dále povinen:
 - přidělit prodejcům a poskytovatelům služeb prodejní zařízení nebo konkrétní místa,
 - na vhodném a trvale viditelném místě umístit tržní řád,
 - zveřejnit informaci, kdo je provozovatelem kontakty na odpovědnou osobu,
 - zajistit provádění pravidelného úklidu zařízení a všech prostor,
 - určit prostor pro odkládání odpadů, zajistit dostatečný počet sběrných nádob pro jednotlivé druhy a kategorie odpadů, zajistit pravidelný odvoz těchto odpadů,
 - zajistit, aby nebyl realizován prodej mimo přidělená místa,
 - zajistit pro prodejce a poskytovatele služeb možnost používání hygienického zařízení.
- 3) Prodejci jsou povinni se řídit těmito pokyny provozovatele:
 - prodejci musí dodržet všechny hygienické a veterinární předpisy a odpovídají za zdravotní nezávadnost zboží,
 - prodejci nesmí o svém zboží uvádět zkreslené nebo nepravdivé informace,- prodejci jsou povinni udržovat pronajaté místo v čistotě a po skončení prodeje uvést místo do původního stavu,
 - prodávané zboží musí být zřetelně a viditelně označeno cenovkami, nebo musí být na viditelném místě umístěn ceník,
 - prodejce je povinen kupujícímu vydat na požádání doklad o zaplacení zboží, Toto potvrzení musí obsahovat náležitosti jednoduchého daňového dokladu.
 - prodejci jsou povinni používat měřidla (váhy, míry) dle požadavků zákona 505/1990 Sb., o metrologii, ve znění pozdějších předpisů,
 - na tržním místě je zakázáno parkování automobilů, včetně přívěsných vozíků,
 - prodejce musí prodejní místo označit takto:
 - právnická osoba: obchodní firmou, IČ, sídlem, jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost prodejního místa,
 - fyzická osoba (podnikatel): jménem, příjmením, IČ, místem podnikání, jménem a příjmením osoby odpovědné za činnost prodejního místa,

- fyzická osoba (ostatní): jménem, příjmením a bydlištěm

Článek IX.

Oprávnění k prodeji

Na tržních místech mohou prodávat zboží poskytovat služby:

- 1) právnické a fyzické osoby oprávnění k podnikání podle zákona. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání ve znění pozdějších předpisů,
- 2) právnické a fyzické osoby oprávněné k podnikání podle zákona č. 85/2004 Sb., o zemědělství, ve znění pozdějších předpisů,
- 3) fyzické osoby bez oprávnění uvedených v bodě 1 a 2, prodávající nezpracované výrobky z vlastní drobné pěstitelské činnosti (drobní pěstitelé),
- 4) prodejce ani pověřený zástupce nesmí být mladší 15 let.

Článek X.

Správa tržních míst

- 1) Správu soukromých tržnic zajišťuje provozovatel nebo jím pověřený pracovník.
- 2) Správu tržních míst na pozemcích ve vlastnictví Města Český Brod zajišťuje Město Český Brod prostřednictvím pověřeného pracovníka města a strážníků Městské policie.
- 3) Provozovatel je povinen vést řádnou evidenci prodejců zboží a poskytovatelů služeb včetně údaje o druhu jimi prodávaného zboží či poskytované služby.
- 4) Provozovatel je oprávněn požadovat od prodejců splnění podmínek pro prodej podle tohoto tržního řádu.

Článek XI.

Poplatky

- 1) Prodejci a poskytovatelé služeb jsou povinni zaplatit poplatek za zábor veřejného prostranství nejpozději v den zahájení prodeje prostřednictvím strážníků Městské policie, kteří jsou pověřeni vybíráním tohoto poplatku nebo v pokladně MěÚ v Českém Brodě, nám. Arnošta z Pardubic 56.
- 2) Výše poplatku za zábor veřejného prostranství je uvedena ve vyhlášce o místních poplatcích a činí za umístění prodejních zařízení 50 Kč za každý započatý den a m², za umístění zařízení k poskytování služeb 10 Kč za každý započatý den a m², za umístění zboží mimo prodejní zařízení 10 Kč za každý započatý den a m².
- 3) Prodejci a poskytovatelé služeb jsou povinni na požádání předložit kontrolním orgánům potvrzení o zaplacení poplatku za užívání vymezeného prostoru.

ČÁST ČTVRTÁ

Závěrečná ustanovení

Článek XII.

Dozor a kontrolní orgány

- 1) Kontrolní činnost na tržnicích, tržištích tržních místech, restauračních předzahrádkách a předsunutých prodejních místech jsou oprávněni provádět pracovníci orgánů kontroly.
- 2) Kontrolu nad dodržováním tohoto nařízení provádí Odbor dopravy a živnostenský úřad Český Brod, finanční odbor města Český Brod a strážníci Městské policie Český Brod.
- 3) Poruší-li fyzická osoba, která je podnikatelem nebo právnická osoba povinnost stanovenou tímto nařízením, dopustí se správního deliktu a může jim být podle § 58 odst. 4 zákona 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů uložena pokuta.
- 4) Poruší-li fyzická osoba - nepodnikatel povinnost stanovenou tímto nařízením, dopustí se

přestupku podle § 46 zákona č. 200/1990 Sb. o přestupcích, ve znění pozdějších předpisů.

Příloha 5 - Provozní řád Mělnického trhu

PROVOZNÍ ŘÁD

Závazný pro Mělnické trhy konané na náměstí Míru v Mělníku v roce 2014
Provozovatel a správce: Studio Eko-Logika, o. s. – Nad Drahou 1478, Mělník, 27601,
IČO: 49518739

Preambule

Prodej na Mělnických trzích konaných v intervalu 14-ti dnů v období od 19. 4. 2014 do 1. 11. 2014 mohou provozovat podnikatelé (právnícké nebo fyzické osoby) nebo jiné osoby s oprávněním k předmětné činnosti, nebo občané se svými přebytky ze zahrady nebo výsledky chovatelské činnosti.

Článek 1

Předmět prodeje

Předmětem prodeje na Mělnických trzích může být pouze a výhradně sortiment, tj. zboží, které odpovídá charakteru a zaměření trhů a to zejména na obnovení tradice přímého prodeje producentů pěstovaných plodin, chovu zvířat a výroba potravinářských a rukodělných produktů: zelenina a ovoce, zeleninová a květinová sadba, rostliny z pěstíren a ovocných a okrasných školek, pekařské a cukrářské výrobky, masné výrobky – maso, uzeniny, ryby – živé, mražené, uzené, včelařské produkty, alkoholické a nealkoholické nápoje – víno, pivo, ovocné pálenky, mošty, šťávy, nektary a sirupy, květiny a byliny řezané i hákované, houby, vejce, mléčné produkty – mléko, sýry, jogurty a ostatní výrobky z mléka, výrobce kvalitního koření, ovocných pyré a dření, sušených potravin, ručně vytvářené řemeslné výrobky ukázky výroby (um. kováře, košíkáře, svíčkaře, nožíře, dráteníky, hrnčíře), poskytovatele služeb v oblastech blízkých ekologickému způsobu života, prodej studentských výrobků a výpěstků, prodej výrobků a výpěstků humanitárních, charitativních a jinak prospěšných neziskových spolků a sdružen

Článek 2

Základní podmínky prodeje

Základními podmínkami prodeje jsou tyto skutečnosti:

1. K prodeji musí být užívána pouze prodejní místa k tomu určená provozovatelem tržiště.
2. Seznámení prodejců s Provozním řádem Mělnických trhů a jeho dodržování.
3. Seznámení prodejců s Vyhláškou č. 53/1999 města Mělníka, které vydala Rada města Mělníka v souladu s § 24 odst.1 a § 45 písm. l) zákona č. 367/1990 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů a v souladu s ustanovením § 18, zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů, vydává tuto obecně závaznou vyhlášku, schválenou dne 6. 12. 1999 – Tržní řád

Článek 3

Základní povinnosti provozovatele

1. Prodejní místa právnických osob musí být označeny obchodní firmou, identifikačním číslem, sídlem a jménem fyzické osoby odpovědné za činnost provozovny (tržního místa).

Při prodeji zboží fyzickou osobou musí být prodejní místo označené obchodní firmou, místem podnikání a jménem fyzické osoby odpovědné za činnost provozovny a zároveň musí být provozovna nahlášena příslušnému živnostenskému úřadu podle sídla právnické nebo místa podnikání fyzické osoby pokud se na prodejce vztahuje. Bez živnostenského oprávnění mohou fyzické osoby prodávat i nezpracované rostlinné a živočišné výrobky z vlastní pěstitelské a chovatelské činnosti. v takovémto případě musí být prodejní místo označeno celým jménem fyzické osoby a adresou trvalého bydliště.

2. Prodej není povolen osobám mladším 15-ti let a osobám jinak nezpůsobilým k provozování této činnosti.

3. Prodávaný sortiment musí být viditelně označen cenovkami.

4. Prodejce nesmí o výrobcích a zboží uvádět nepravdivé údaje s cílem oklamat spotřebitele.

5. Prodejce je povinen uvolnit průchod nebo průjezd pracovníkům záchranné služby, požární ochrany a policie a v závažných případech i jiným osobám.

6. Prodejce je povinen dodržovat následující ustanovení:

- Dodržovat druh sortimentu uvedený ve smlouvě s provozovatelem,
- Dodržovat zásady osobní hygieny a udržovat i svůj pracovní oděv v čistotě,
- Udržovat prodejní místo a jeho okolí v čistotě a zajistit schůdnost pro zákazníky, průběžně odstraňovat odpad i obaly ze zboží na správcem určené místo podle jednotlivých druhů a kategorií odpadů,
- K prodeji používat prodejní zařízení zhotovené ze zdravotně nezávadného materiálu a dobře čistitelného materiálu,
- Prodej organizovat tak, aby se jednotlivé druhy zboží nevhodně navzájem neovlivňovaly a byly chráněny před přímými slunečními paprsky a jinými nepříznivými vlivy (prach, vlhko, kouř, apod.),
- Ovoce, zeleninu a lesní plody dovést před nabízením k prodeji již očištěné a zbavené zvadlých částí,
- K prodeji zboží užívat jen místa k tomu určená, nezdržovat se v uličkách před stánky bezdůvodně a neumísťovat tam nic, co by znemožňovalo, nebo ztěžovalo průchod zákazníků,
- Po skončení prodeje zanechat stanoviště čisté a uklizené
- Pro porušení tohoto ustanovení může kontrolní orgán prodej s okamžitou platností přerušit, nebo zakázat. Totéž právo má i správce tržiště.

7. Prodejce je povinen zajistit zásobování dle článku 6 Provozního řádu (dále jen PŘ). v případě porušení článku 6 PŘ bude prodej ukončen bez náhrady.

8. Osoby prodávající potravinářské zboží musí mít u sebe platný zdravotní průkaz, musí dodržovat hygienické předpisy a odpovídají za zdravotní nezávadnost prodávávaného zboží.

9. Prodejci jsou povinni uposlechnout všech příkazů správce tržiště.

10. Prodejce nesmí odkládat své osobní věci a zboží mimo vymezený prostor prodejního místa.

11. Kopie živnostenského listu nebo jeho výpisu - na provozovně musí být k dispozici kopie živnostenského listu-výpisu ze živnostenského úřadu, na odpovídající předmět podnikání.

12. Prodejce je povinen předložit při kontrole doklad o smluvním vztahu odpovědného zástupce k podnikateli, je-li ustanoven.

13. Prodejce je povinen doložit nájemní smlouvu s provozovatelem tržiště, tedy se společností Studio Eko-Logika, o. s.

14. Podnikatel musí ustanovit odpovědnou osobu za provoz stánku, její jméno musí být uvedeno na označení (ceduli) na stánku.

15. Podnikatel je povinen předložit doklady prokazující způsob nabytí prodáváného zboží, nebo materiálu k poskytování služeb (faktury apod.)

16. v provozovně musí být přítomna osoba splňující podmínku znalosti českého nebo slovenského jazyka – to znamená, že prodavač na stánku musí být schopen se domluvit česky

17. Podnikatel, nebo osoba jednající jménem podnikatele na stánku musí prokázat totožnost tj. mít u sebe občanský průkaz, nebo jiný doklad (pas). Podnikatel může provozovat živnost prostřednictvím rodinných příslušníků, nebo zaměstnanců. Při kontrole je nutné doložit pracovní smlouvu, dohodu o provedení práce, nebo o pracovní činnosti

18. Na žádost zákazníka je prodejce povinen vydávat doklady o prodeji zboží, nebo poskytnutí služby, tj. Paragon. Na tomto dokladu musí být uvedeno:

- Označení podnikatele obchodní firmou (právní osoba), nebo jménem a příjmením (fyzická osoba)
- Identifikační číslo
- Datum prodeje zboží, nebo poskytnutí služby
- Druh zboží, nebo služby
- Cena

Paragony musí být na stánku k dispozici pro kontrolní orgány.

19. Prodávající musí zajistit, aby jím prodávané zboží a výrobky byly přímo, viditelně a srozumitelně označeny označením výrobce, nebo dovozce, údaji o hmotnosti, nebo množství, nebo velikosti popř. rozměru, údaji o složení materiálu, jde-li o textilní výrobky. Obuv musí být označena údaji o materiálech použitých v jejich hlavních částech. Není-li vhodné, nebo účelné prodávané výrobky vzhledem k jejich povaze takto označit, je prodávající povinen tyto údaje na požádání spotřebitelů, nebo orgánů, které provádějí dozor pravdivě sdělit popřípadě doložit. Balené potraviny musí být řádně označeny etiketou, kde musí být uvedeny požadované údaje:

- Názvem
- Názvem druhu, skupiny nebo podskupiny (vyhláška 326)
- Označení značkou zdravotní nezávadnosti, nebo identifikační značkou
- Údajem o množství výrobku
- Údajem o složení výrobku
- Datem použitelnosti, nebo datem minimální trvanlivosti
- Údajem o způsobu skladování u spotřebitele
- Údajem o způsobu použití

Viz. Zákon o potravinách, veterinární zákon, nařízení 853/2004, vyhláška 113/2005, vyhláška 326 apod.

U nebalených potravin musí být požadované údaje součástí informace pro spotřebitele. Podmínky uchování jednotlivých potravin, včetně data použitelnosti, nebo trvanlivosti stanovuje výrobce dané potraviny a vztahují se na celé období manipulace s potravinou včetně přepravy před vlastním prodejem (§ 11 zákona o potravinách)

20. Informace na výrobcích musí být uvedeny v českém jazyce, nebo podobně srozumitelných symbolů (piktogramů)

21. Prodávající je povinen informovat spotřebitele o ceně prodáváných výrobků, nebo poskytovaných služeb zřetelným označením výrobku cenou nebo informací o ceně výrobku či služeb jinak vhodně zpřístupnit, tj. vyvěsit ceník.

22. Nikdo nesmí klamat spotřebitele, zejména uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje o skutečných vlastnostech výrobku, nebo služeb. Za klamání spotřebitele se považuje také nabídka nebo prodej výrobků nebo zboží porušující práva duševního vlastnictví tj. prodej padělků registrovaných značek.

23. Pro vážení potravin lze používat pouze tzv. cejchovanou váhu tj. váhu ověřenou Českým metrologickým institutem. Podnikatel musí doložit ověřovací list, resp. váha musí být opatřena platnou úřední značkou (nálepka).

24. K prodeji používat pouze elektrické, nebo plynové spotřebiče opatřené revizní zprávou ne starší 1 rok a schválené státní zkušebnou pro provoz v ČR nebo EU – doklad o revizi je prodejce povinen mít u sebe na stánku. (nutno doložit pro případ kontroly na vyžádání na prodejním místě)

25. Všichni prodejci jsou povinni bezpodmínečně dodržovat základní požární a bezpečnostní pravidla dle zákonů ČR a EU

Článek 4

Organizace a řízení provozu trhu / tržiště

Organizace a provoz trhu / tržiště řídí správce pověřený zástupce v rozsahu a na základě smlouvy uzavřené s městem Mělník a tímto PŘ.

Správce trhu / tržiště zejména:

- a. Určuje prodejní místa na trhu prodávajícím, kteří plní podmínky tohoto PŘ a vede jejich evidenci
- b. Dohlíží na dodržování stanovených podmínek prodeje, cenových a hygienických předpisů a dodržování tržního řádu všemi zúčastněnými osobami a dbá na čistotu a pořádek.
- c. Zajišťuje, aby v prostoru trhu nebyl realizován prodej mimo prodejní zařízení (např. pochůzkový prodej, přímý prodej ze zavazadel, apod.)
- d. Odpovídá za splnění podmínek daných tímto PŘ.

Článek 5

Kontrola trhu / tržiště

Kontrola trhu / tržiště provádějí orgány k tomu oprávněné, zejména Česká obchodní inspekce, Státní obchodní dozor, Krajská hygienická stanice Středočeského kraje, Krajská Veterinární Správa Středočeského Kraje, pracovníci MÚ Mělník, Městská policie Mělník, Státní požární dozor, Inspektorát bezpečnosti práce a správce trhu / tržiště popřípadě osoba jím určená. Tyto osoby a orgány se prokazují průkazem nebo oprávněním na kontrolu tržiště.

Při kontrolách na trhu / tržišti se prodávající osoba musí prokázat:

- Občanským průkazem
- Oprávněním k podnikání v souladu s článkem 1 tohoto PŘ
- Zaměstnanec – pracovní smlouvou

Článek 6

Zásobování trhu / tržiště

Zásobování bude prováděno z prostoru určeného správcem, tam budou mít povoleno zásobovací vozidla stát jen před začátkem a po skončení prodejní doby na dobu nezbytně nutnou na naložení a vyložení zboží. v případě kde je nutný prodej přímo z auta je prodejce povinen informovat pořadatele trhu o této skutečnosti a konkrétně dohodnout podmínky. Takovýto automobil bude pořadatelem vybaven parkovací kartou na daný termín trhu

a prodejce je povinen ho umístit na viditelném místě. Bude-li správce upozorněn orgány Městské policie nebo orgány PČR na porušení zákazu vjezdu nebo na nepovolené parkování na místech určených pro držitele parkovací karty pro rezidenty, abonenty města Mělník prodejcem, je správce povinen prodej ukončit. Parkování na vyhrazených místech je pro prodejce po celou dobu zdarma.

Článek 7

Režim úklidu a likvidace odpadu trhu / tržičtě

Provozovatel i prodejce trhu / tržičtě je povinen dodržovat pravidla čištění a dezinfekce prostoru tržnice nebo tržičtě včetně neškodného odstraňování VŽP a jiných odpadů. Provozovatel trhu / tržičtě zajistí úklid, uložení a likvidaci odpadu, dále zajistí uložení a likvidaci odpadu včetně odvozu odpadu (vedlejší živočišné produkty II. a III. Kategorie, které nejsou určeny k výživě lidí – VŽP) do smluvně zajištěného asanačního podniku. K dispozici musí mít pořadatel odpovídající zařízení pro hygienické skladování těchto odpadů až do odvozu asanační službou (uzavíratelné nádoby, které musí být vhodně konstruovány, viditelně označeny kategorií odpadu, udržovány, snadno čistitelné a je-li nezbytné, dezinfikovatelné).

Článek 8

Závěrečná ustanovení

Tento PŘ platí pro provozování příležitostných trhů / tržičt' na náměstí Míru, v prostoru vymezeném k tomuto účelu v souladu s Vyhláškou č. 53/1999 města Mělníka, ve znění pozdějších předpisů, kterým se vydává Tržní řád. PŘ zavazuje podnikatele i správce.

Provoz trhu / tržičtě: každých 14 dní vždy v sudé týdny v sobotu od 19. 4. do 1. 11. 2014, nebo dle určení správce trhu / tržičtě

Stavba trhu: v den konáním akce od 06.00 hod.

Navážení zboží: v den konání akce od 06.00 hod.

Vyklízení prodejního místa / stánku: v den akce od 12.00 – 14.00 hod.

Prodejní doba je stanovena od 08.00 hod. do 12.00 hod.

Vyklízení tržičtě: v den konání akce od 12.00 hod. do 17.00 hod.

Mimo stanovenou prodejní dobu je užívání prodejních míst a zařízení k jakýmkoli účelům zakázáno.

Tento provozní řád vypracoval provozovatel trhu / tržičtě v souladu s Vyhláškou č. 53/1999 města Mělníka, kterou se vydává tržní řád, ve znění pozdějších předpisů.

Příloha 6 - Fotografie z trhů

Mělnický trh (<http://www.melnicketrhy.cz/>)



Produkty z medu na čelákovickém trhu (<http://www.polabskefarmarsketrhy.cz/>)



Pojízdné prodejny na trhu v Nymburce (<http://www.polabskefarmarsketrhy.cz/>)

