

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Bakalářská práce

**Globalizace a mléčné produkty
(případová studie Prahy a Krasnojarska)**

Evgeniya Zheludeva

© 2018 ČZU v Praze

Česká zemědělská univerzita v Praze
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autorka práce: Evgeniya Zheludeva
Studijní program: Hospodářská politika a správa
Obor: Podnikání a administrativa

Vedoucí práce: doc. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.
Garantující pracoviště: Katedra humanitních věd
Jazyk práce: Čeština

Název práce: **Globalizace a mléčné produkty (případová studie Prahy a Krasnojarska)**

Název anglicky: **Globalization and dairy products (a case study of Prague and Krasnoyarsk)**

Cíle práce: Cílem práce je na případě průzkumu ve vybraných obchodech v Praze a v ruském Krasnojarsku zjistit situaci ohledně nabídky místních, národních (tj. z daného státu) a nadnárodních (tj. původem mimo území národního státu) mléčných produktů a zároveň bude krátkou dotazovací sondou zkoumán postoj vybraných ruských spotřebitelů ve vztahu k zahraničním mléčným výrobkům.

Metodika: Práce začne literární rešerší, která představí koncept globalizace (co znamená globalizace) ve vztahu k potravinám. Budu též ukázány ekonomické a sociální souvislosti a dopady globalizace. Empirická část práce se zaměří na inventurní výzkum vybraných obchodů sledující zastoupení, cenu a vybrané charakteristiky (především ty vypovídající o globalizaci – původ, složení, označení atd.) mléčných výrobků. Zároveň budou vybraní ruští spotřebitelé krátce dotázáni o jejich postoji k mléčným výrobkům globálního původu, což může ovlivňovat sledovanou nabídku v obchodech (a může naznačit i reakci spotřebitelů na omezení dodávek mléčných výrobků z EU do Ruské federace).

Doporučený rozsah práce: 30-40 stran

Klíčová slova: Globalizace, mléčné výroky, Praha, Krasnojarsk

Doporučené zdroje informací:

1. Bauman, Z. 1999. Globalizace. (Důsledky pro člověka). Praha: Mladá fronta
2. Bonanno, A., Busch, L., Friedland, W., Gouveia, L., Mingione, E. 1994. From Columbus to ConAgra (The Globalization of Agriculture and Food). University Press of Kansas
3. Ehl, M. 2001. Globalizace pro a proti. Praha: Academia
4. Giddens, A. 2000. Unikající svět. Praha: SLON
5. Konefal, J; Mascarenhas, M; Hatanaka, M. 2005. Governance in the Global Agro-food System: Backlighting the Role of Transnational Supermarket Chains. Agriculture and Human Values 22 (3): 291-302.

Předběžný termín obhajoby: 2017/18 ZS - PEF (únor 2018)

Elektronicky schváleno: 30. 6. 2015
doc. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.
Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno: 10. 11. 2015
Ing. Martin Pelikán, Ph.D.
Děkan

Obsah

1. Úvod.....	9
2.Cíl práce a metodika.....	10
2.1 Cíl práce.....	10
2.2 Metodika.....	10
3. Teoretická výhodiska.....	12
3.1 Globalizace a její sféry.....	12
3.1.1. Pojetí a podstata globalizace.....	12
3.1.2. Současná fáze globalizace.....	14
3.2 Ekonomické a sociální souvislosti globalizace a její dopady na potravinářství.....	15
3.2.1. Globalizace a sociální důsledky ve vztahu k jídlu.....	15
3.2.2. Zahraniční investice a potravinářství.....	19
3.3. Koncept globalizace ve vztahu k jídlu.....	22
4. Vlastní práce.....	26
4.1. Inventurní výzkum mléčných výrobků ve vybraných obchodech ČR a RF...26	
4.2 Šetření mezi spotřebiteli mléčných výrobků v Ruské federaci.....	37
5. Seznam použitých zdrojů.....	46

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Globalizace a mléčné produkty (případová studie Prahy a Krasnojarska)" jsem vypracoval(a) samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor(ka) uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.03.2018

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala prof. PhDr. Michala Lošťáka za trpělivost a pomoc v napsání práce.

Globalizace a mléčné produkty(případová studie Prahy a Krasnojarska)

Abstrakt

Tato bakalářská práce zaměřená na takový fenomén jako globalizace. Bakalářská práce nahlíží na globalizaci na specifickém příkladu, a to je globalizace v sektoru mléčných výrobků. Zmiňovaný příklad byl vybrán z toho důvodu, že tento druh potravin patří mezi zboží naše každodenní potřeby.

Cílem práce je na příkladu výzkumu ve vybraných obchodech v českém městě Praha a v ruském městě Krasnojarsku zjistit jaká je situace momentálně z hlediska nabídky místních, národních (tj. z daného státu) a nadnárodních (tj. původem mimo území národního státu) mléčných produktů. Také zkoumány takové faktory, jako jsou cena za jednotku, cena za celý výrobek, místo výroby a značku kvality. Tyto faktory by měly podat přehled o mléčné produkci a s ní spojeném trhu v globálním a národním prostředí.

Zároveň byl proveden dotazovací výzkum spotřebitelů České Republiky a Ruské Federace. Byly zjištěné a porovnány jejich preference, podle čeho si výrobky vybírají a co nejvíc ovlivňuje rozhodnutí.

Klíčová slova: globalizace, mléko, máslo, sýr, tvaroh, ČR , Praha, Rusko, Krasnojarsk

Globalization and dairy products

Abstract

This bachelor thesis focuses on a phenomenon like globalization. The bachelor's thesis focus on globalization on a specific example as globalization in the dairy sector. The example mentioned was chosen because this type of food belongs to our everyday needs.

The aim of the thesis is to find out what is currently the situation of local, national (state) and transnational (originally out of the national state) dairy products on the example of research in selected stores in the Czech city Prague and in the Russian city Krasnoyarsk. Also, factors such as price per unit, price for the entire product, production site, and quality label are also examined. These factors should give an overview of dairy production and its associated market in a global and national environment.

At the same time, inquiries were conducted by consumers of the Czech Republic and the Russian Federation. They have been identified and analyzed their preferences, why people choose the exact product, what influences the decision the most.

Keywords: globalization, milk, butter, cheese, cottage cheese, Czech Republic, Prague, Russia, Krasnoyarsk

1. Úvod

Globalizace je velmi široký pojem, který si vyžaduje detailnější zkoumání. Nicméně, v obecném chápání tohoto termínu znamená pojem globalizace je spontánní proces stále intenzivnější integrace zemí a států světa do jediného, propojeného ekonomického systému.¹

Tato bakalářská práce nahlíží na globalizaci na specifickém příkladu, a sice na globalizaci v sektoru mléčných výrobků. Zmiňovaný příklad byl vybrán na základě toho, že tento druh potravin patří mezi zboží, které skoro všichni a každodenně užíváme. Nehledě na to, že mléčné výrobky patří k našemu běžnému životu, málokdo z nás se zamýšlí na tím, kde byl ten který produkt vyroben, zda se jedná o kvalitní výrobek, apod. Ještě před nějakými padesáti lety se běžně užívaly výrobky, které by dnes byly nazvány „výrobky ze dvora“ a neměli jsme tudíž žádné pochybnosti ohledně místa jejich výroby. Jedná se nám však o to, zda bychom se neměli nad otázkou původu toho, co běžně požíváme, přece jen v současné době více zamýšlet. Svět se mezitím velmi proměnil. Státy se stávají na sobě navzájem více a více závislé, hranice mezi zeměmi se postupně stírají. Nezáleží, jestli se člověk dnes podívá do obchodu ve Vídni nebo v Kodani, nenajde mezi produkcí dvou obchodů větších rozdílů. Uvidíme nám již známý obvyklý sortiment, a to nehledě na to, že tato města jsou v různých státech a vzdálenost mezi nimi se blíží tisíci kilometrů.

Teoretická část práce se dotkne dějin globalizace, zahrne základní termíny, které se k ní váží, přiblíží globalizaci v potravinovém sektoru a bezprostředně na příkladu mléčné produkce.

Předkládaná práce se vzhledem k jejímu omezenému rozsahu a rovněž také k potřebě specifikace soustředí na zkoumání a srovnání mléčných výrobků prodávaných v různých sítích supermarketů ve dvou městech, a sice v Krasnojarsku (Ruská federace) a v Praze (Česká republika). Od výsledků zkoumání z Ruska lze očekávat, že vzhledem k sankcím bude největší část mléčné produkce dostupné v supermarketech vyrobená místními ruskými výrobci. Ohledně produkce běžně nabízené na území České republiky lze

1

předpokládat, že zhruba polovina produkce bude od domácích výrobců z Česka. Domácí výrobky se však cení i na českém trhu, ačkoli ceny na ně jsou vyšší, vyšší poptávku po nich můžeme vypočítat například z množství farmářských trhů v Praze.

Na základě dosavadní zkušenosti autorky práce, ve své počáteční fázi odhaduje, že polovina mléčných výrobků v českých supermarketech bude exportována z takových zemí, jako jsou Německo, Holandsko, Francie a Itálie. Zdá se, že právě tyto země jsou proslulé svou kvalitní a chuťově excelentní mléčnou produkcí.

Empirický výzkum bude prováděn na základě běžně dostupného sortimentu v supermarketech. Toto rozhodnutí bylo učiněno proto, že většina běžných spotřebitelů volí právě tento sortiment při nákupu zboží. Budou zkoumány takové faktory, jako jsou cena za jednotku, cena za celý výrobek, místo výroby a značku kvality. Tyto faktory by měly podat přehled o mléčné produkci a s ní spojeném trhu v globálním a národním prostředí.

Přínosem předkládané práce bude jednak to, že poukáže na ekonomické a sociální souvislosti a dopady globalizace. Dále pak představí situaci ve vztahu k mléčným výrobkům globálního původu a k exportu mléčných výrobků z jiných států, což může ovlivňovat sledovanou nabídku v obchodech. Dopady globalizace pak budou viditelné na počtech dovážených potravin ze zkoumaného vzorku, ale i jejich ceně.

1. Cíl práce a metodika

1.1 Cíl práce

Cílem práce je na případě průzkumu ve vybraných obchodech v Praze a v ruském Krasnojarsku zjistit situaci ohledně nabídky místních, národních (tj. z daného státu) a nadnárodních (tj. původem mimo území národního státu) mléčných produktů a zároveň bude krátkou dotazovací sondou zkoumán postoj vybraných ruských spotřebitelů ve vztahu k zahraničním mléčným výrobkům

1.2 Metodika

Práce začne literární rešerší, která představí koncept globalizace (co znamená globalizace) ve vztahu k potravinám. Budu též ukázány ekonomické a sociální souvislosti a dopady globalizace. Empirická část práce se zaměří na inventurní výzkum vybraných obchodů sledující zastoupení, cenu a vybrané charakteristiky (především ty vypovídající o globalizaci – původ, složení, označení atd.) mléčných výrobků. Zároveň budou vybraní ruští spotřebitelé krátce dotázáni o jejich postoji k mléčným výrobkům globálního původu, což může ovlivňovat sledovanou nabídku v obchodech (a může naznačit i reakci spotřebitelů na omezení dodávek mléčných výrobků z EU do Ruské federace).

2. Teoretická východiska

2.1 Globalizace a její sféry

2.1.1 Pojetí a podstata globalizace

Definování termínu „globalizace“ není jednoduché vzhledem k tomu, že různí autoři ji často chápou odlišně. Nicméně z obecného hlediska lze vymezit dva přístupy k pojetí globalizace, a proto lze mluvit o dvou základních názorových proudech nahlížení na globalizaci. První názorový proud zastává stanovisko, že se v moderní době odehrává kvalitativní změna, zatímco druhý se domnívá, že se v současnosti jedná o pokračování integračních tendencí.²

Ačkoliv se globalizace týká různých dimenzí světového uspořádání, je přesto nejvíce spojována s oblastí ekonomické spolupráce zemí světa. Termín „globalizace“ se objevil během 80. let 20. století kvůli vzniku nových jevů a procesů, ke kterým docházelo ve světové ekonomice. Mezi zmíněné jevy a procesy patří: značný nárůst mezinárodního toku kapitálu, zboží, služeb, informací, osob a zvyšující se počet a síla transnacionálních korporací.³

„Pod pojmem ekonomické globalizace rozumíme rostoucí mezinárodní propojení trhů, a to jak finančních, tak i trhů se zbožím a službami. V globalizující se ekonomice dochází ke zmenšování vzdáleností, národní zdroje jsou čím dál více mobilní, zatímco národní ekonomiky jsou čím dál více vzájemně závislé. Důležitým článkem v procesu globalizace jsou nadnárodní korporace, které jsou reakcí na zvyšující se konkurenci na světovém trhu a potřebě strategických spojení.“⁴

Je třeba poznamenat, že globalizace je spontánním a neřízeným procesem, který postupně nabývá na intenzitě vzhledem k stupňující se integraci zemí světa v jednotném hospodářském systému. Ekonomická složka globalizace pravděpodobně může být

2

ŽÍDEK, Libor. GLOBALIZACE A SVĚTOVÉ HOSPODÁŘSTVÍ. POLITICKÁ EKONOMIE. 2009, (5). s. 622

3

□ KUNEŠOVÁ, Hana. Světová ekonomika: nové jevy a perspektivy. 2. dopl. a přeprac. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, xviii, 319 s. ISBN 80-717-9455-4. s. 24.

4

ROJÍČEK, Marek. KONKURENCESCHOPNOST OBCHODU ČR V PROCESU GLOBALIZACE. POLITICKÁ EKONOMIE. 2010, (2). s. 147.

považována za jediné kritérium globalizace, jež je pojato víceméně stejně všemi teoretiky zabývající se globalizací. Na druhou stranu, další aspekty globalizace (sociální, politické, sociálně psychologické a kulturní) jsou předmětem různých sporů a přístup k nim se ve vědecké obci různí.⁵

Mezinárodní měnový fond (IMF) definuje globalizaci jako proces rostoucí ekonomické vzájemné závislosti zemí ve světovém měřítku. To je následkem zvyšujícího se objemu a druhu přeshraničních transakcí zboží a služeb a toku mezinárodního kapitálu, stejně tak jako rychlejšího a rozsáhlejšího pokroku v oblasti šíření technologií. Ovšem je nutné také brát v potaz další dimenzi globalizace – stálý proud velkého množství informací, a to konkrétně internetu a jiných hromadných sdělovacích prostředků (hlavně televize). Informace jsou důvodem nepřetržitého zrychlování veškerých sociálních procesů a způsobují transformaci času a prostoru.⁶

Mezinárodní hospodářská integrace začala po roce 1945 díky politice postupné liberalizace zahraničního obchodu v podobě výrazného poklesu celních a necelních překážek, hlavně uvnitř regionálních hospodářských seskupení (např. Evropských společenství atd.). Později rovněž došlo k odstraňování bariér, které bránily v uskutečnění přímých zahraničních investic. Kromě toho, určitý význam pro prohloubení mezinárodní ekonomické integrace měl rozpad bývalého socialistického bloku a hospodářská liberalizace v rozvíjejících se státech.⁷

Znamená to, že globalizace není úplně novým jevem, ale je, v podstatě, pokračováním internacionalizace světového hospodářství, ke které, jak už bylo zmíněno, dochází po druhé světové válce. Internacionalizaci lze pojímat jako uskutečnění mezinárodního obchodu se zbožím, přičemž se uvedené zboží vyrábí v rámci jednotlivých národních hospodářství. Na druhou stranu, globalizace odstraňuje překážky již ve fázi výroby zboží, čímž vznikají nadnárodní společnosti. Nadnárodní společnosti se snaží využívat výhod

5

Globalizace a globální problémy: sborník textů k celouniverzitnímu kurzu "Globalizace a globální problémy" 2005-2007. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006, 312 s. ISBN 80-870-7601-X. s. 11.

6

□ Tamtéž.

7

ROJÍČEK, Marek. KONKURENCESCHOPNOST OBCHODU ČR V PROCESU GLOBALIZACE. *POLITICKÁ EKONOMIE*. 2010, (2). s. 148.

lokalizace vlastních podnikových útvarů v různých zemích světa, a proto výroba zboží a poskytování služeb se uskutečňuje na nadnárodní úrovni.⁸

„Tlak globalizace na liberalizaci podnikatelského prostředí se nejprve projevoval v odstraňování tarifních obchodních překážek a množstevních omezení, později v odstraňování netarifních překážek obchodu jak v rámci obchodních politik, tak opatření včleněných do domácích politik souvisejících s obchodní politikou nepřímo.“⁹

2.1.2 Současná fáze globalizace

Zatímco hospodářské politiky a technologický pokrok lze považovat za tradiční hnací sílu mezinárodní hospodářské integrace, současná fáze celosvětové globalizace disponuje několika odlišnými rysy. První odlišností je bezprecedentní dynamika a významný rozsah globalizace, projevující se ve vysokém tempu růstu světového dovozu a vývozu, který značně převyšuje dynamiku světového HDP. Od 90. let 20. století podnětem pro zesílení globalizace vystupoval výrazný nárůst zahraničních investic a ekonomická integrace se stala jevem příznačným nejen pro takové vyspělé ekonomiky jako např. USA, země západní Evropy a Japonsko, ale také pro rozvíjející se země jako např. Čína, Indie, Brazílie a Rusko.¹⁰

Druhým aspektem současné globalizace je globalizace hodnotových řetězců. Při globalizaci dochází k prohlubující se geografické fragmentaci výrobních procesů, což znamená, že hodnotový řetězec je členěn na jednotlivé druhy činností, a proto tyto činnosti jsou prováděny v té zemi, ve které mohou být uskutečňovány s nižšími náklady než předtím. Odsud vyplývá, že se obchodování s meziprodukty stále zvyšuje a podněcuje růst intenzity zahraničního obchodu. Za třetí důležitou dimenzi moderní globalizace lze pokládat rostoucí objem obchodování se službami. Zdokonalování informačních

8

KUNEŠOVÁ, Hana. *Světová ekonomika: nové jevy a perspektivy*. 2. dopl. a přeprac. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, xviii, 319 s. ISBN 80-717-9455-4. s. 24.

9

CIHELKOVÁ, Eva. *Regionalismus a multilateralismus: základy nového světového obchodního řádu?*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2010, xxvi, 373 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-196-3. s. 178.

10

ROJÍČEK, Marek. KONKURENCESCHOPNOST OBCHODU ČR V PROCESU GLOBALIZACE. *POLITICKÁ EKONOMIE*. 2010, (2). s. 148.

technologií, standardizace, rozvoj infrastruktury a pokles nákladů spojených s přenosem dat poskytují možnost výroby a spotřeby široké škály služeb na různých místech světa.¹¹

2.2 Ekonomické a sociální souvislosti globalizace a její dopady na potravinářství

2.2.1 Globalizace a sociální důsledky ve vztahu k jídlu.

Globalizace je pojem, charakterizující současné období. Během posledních několika desetiletí lidé zažili změny ve sféře technologií, komunikaci, inovací, médií, počítačové techniky, globalizace se sebou přináší levnou a rychlou dopravu. Díky internetu, elektronickým penězům a letadlům, jsou státy více propojené a integrované mezi sebou.

„Hlavním důsledkem globalizace je efektivnější nakládání s našimi omezenými zdroji, což by mělo vést k vyššímu hospodářskému růstu. Autoři World Economic Outlook (IMF, 2000) dokládají, že v době kdy se světové hospodářství více integrovalo, docházelo ke konvergenci – tj. k dohánění ekonomického leadera. A naopak v obdobích desintegrace tomu bylo naopak.“¹²

Nejdůležitější rysy globalizačních procesů jsou:

- Nejvýraznější za veškerou historii lidstva nárůst objemu mezinárodně obchodovatelného zboží a služeb, který souvisí s dlouhodobým procesem liberalizace obchodu. Zároveň roste počet zemí, jež se účastní globalizačních procesů.
- Podstatné změny v geografickém rozmístění výroby a spotřeby a ve struktuře produktů, které se podílejí na realizaci mezinárodního obchodu. Vzrostl podíl rozvojových a rozvíjejících se zemí na mezinárodním obchodu (podíl výrobků na vývozu těchto zemí se v posledních letech zvýšil z původních 47 % na 83 %).

11

□ Tamtéž.

12

ŽÍDEK, Libor. GLOBALIZACE A SVĚTOVÉ HOSPODÁŘSTVÍ. *POLITICKÁ EKONOMIE*. 2009, (5), s. 639-640.

- Ještě dynamičtějším bylo zvýšení objemu, rychlosti a komplexity toku přímých investic, které se také ve velké míře tykaly rozvojových a rozvíjejících se zemí, čímž prohloubily jejich integraci do globálního hospodářství.¹³

V současné době si můžeme rovněž všimnout změny na trhu práce. Tyto změny byly způsobené několika zásadními faktory:

- Nerovnoměrnost hustoty osídlení (Čína a Indie jsou zcela přelidněné a mají dvacetkrát větší počet obyvatel než USA).
- Zvýšenými možnostmi migrace, tedy stěhování v měřítku celé zeměkoule.¹⁴

„*Knowledge Based Society*“¹⁵, jež řídí globální trhy, považuje oprávněně šedou kůru mozkovou za nejvzácnější ekonomický statek. Můžeme však pozorovat probíhající demografickou krizi v našem civilizačním okruhu, kdy v ekonomicky vyspělé části světa klesá porodnost a migrační tlaky z chudých zemí směřují k „novému stěhování národů“. Nicméně, když to srovnáme, jsou toky kapitálu nadány daleko větší mobilitou, než „lidské toky“. To má vliv na to, že migrační politiky znamenají často selektivní reglementaci na trzích práce a zájemce dělí na vyvolané a zavržené. Problémy marginalizace, tedy vyloučení na okraj zájmu globálních trhů některých jedinců, mají ovšem těžké sociální důsledky, pomáhají udržovat existenci duálních ekonomik v řadě rozvojových zemí, a i v zaostávajících regionech vyspělého světa.

Obyvatelstvo zažilo obrovské změny v potravinářském průmyslu a konzumačních zvycích. Preference zákazníků a výběr trvanlivých potravin jsou ovlivňovány reklamou,

13

☐ *Globalizace a globální problémy: sborník textů k celouniverzitnímu kurzu "Globalizace a globální problémy" 2005-2007.* Praha: Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006, 312 s. ISBN 80-870-7601-X. s. 11.

14

☐ *Globalizace a globální problémy: sborník textů k celouniverzitnímu kurzu "Globalizace a globální problémy" 2005-2007.* Praha: Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006, 312 s. ISBN 80-870-7601-X. s. 11.

15

☐ Tedy společnost založená na znalostech. Jedná se o pohled na současnou společnost a její definici jako společnosti, která se skládá z dobře edukovaných jedinců a spoléhá se právě na jejich znalosti k zavedení inovací, nových podniků a zvýšení dynamiky své ekonomiky. Znamená to, že dnešní společnost se spoléhá na vzdělání svých členů na své cestě k úspěchu.

marketingem a strategií mezinárodních společností. Působení velkých korporací na domácím trhu negativně ovlivnilo farmáře, protože ti s nimi nemohou soutěžit. Tím pádem se potom zhoršuje přítomnost na trhu kvalitního zdravého jídla a také bezpečnostní ochrana produktů. Bezpečnostní ochrana potravin a úroveň výživy obyvatelstva byla tedy dost ovlivněna globalizací. Globalizace posiluje postavení korporací. Obyvatele jsou hodně závislí na globální produkci.

Lze uvést tři důvody, které změnilly celkovou konzumaci jídla, a to jsou: 1) globální distribuce technologie vztahujících se k produkci jídla, dopravy a marketingu; 2) vliv hromadných sdělovacích prostředků a většího přístupu k informacím; 3) kapitálové toky a služby.¹⁶

Tradiční strava v rozvojových zemích byla úplně jiná. Lidé preferovali ječmen, pšenici, ovoce a zeleninu. Moderní strava zahrnuje více cukru, sůl, nezdravé tuky, živočišné produkty. Větší spotřeba cukru a soli je dána jednak jejich konzervačními vlastnostmi, jednak potřebou dochucovat (právě kvůli nižší kvalitě surovin).

Existují 2 různé důvody pro to, že se hodně zvýšila spotřeba balených a trvanlivých potravin, a tedy pro dnešní stravovací návyky a globální dodávku jídla:

- 1) Větší spotřeba kultivovaných obilovin (skládajících se hlavně ze sacharidů) a přidaného cukru;
- 2) Větší preference rostlinných tuků před živočišným.¹⁷

Globalizace v jídle hodně souvisí s pojmem mezinárodní ekonomie. Odborný název *“mezinárodní ekonomie“* znamená *obchod se zbožím, službami a tok investic mezi různými územími*. Zvýšení internacionalizace a integrace trhů jsou nejvíce podstatné trendy v mezinárodní ekonomice. K tomuto jevu došlo kvůli zrušení bariér v mezinárodním obchodu, investičních programech, rovněž kvůli zvýšení svobody v pohybu zboží, služeb a známosti mezi různými státy. Technický pokrok v dopravě a komunikačních technologiích vytvořily nové možnosti pro rozvoj a zvyšování počtu mezinárodních

16

Globalization of the food Industry Elizabeth Black, Duben 2016

17

▣Větší spotřeba rostlinných tuků je dána i tím, že se myslelo, že jsou zdravější než živočišné. Myslelo se, že napomáhají prevenci vysokého cholesterolu v krvi a ochraně před srdečními chorobami. Dnes už víme, že jejich dopad na lidský organismus je zhruba stejný jako dopad těch živočišných.

společností. Díky globalizaci konec konců máme přístup k ovoci a zelenině po celý rok. Technický pokrok umožnil řídit procesy na dálku. Tyto změny vedly a také vedou k rozšiřování průmyslu, větší specializaci, lepším možnostem přímého investování do zahraničních projektů a k vytváření globálních kapitálových toků. K příčinám globalizace v potravinářství patří urbanizace¹⁸ a přímé investování zahraničních společností.

Fenomén urbanizace se stává zcela běžný již teď ve mnoha rozvojových státech. Rostoucí populace vyžaduje i větší množství jídla. Zároveň však kvůli stěhování lidí z vesnic do měst není, kdo by suroviny pěstoval a choval. Život ve městě reprezentuje různé výhody, i v souvislosti se stravou. Jsou to například jeho dostupnost, rozmanitost. Ale také zde vyvstává nebezpečí ve vztahu k jídlu, vymizení tradičního jídla a jeho výrobců. Dalším faktorem, kvůli němuž v dnešní době čelíme vymizení tradičního jídla a jeho výrobců je snaha o co největší důchod v rámci rodiny. Znamená to například, že muži a ženy v současnosti tráví v zaměstnání stejně dlouhou dobu. Vede to však k tomu, že ženy už nemají čas doma pořádně vařit. Lidé tudíž preferují chodit do restaurací, mezi nimiž prim hraje fastfood. Případně si kupují jídlo s sebou nebo i plnohodnotné jídlo zamění různými druhy sladkostí.

Mezinárodní společnosti zabývající se výrobou jídla tak silně působí na kulturu a infrastrukturu. To patří k dalším důvodům, proč se mění konzumační preference v souvislosti s rostoucí urbanizací a globalizací. Nové technologie, hromadné sdělovací prostředky a lepší infrastruktura zvětšily přístup k netradičním a importovaným potravinám. Jako výsledek se vytvořilo hodně stravovacích zařízení rychlého občerstvení, formálních a neformálních restaurací, barů, supermarketů. Lidé si rychle zvykají na nové městské zvyky, na globalizaci, na změny v kulturním a ekonomickém chování. To všechno ovlivňuje konzumaci jídla mimo domov. Vzhledem k tomu by se dalo říct, že lidé hodně podporují netradiční způsob konzumace a hlavně pak stravování v zařízeních rychlého občerstvení.

Na druhou stranu se v současnosti dá mluvit i o opačném trendu, jímž je zdravá strava a její kult. Stojí za zmínku, že se “kult zdraví” netýká pouze módy na zdravou stravu, ale i na

18

Urbanizace je jedním z jevů, které ovlivňují stravovací návyky v rozvojových státech. Lidé se stěhují z venkova do velkých měst. Za to může existence různých faktorů, jako příklad lepší podmínky pro život, pracovní uplatnění, lékařská péče, vzdělání a další. Momentálně více než 54% populace bydlí ve velkých městech. Experti predikují zvýšení tohoto čísla do 66% do roku 2050.

všemožné bio, eko atd. produkty. Například se jedná o kosmetiku a jiné předměty denní potřeby. Týká se to však i potravin, které si přivlastňují titul moderních potravin „ze dvora“.

2.2.2 *Zahraniční investice a potravinářství*

Kapitál se vnímá jako vzácný statek „*Financionalizace světa*“¹⁹ je současnou charakteristikou dnešní ekonomiky. Reálná ekonomika²⁰ vyrůstá pomaleji než kapitálová součást globálního hospodářství. Dochází k tomu především proto, že vyspělé země pomáhají státům třetího světa. Úroveň soukromých kapitálových investic tak šla nahoru i v zemích rozvojových. Dneska je minimálně padesát burz na všech kontinentech. Finanční operace mají hodně rozdílnou podobu. V současné době rozhodujícím kritériem pro investování je mobilita finančních prostředků. Rozhodně nejvýznamnějším způsobem financování je zahraniční přímé investování.

Termínu zahraniční přímé investování (dále FDI – z anglického Foreign Direct Investment) můžeme rozumět tak, že se jedná o investice podniku jednoho státu do podniku jiného státu. Zahraniční podnik se stává mateřskou (nadmárodní) společností. Nasycení trhu v rozvinutých zemích převedlo k investování do rozvojových států. Vstup na trh je zaměřen na dlouhodobě trvanlivé potraviny, které jsou chápány jako nejmodernější. Růst v zahraničních investicích způsobilo několik důležitých následků. Za prvé, zahraniční přímé investice zpřístupnily trvanlivé potraviny více lidem. Za druhé se vytvořily řetězce rychlého občerstvení, supermarkety a hypermarkety, které nabízejí širokou nabídku různých druhů jídla. Za třetí, pod vlivem FDI a následné globalizace se vytvářejí všude ve světě podobné chuťové návyky. V rozvojových státech se zvýšila celková konzumace trvanlivých potravin a také se rozšířila nabídka v různých typech maloobchodů. Pomocí snížení tržních cen, vytvoření nových způsobů nákupu a zlepšení marketingových strategií se zvýšily objemy prodeje.²¹

19

Jedná se o pravděpodobně nejpoužívanější termín analytiků, kteří se snaží pojmenovat a chápat současný vzestup financí a jeho klíčovou roli.

20

□ Určujícím faktorem reálné ekonomiky je hospodářský růst, ne množství kapitálu.

21

Globalization of the Food Industry, Elizabeth Black, Duben 2016.

Kvalita produktů téměř všude na světě se rovněž změnila. Teď je potřeba dávat mnohem větší pozor na výživu a ochranu bezpečnosti jídla. Globalizace umožnila přístup k obrovskému množství produktu, avšak možnost nákupu zdravého jídla není pro všechny stejná.

Ekonomická moc teritoriálních států byla oslabena vstupem nadnárodních korporací, které teď mají velký vliv. Termín nadnárodní korporace je potřeba podrobněji popsat. Nadnárodní korporace je společnost se sídlem v jedné zemi, ale působí ve více státech pomocí dceřiných podniků. V globálním pojetí největší a nejpodstatnější vliv mají jen velké nadnárodní korporace. Nadnárodní korporace mají nejenom ekonomický vliv, ale také politický a dokonce vojenský vliv. Pawel Dembinski²² v roce 2003 publikoval, že bylo zjištěno, že přidaná hodnota 800 velkých nadnárodních korporací se podílí 11% na tvorbě světového globálního produktu. Celkový roční příjem nadnárodních korporací tvoří kolem 33% hrubého světového produktu. To také znamená, že jedna třetina celkové produkce světa je už od začátku vyráběná pro globální trhy. V globálních trzích hraje velkou roli WTO²³.

Pawel Dembinski provedl kalkulaci a tvrdí, že osm set největších nadnárodních korporací zaměstnává přibližně třicet milionů pracovníků. Toto číslo představuje zhruba 1% světové populace v aktivním produktivním věku.

EU ročně produkuje potraviny zhruba na 600 miliard eur. Česká republika má roční produkci potravin přibližně 230 miliard korun²⁴ (to je cca 9 miliard euro, tedy 1,5%

22

The Role of Large Enterprises in Democracy and Society. Palgrave Macmillan, New York/Basingstoke 2010.

23

Světová obchodní organizace (WTO) (World Trade Organization) je mezinárodní organizace sídlící v Ženevě. WTO je jednou z nejvýznamnějších světových organizací, která působí v mezinárodním obchodu. Vznikla v roce 1995 jako nástupce **Všeobecné dohody o clech a obchodu**. Primárním úkolem organizace byla vždy rovnost v rámci otevřeného trhu. Snaží se členským státům poskytnout mechanismus, pomocí něhož mohou země redukovat obchodní bariéry, zároveň však regulovat obchod.

24

☒ Technological improvements in Food Production in the Context of Food Quality and Health Safety, Andrzej Stolyhwo, 2003, str.39.

☒Vyjádřeno tržbami za prodej vlastních výrobků a služeb v průměrných cenách.

produkce EU). EU je největším výrobcem potravin a nápojů po celém světě. V ČR tvoří potravinářský průmysl asi 13 % z celé zpracovatelské průmyslové sféry, stále tedy zůstává nosným sektorem tohoto segmentu národní ekonomiky.

Po všeobecném strojírenství vytváří potravinářský sektor v republice se svými zhruba 160 tisíci zaměstnanci nejvíce pracovních míst (z toho cca 57 % je v malých a středních podnicích). Aby se republika plně začlenila do EU, bude pokračovat proces restrukturalizace potravinářského sektoru, který započal se vstupem ČR do Evropské unie. Potravinářský průmysl se stále adaptuje na nové podmínky, spjaté s fungováním v rámci unie. V podmínkách rostoucí globalizace se pak odrazí např. tak, že bude růst koncentrace potravinářského sektoru, vzniknou kapitálově silnější seskupení apod.

Dnešní inovační produkční portfolio je obrovské a obsahuje více než 2000 mezinárodních a lokálních značek. Nestlé je největší společností v potravinářském průmyslu. Zahrňuje značky Perrier bottled water, Nescafe coffee, mlečné výrobky, čokoládu, kávu, další balenou vodu, jídlo pro děti i dospělé, cukrovinky, zmrzlinu. Lidé znají Nestlé díky populárním značkám jako Nescafe, Kitkat, Maggi. Existuje názor, že Nestlé se stane v budoucnu přední společností z hlediska výživy a zdraví.

Nestlé má dobrou pozici na trhu. Na základě posledních ročních zpráv, největší podíl na prodeji má v Severní a Jižní Americe.

Příjem Nestlé v roce 2016 vytvořil 89,5 billionu.²⁵

McDonald's dosáhl velkého úspěchu na mezinárodním trhu od svého vzniku a zanechal velký dojem u mnoha zákazníků. McDonald's není jenom restaurace, ale také kulturní symbol. Dnes je společnost McDonald's globální značkou a ovlivňuje životní styl lidí po celém světě. Sídlo McDonaldu se v současné době nachází v Oak Brook (stát Illinois, USA). Je to velká společnost, která má v obratu miliardy dolarů. Momentálně McDonalds je jedním z největších fastfoodových řetězců na světě.

Společnost byla založena bratry McDonaldy, první restauraci otevřeli v San Bernardinu v Kalifornii Roku 1955 byla českoamerickým podnikatelem Rayem Krocem otevřena

25

²⁵ <https://www.nestle.com/jobs/functions/marketing-sales> ze dne 9.03.2017

první restaurace na principu franšizy²⁶. Od té doby bylo otevřeno více než 30000 restaurací ve více jak 120 státech na světě. Světový obrát je 10.49 miliard dolarů. Společnost se rozvíjí velmi rychle. V roce 2008 její celkový příjem tvořil 23,5 miliard dolarů. Polovina restaurací McDonald's je umístěno v zahraničí. V roce 2008 bylo otevřeno 1000 nových restaurací na Olympiadě v Pekingu. McDonald's se podílí na změně vkusových návyků lidí.

McDonald's pomohl světové ekonomice vytvořit nové pracovní pozice. Bylo otevřeno milion nových pracovních pozic. McDonald's zaměstnává mladé lidi na částečný úvazek.²⁷

Detailní analýza dodávajících řetězců společnosti udává, že firma používá 97% zemědělských surovin z Evropy. Tento fakt svědčí o velké podpoře pro místní dodavatele. Největší dodavatel dováží pro McDonald's již v průběhu 31 let. McDonalds zaměstnává přibližně 294 000 lidí v EU, a to je 0,14 % celkové zaměstnanosti v Evropě. Přibližně 60 000 nových pracovních míst bylo vytvořeno mezi 2007 a 2010.

2.3 Koncept globalizace ve vztahu k mléku

Delší dobu bylo mléko a mléčné výrobky považováno za nejzdravější jídlo. Dnes si lze všimnout toho, že mléko a především výrobky z něj se staly široce globalizovaným spotřebním produktem. Konzumace a produkce kravského mléka byla vždy velká. Mléko se produkuje převážně v Evropských státech. Nicméně, konzumace tohoto produktu v Evropě zůstává stejná. Mezitím spotřeba mléka se zvýšila v Asijských státech a v Latinské Americe. Jak se zvyšují příjmy, tak se následně zvyšuje poptávka po produkci živočišného původu. Toto je první důvod, proč mléko je globalizovaným produktem.

26

Z anglického *franchising* je systém marketingu produktů, služeb a technologií, spočívající v těsné a stálé spolupráci mezi právně a finančně odlišnými podniky – franchisorem a franchisantem – v rámci které franchisor poskytuje svým franchisantům určitý nárok, ale rovněž je zavazuje k povinnosti provozovat činnost v souladu s koncepcí sítě. Samotný pojem *to franchise* znamená udělit povolení na prodej produktů nebo poskytování služeb v určité oblasti jednou firmou firmě jiné.

27

²⁶ <https://writepass.com/journal/2012/12/what-is-globalization/> ze dne 22 Února 2016.

Druhá příčina je, že mléko má pozitivní vliv na růst u dětí. Zatímco mléko má pozitivní účinky na sílu a výšku, bylo také zjištěno, že mléko způsobuje snížení tělesné váhy.²⁸

Během posledních 40 let globální produkce mléka se zvýšila přibližně o 240 procent. Zvýšení produkce proběhlo převážně v rozvojových státech. Tento trend způsobil rozšíření obchodních sítí, prodávajících mléko. Státy, které produkují většinu mléka, jsou EU, Austrálie, Nový Zéland a Indie. Indie je velkým producentem mléka. Avšak neimportuje, ani neexportuje velké množství mléka.²⁹

Obyčejné mléko v krabicích slouží pro domácí trh. V roce 2000 EU bylo největším producentem obyčejného mléka. Sušené mléko je vhodné pro dálkový marketing, konzervování a použití v ostatních produktech pro obchodování. EU je největším producentem a exportérem sušeného mléka.³⁰

Produkce mléka je hodně kontrolována mezinárodními korporacemi jako jsou Nestlé, Altria, Danone a Unilever. Tyto korporace mají velký podíl na produkci mléčného původu. Nestlé je z nich největší.³¹

Zvýšení globální produkce mléka souvisí se zvýšením konzumace mléka. Nejvyšší konzumace mléka je v EU. Zvýšení konzumace mléka si lze všimnout od šedesátých let 20. století v Asii³².

Dalším státem s vysokou konzumací mléka je USA. Produkce kravského mléka v USA začíná ještě v období kolonizace. Avšak produkce mléka v 19. století byla poměrně malá. Produkce mléka ve velkém množství byla pro rostoucí část obyvatelstva také používána jako náhrada mateřskému mléku. Během posledních 30 let se konzumace mléka snížila o 30 procent, tedy přibližně z 86 kilogramu na méně než 50 kg na osobu. Byly zaznamenány změny v typech mléčných výrobků, které se nejvíce poptávají. Poptávka po sýru se zvýšila třikrát. Stejně se zvýšil zájem o jogurty. Jogurt je vnímán jako zdravá

28

Andrea S.Wiley, Transforming milk in a Global Economy, Časopis American Anthropologist, 2007, str.666

29

Tamtéž, str. 667.

30

Tamtéž.

31

Tamtéž.

32

Andrea S.Wiley Transforming milk in a Global Economy, Časopis American Anthropologist, 2007, str. 668.

výživa pro děti a dospělé. I když je docela velký pokles v celkové konzumaci mléka, děti stejně spotřebují mléka dvakrát více než dospělí.³³

Státem s rostoucí konzumací mléka je Čína. Spotřeba mléka v Číně nikdy nebyla příliš velká, ale za poslední dvě dekády se to hodně změnilo. Konzumace a spotřeba mléka šla nahoru. Celkové tržby mléčných výrobků v Číně se zvýšily o 25 procent. Růst v konzumaci mléka proběhl především ve městech. To je třináctkrát více než na venkově.³⁴

Mléko je propagováno jak různými organizacemi (federálními, státními, městskými, zdravotními) tak i různými dietology. Navíc, mléko je jedinou potravinou, na kterou přispívají státní organizace. Vláda sponzorovala školní programy, které doplňovaly stravu dětí mlékem, například školní snídaně a oběd. V některých školách mléko bylo sponzorováno jako dodatečná výživa pro chudé děti. Některé federální organizace také přispívali na mléko rodinám, které měly měsíční příjem nižší než norma.³⁵

Propagace mléka je zaměřená na benefity pro zdraví, které jsou přisuzovány mléku. Je velmi populárním sloganem, že mléko dělá dobrou práci pro tělo. Teorie, která udává, že se jedná o velmi kvalitní výživu pro naše zdraví, je založená na tom, že mléko je bohaté na vápník. Reklama také kladla velký důraz na to, že růst dětí těsně souvisí s konzumací mléka. Lidé věřili tomu, že pokud děti nebudou dostávat do své stravy mléko, tak ty budou mít problémy se zdravím v budoucnu. Tento vztah, který nám tvrdí, že růst těla a mléko jsou na sebe navzájem propojené, navrhla organizace NDC (National Dairy Council, Americká rada pro mléčné výrobky) v roce 1916. Od té doby je mléko považováno za nejlepší výživu, která pozitivně ovlivňuje růst a zdraví u dětí. V dnešní době mléko má velký význam, protože výrobky z kravského mléka nahrazují kojení pro miminka.³⁶

33

Tamtéž.

34

Andrea S.Wiley Transforming milk in a Global Economy, Časopis American Anthropologist, 2007, str. 670.

35

Andrea S.Wiley Transforming milk in a Global Economy, Časopis American Anthropologist, 2007, str. 671.

36

Tamtéž.

Můžeme prohlásit, že mléko je užitečné pro všechny věkové skupiny, jak pro děti, tak i pro dospělé. Například, mléko je doporučováno zdravotníky jako náhrada za alkoholické nápoje. O mléku je také prokázáno, že je bohaté na minerály a vitaminy.³⁷

37

Andrea S.Wiley Transforming milk in a Global Economy, Časopis American Anthropologist, 2007, str. 672.

3. Vlastní práce

3.1 Inventurní výzkum mléčných výrobků ve vybraných obchodech ČR a RF

Název	Jednotková cena	Cena na 100gr, 1 litr	původ	značky
Máslo rodnoe selo	55,5 Kč	27,75Kč/100gr	RUS	Enisejskij standard
Máslo krestjanskoje odbornoje	59,14 Kč	29,57Kč/100gr	RUS	Produkcia krasnojarskou kraja
Máslo krasmol	48 Kč	26,6Kč/100gr	RUS	
Máslo prostokvashino	59,1 Kč	32,8Kč/100gr	RUS	
Máslo krestjanskoe	48 Kč	26,6Kč/100gr	RUS	
Máslo Balahťinskoe razdolje (Балахтинское раздолье)	140 Kč	28Kč/100gr	RUS	
Máslo tri korovi	55,9Kč	31Kč/100gr	RUS	
Mléko domik v derevne	39,5Kč		RUS	
Mléko domik v derevne otbornoje	26,79 Kč		RUS	
Mléko Istok	23,12 Kč		RUS	Enisejskij standard, Produkcia
Mléko prostokvashino otbornoje	27,6 Kč		RUS	
Mléko prostokvashino	31,9 Kč		RUS	
Tvaroh domik v derevne	39,15 Kč	23,03Kč/100gr	RUS	
Tvaroh prostokvashino	43,9 Kč	19,96Kč/100gr	RUS	
Tvaroh Bio Balans	35,12 Kč	16,72Kč/100gr	RUS	
Tvaroh Selo Maslobojevo	36,3 Kč	18,15Kč/100gr	RUS	
Tvaroh prostokvashino klasicky	36 Kč	16,4Kč/100gr	RUS	
Tvaroh prostokvashino nízkotučný	40Kč	19Kč/100gr	RUS	
Sýr Altajskij	124 Kč	41,3 Kč	RUS	
Sýr Shvecarskij	132 Kč	44 Kč	RUS	
Sýr Belfor	112 Kč	37,3 Kč	RUS	
Sýr Belster	140,8 Kč	46,9 Kč	RUS	
Sýr Rosijsckij	100,5 Kč	33,5 Kč	RUS	

Tabulka 1. obchod Krasnyj Jar (RF)

Zdroj: Vlastní úprava. Zda a dále v textu kurz ruského rublu je k české koruně určen v poměru 2,5 rublů = 1 koruna.

V obchodě „Krasnyj Jar“ bylo celkem porovnáno 7 typů másla, 5 druhů mléka, 6 druhů tvarohu a 5 druhů sýrů. Nejvyšší jednotková cena másla je sledována u Másla „Balahťinskoe razdolje“, jde o cenu ve výši 140 Kč, zatímco nejnižší – u másla „Krasmol“ – 48 Kč. Průměrná jednotková cena másla v uvedeném obchodě je 66,52 Kč. Nejvyšší cena na 100gr je u másla „Prostokvashino“, která činí 32,8Kč/100gr.

Naopak, nejnižší cena na 100gr je pozorována u dvou druhů másla „Krasmol“ a „Krestjanskoe“. Jedná se o cenu 26,6Kč/100gr. Průměrná cena na 100 gr másla v daném obchodě je 28,9 Kč/100gr. Z dostupných informací o původu másla a značek, které ho vyrábějí je jasné, že jde o výrobu na území Ruské federace (není ale známo, zda jde o ruské výrobce). U dvou druhů másla lze říct, že jde o regionální výrobce („Enisejskij standard“ a „Produkcia krasnojarskou kraja“).

Z 5 druhů mléka porovnaných v obchodě „Krasnyj jar“ nejnižší jednotkovou cenu má mléko „Istok“ s cenou 23,12 Kč na jednotku výrobku. Na druhou stranu, nejvyšší jednotkovou cenu - 39,5Kč, má mléko „Domik v derevne“. Průměrná jednotková cena 5 druhů mléka v obchodě „Krasnyj Jar“ je 39,5Kč. Lze předpokládat, že průměrná jednotka mléka je 1 litr, a proto jednotková cena a cena na 100 gramů mléčných výrobků je stejná. Tedy i průměrná cena na 1 litr mléka je stejná a činí 39,5Kč. Jenom u jednoho druhu mléka se podařilo zjistit značku – také jde o „Enisejskij standard“, tj. o regionálního výrobce.

Z celkem 6 druhů tvarohu, který se vyskytuje v obchodě „Krasnyj Jar“, nejnižší jednotkovou cenou – 36 Kč, disponuje výrobek „prostokvashino klasicky“. Nejvyšší jednotková cena (43,9 Kč) je sledována u tvarohu „prostokvashino“. Průměrná jednotková cena tvarohu v obchodě „Krasnyj Jar“ 38,4 Kč. Nejmenší cena na 100gr je u výrobku „prostokvashino klasicky“ – jde o cenu 16,4Kč/100gr. Nejvyšší cena na 100gr tvarohu je 23,03Kč/100gr, a to u tvarohu „domik v derevne“. Průměrná cena na 100gr tvarohu v tomto obchodě činí 18,9 Kč/100gr. Tvarohy, které jsou v obchodě „Krasnyj Jar“ se vyrábějí v Rusku a jejich značka není známa.

V obchodě „Krasnyj Jar“ bylo celkem porovnáno 5 druhů sýrů. Sýr, jehož jednotková cena je nejnižší, se nazývá „Rosijsckij“ a má cenu 100,5 Kč na jednotku. Za sýr s nejvyšší cenou (140,8 Kč) je označován „Belster“. Průměrná jednotková cena sýrů v dotčeném obchodě činí 121,9 Kč. Nejlevnější na 100gr sýr v daném obchodě je „Rosijsckij“, který má cenu 33,5 Kč na 100gr. Nejdražším sýrem dle 100gr (46, 9 Kč) je sýr „Belster“. Průměrná cena sýru za 100gr v obchodě „Krasnyj Jar“ je 40,6 Kč.

Tabulka 2. obchod Komandor (RF)

Název	Jednotková cena	Cena na 100 gr, 1 litr	původ	značky
Maslo belebeevskoje (масло белебеевское)	67,5 Kč	33,75 Kč	RUS	
Maslo Krestjanskoje (Масло крестьянское)	60,7 Kč	30,3 Kč	RUS	Produkcia krasnojarskou kraja
Máslo tri korovi	61,94 Kč	34,4 Kč	RUS	
Máslo rodnoe (масло родное)	56 Kč	28 Kč	RUS	
Máslo Filimonovskoje	45,1 Kč	22,5 Kč	RUS	
Máslo Viola	71,6 Kč	39,78 Kč	RUS	
Máslo prostokvashino	61 Kč	33,89 Kč	RUS	
Máslo veselij molochnik	54,7 Kč	30,4 Kč	RUS	
Máslo domik v derevne	68,62 Kč	38,12 Kč	RUS	
Máslo tradicionoje	49,96 Kč	27,75 Kč	RUS	
Máslo selo rodnoje	51,96 Kč	28,86 Kč	RUS	
Mléko domik v derevne	37,85 Kč	37,85 Kč	RUS	
Mléko domik v derevne otbornoje	25 Kč	25 Kč	RUS	
Mléko Kamarchaga	22,3 Kč	22,3 Kč	RUS	
Mléko Naš Lider	22 Kč	22Kč	RUS	
Mléko prostokvashino	30 Kč	30 Kč	RUS	
Mléko prostokvashino otbornoje	27,96 Kč	27,96 Kč	RUS	
Mléko Istok	21,1 Kč	21,1 Kč	RUS	
Mléko selo rodnoje	20 Kč	20 Kč	RUS	
Mléko Semenishna	27,84 Kč	27,84 Kč	RUS	
Sýr Altajskij	128 Kč	42,6 Kč	RUS	
Sýr Shvecarskij	126,7 Kč	42,2 Kč	RUS	
Sýr Belfor	108 Kč	36 Kč	RUS	
Sýr Belster	142,7 Kč	47, 5 Kč	RUS	
Sýr Rosijsckij	102,7 Kč	34,2 Kč	RUS	
Sýr Smetankovil	103,1 Kč	34,3 Kč	RUS	
Sýr Bilinnij	112, 3 Kč	37,4 Kč	RUS	
Sýr Kupecheskij	83, 57 Kč	27,8 Kč	RUS	
Sýr Suluguni	97, 79 Kč	17,8 Kč	RUS	
Sýr Adygeiskij	81, 5 Kč	18,69 Kč	RUS	
Sýr Natura	72,3 Kč	36,15 Kč	RUS	
Sýr Oltermanni	100,7 Kč	50,35 Kč	RUS	
Sýr Golandskij	40 Kč	31,2 Kč	RUS	
Tvaroh prostokvashino	47,5 Kč	19 Kč	RUS	
Tvaroh Semenishna	42 Kč	16,8 Kč	RUS	
Tvaroh Selo rodnoje	36 Kč	14,3 Kč	RUS	
Tvaroh Enisej	40 Kč	16 Kč	RUS	
Tvaroh Domik v derevne	38 Kč	15 Kč	RUS	

Zdroj: Vlastní úprava

V obchodě „Komandor“ bylo uskutečněno porovnání 11 druhů másla, 9 značek mléka, 5 typů tvarohu a 13 druhů sýrů. Jenom je jednoho druhu másla – „Krestjanskoje“ je znám výrobce – jde o regionálního výrobce původem z Krajského kraje. Ze všech druhů másla, nejnižší cenu má maslo „Filimonovskoje“, jehož jednotková cena je 45,1 Kč, zatímco nejdražším je maslo „Viola“ s cenou 71,6 Kč. Průměrná jednotková cena másla v obchodě

„Komandor“ činí 59 Kč. Ve výpočtu na 100gr, nejnižší cenou se vyznačuje také máslo „Filimonovskoje“, které má cenu 22,5 Kč. Nejvyšší cena na 100gr je sledována u másla „Maslo Viola“ (tato cena je 39,78 Kč). Průměrná cena másla na 100gr v daném obchodě je 31,6 Kč.

Z 9 druhů mléka, nejnižší jednotkovou cenu má mléko „Selo rodnoje“ (cena 20 Kč). Na druhou stranu, nejvyšší jednotková cena je sledována u mléka „Domik v derevne“ – jeho cena je 37,85 Kč. Cena na 1 litr je stejná s jednotkovou cenou, protože 1 jednotka mléka obsahuje 1 litr.

Tabulka 3. obchod Magnit (RF)

Název	Jednotková cena	Cena na 100 gr, 1 litr	původ	značky
Máslo brest-litovsk	51,9 Kč	28,83 Kč	BLR	
Máslo Rovenki	47,9 Kč	26,64 Kč	RUS	
Máslo krestjanskoje	56,8 Kč	31,5 Kč	RUS	Produkcia krasnojarskogo kraja
Máslo Semenishna	39,6 Kč	22 Kč	RUS	
Máslo Filimonovskoje	37,9 Kč	21 Kč	RUS	
Máslo Viola	60 Kč	33,3 Kč	RUS	
Máslo prostokvashino	42 Kč	23,3 Kč	RUS	
Máslo veselij molochnik	50 Kč	24,9 Kč	RUS	
Máslo smetanin	31,6 Kč	17,3 Kč	RUS	
Máslo tri korvi	58,8 Kč	32,67 Kč	RUS	
Máslo domik v derevne	64 Kč	35,5 Kč	RUS	
Máslo derevenskoje	21,96 Kč	4,39	RUS	
Máslo Čujskij	83,9 Kč	21 Kč	RUS	Altaj
Mléko dlja vsej semji	30,36 Kč	30,36 Kč	RUS	
Mléko domik v derevne otbornoje	26,8 Kč	26,8 Kč	RUS	
Mléko Kamarchaga	22,3 Kč	22,3 Kč	RUS	
Mléko Mlada	12 Kč	12 Kč	RUS	
Mléko prostokvashino	28,76 Kč	28,76 Kč	RUS	
Mléko prostokvashino otbornoje	22,87 Kč	22,87 Kč	RUS	
MlékoIstok	20 Kč	20 Kč	RUS	
MlékoBeloe zoloto	25,56 Kč	25,56Kč	RUS	Produkcia krasnojarskou kraja
Mléko Altajskaja Burenka	27,16 Kč	27,16 Kč	RUS	
Mléko Semenishna	24,76 Kč	24,76 Kč	RUS	
Sýr Kupecheskij	79,96 Kč	26,65 Kč	RUS	
Sýr Caprette	248,36 Kč	124,1 Kč	RUS	
Sýr Rosijsckij (Сыр Российский)	91,96 Kč	30,65 Kč	RUS	
Sýr brest litovsk vyderzhaniij	127,96 Kč	63,98 Kč	BLR	
Sýr brest litovsk	43,6 Kč	20,76 Kč	BLR	
Sýr Parmezan Dolce Grantto	106,6 Kč	39,48 Kč	RUS	
Sýr Tilziter Тильзитер	71,96 Kč	23,9 Kč	RUS	
Sýr Masdam	91,96 Kč	38,31 Kč	RUS	
Sýr Kostromskoj	39,96 Kč	26,64 Kč	RUS	
Sýr Tysacha Ozer (тысяча озер)	41,96 Kč	35,1 Kč	RUS	
Sýr Edam	75,96 Kč	30,38 Kč	RUS	

Tvaroh prostokvashino	39,6 Kč	22 Kč	RUS	
Tvaroh tradicija	40 Kč	12,78 Kč	RUS	
Tvaroh Lakt	30 Kč	12 Kč	RUS	
Tvaroh Skazka	29,56 Kč	12,82 Kč	RUS	
Tvaroh Balans	32 Kč	12,78 Kč	RUS	

Zdroj: Vlastní úprava

Obchod „Magnit“ nabízí 13 druhů másla, 10 druhů mléka, 5 značek tvarohu a 11 druhů sýra. Ze všech nabízených druhů výrobků, původ mimo Rusko je zjištěn u másla „Brest-litovsk“ a 2 sýrů – „Brest litovsk“ a „Brest litovsk vyderzhaniy“, které jsou běloruskými výrobky. Původ mimo region (Krasnojarský kraj), ale v rámci Ruské federace je zjištěn u másla „Čujskij“, které pochází z Altaje. V jiných případech jde buď o regionální produkci, anebo o ruské výrobky bez určené značky.

Ze všech 13 druhů másla, nejnižší jednotková cena je zjištěna u másla „Derevenskoje“ (jeho cena je 21,96 Kč), zatímco výrobkem s nejvyšší cenou je máslo „Čujskij“, jehož cena je 83,9 Kč. Průměrná jednotková cena 13 druhů másla činí 49,72 Kč. Nejnižší cena na 100gr je sledována v případě másla „Derevenskoje“ – jde o cenu 4,39 na 100gr. Nejvyšší cena másla na 100gr v obchodě „Magnit“ je „Maslo domik v derevne“, které disponuje cenou 35,5 Kč na 100gr. Průměrná cena másla na na 100gr v tomto obchodě je 24,8 Kč.

Z 10 různých druhů mléka, nejnižší jednotkovou cenu má mléko „Mlada“, které má cenu 12 Kč. Nejvyšší cenu na 1 jednotku má mléko „Dlja vsej semji“ (jeho cena je 30,36 Kč). Průměrná jednotková cena mléka v obchodě „Magnit“ je vypočtená na 24,06 Kč. Jednotková cena mléka a jeho cena na 1 litr jsou jako v předchozích případech totožné.

Z 11 značek sýra v zmíněném obchodě jednotkově nejdražším je „Caprette“, který má cenu 248,36 Kč, zatímco tím nejlevnějším z pohledu 1 jednotky – „Kostromskoj“ (jeho cena je 39,96 Kč). Z nabízených v tabulce 3 údajů lze konstatovat, že průměrná jednotková cena všech sýrů je 97,5 Kč. V přepočtu na cenu na 100gr, za nejlevnější lze označit sýr „Kostromskoj“, který má cenu 26,64 Kč, zatímco tím nejdražším je sýr „Caprette“, který stojí 124,1 Kč. Průměrná cena všech druhů sýrů, přepočtená na 100gr je v dotčeném obchodě určována na 46 Kč.

Z celkových 5 značek tvarohu v obchodě „Magnit“, nejnižší cenu (29,56 Kč) má tvaroh „Skazka“, zatímco nejvyšší – tvaroh „Tradicija“, jehož cena je 40 Kč. Průměrná jednotková cena všech druhů tvarohu činí 34,2 Kč. Nejnižší cenou v přepočtu na 100gr disponuje tvaroh „Lakt“, který stojí 12 Kč. Z celé škály nabízených tvarohů, nejdražším na

100gr výrobku je tvaroh „Tvorog prostokvashino“, jehož cena činí 22 Kč. Průměrná cena tvarohu na 100gr v obchodě „Magnit“ činí 14,5 Kč.

Tabulka 4. obchod Billa (ČR)

Název	Jednotková cena	Cena na 100gr, 1 litr	původ	značky
Čerstvé mléko Kunin 1,5%	27,9 Kč		ČR	Česka potravina
Čerstvé mléko PET 1,55%	23,9 Kč		ČR	
Čerstvé mléko sklo 3,5%	31,9 Kč		ČR	
Čerstvé mléko sklo 1,5%	28,9 Kč		ČR	
Olešnický tvaroh jemný	32,9 Kč	13,16	ČR	Klasa, česká potravina
Tvaroh tvrdý na strouhání	36,9	14,76	ČR	
Jaroměřický tvaroh jemný	27,9 Kč	11,6	ČR	
Jaroměřický tvaroh tvrdý na strouhání	36,9 Kč	14,76	ČR	
Tvaroh delacto	31,9 Kč	12,76	ČR	
Meggle	32,9 Kč	13,16	ČR	
Tvaroh Sedlčanský	24,9 Kč	19,92	ČR	
Old Amsterdam	119,9 Kč	79,93	NL	
Cheddar Mld red	99,9 Kč	49,95	UK	
Emmental Entremont	69,9 Kč	27,96	FR	
Emmental Cantorell	79,9 Kč	36,31	FR	
Krolewski	79,9 Kč	39,95	PL	
Cheddar	54,9 Kč	27,45	NL	
Madeland	32,9 Kč	32,9	ČR	Česka potravina, klasa
Classic Milkana	39,9 Kč	39,9	FR	
Leerdammer	39,9 Kč	39,9	NL	
Leerdammer Lightlife	62,9 Kč	39,31	NL	
Leerdammer Caractere	39,9 Kč	39,9	NL	
Eidam 45%	25,9 Kč	25,9	ČR	
Primator	31,9 Kč	31,9	ČR	Klasa, česká potravina
Eidam 30%	19,9 Kč	19,9 Kč	ČR	Česka potravina, klasa
Billa emmental 45%	27,9 Kč	27,9 Kč	ČR	
Oštiepok	44,9 Kč	44,9 Kč	ČR	
Bergkase Bio	54,9 Kč	43,92 Kč	Něm	
Gran Moravia	64,9 Kč	64,9 Kč		
Gran Moravia Jihočeský 45%	29,9 Kč	29,9 Kč	ČR	
Eidam uzený	22,9 Kč	22,9 Kč	ČR	
Clever Eidam 45%	17,9 Kč	17,9 Kč	ČR	
Eidam 20%	27,9 Kč	27,9 Kč	ČR	Česka potravina
Lipanek	32,9 Kč	32,9 Kč	ČR	Česka potravina
Moravský Bochnik	32,9 Kč	32,9 Kč	ČR	Česka potravina
Tylžský sýr uzený	29,9 Kč	29,9 Kč	ČR	Česka potravina
Sýr Krolewski L'casei	59,9 Kč	59,9 Kč	ČR	
President Ovčí sýr			ES	
Pecorino Romano Dop			IT	Chráněné označení původu
Parmigiano Reggiano			IT	Chráněné označení původu
Alnatura			Něm	Chráněné označení původu
Maslo Jihočeské	29,9 Kč	23,92Kč	ČR	Česka potravina, klasa
Maslo Olešnické	31,9 Kč	25,52 Kč	ČR	Česka potravina, klasa
Maslo Delacto	36,9 Kč	29,52 Kč	ČR	
Maslo 82%	39,9 Kč	15,96 Kč	Nem	
Madeta	59,9 Kč	23,96 Kč	ČR	Česka potravina
Maslo milkpol	39,9 Kč	15,9 Kč	ČR	32
Maslo Polabské čerstvé	43,9 Kč	17,56 Kč	ČR	Česka potravina
Bio maslo	54,9 Kč	36,6 Kč	ČR	Biopotravina

Zdroj: Vlastní úprava

porovnaných v obchodě „Billa“ na území ČR se vyskytuje 6 výrobců (mimo Českou republiku): Itálie, Francie, Velká Británie, Nizozemsko, Německo. Polsko a Španělsko.

Z 8 druhů másla zastoupených v obchodě Billa, jednotkově nejlevnějším je maslo „Máslu Jihočeské“ (29,9 Kč), zatímco nejdražším máslem je maslo „Madeta“, které stojí 59 Kč za jednotku výrobku. Průměrná cena jednotky másla v tomto obchodě je 42,15 Kč. V přepočtu na 100gr, nejmenší cenu má maslo „Maslo milkpol“ (15,9 Kč), zatímco tu nevyšší – maslo „Bio“, které stojí 36,6 Kč. Průměrná cena za 100gr másla v obchodě „Billa“ činí 23,6 Kč.

Ze všech 4 druhů mléka, nejnižší jednotkovou cenu – 23,9 Kč má mléko „Čerstvé mléko PET 1,55%“, přičemž nejvyšší cena - 31,9 Kč, je sledována u mléka „Čerstvé mléko sklo 3,5%“. Průměrná jednotková cena mléka v obchodě „Billa“ je 28,15 Kč. Cena na 1 litr mléka je stejná s jeho jednotkovou cenou, protože 1 jednotka mléčného výrobků činí 1 litr.

Nejlevnějším druhem tvarohu je tvaroh „Tvaroh Sedlčanský“, který stojí 24,9 Kč za jednotku, zatímco nejdražším tvarohem je „Jaroměřický tvaroh tvrdý na strouhání“ a „Tvaroh tvrdý na strouhání“ – oba tvarohy stojí stejně (36,9 Kč). Průměrná jednotková cena tvarohu činí 32 Kč. Cena tvarohu vypočtená na 100gr je nejnižší u tvarohu „Jaroměřický tvaroh jemný“, které stojí 11,6 Kč, zatímco nejvyšší u druhu tvarohu „Tvaroh Sedlčanský“, jehož cena je 19,92 Kč. Průměrná cena tvarohu na 100gr v daném obchodě se pohybuje na úrovni 14,3 Kč.

Z 30 různých druhů sýrů, které jsou porovnány v obchodě „Billa“, jednotkově nejlevnější je sýr „Clever Eidam 45%“, který je prodáván za cenu 17,9 Kč. Naopak jednotkově nejdražším sýrem je sýr „Old Amsterdam“ s cenou 119,9 Kč. Průměrná jednotková cena 30 druhů sýrů v obchodě „Billa“ činí 41,5 Kč. Nejnižší cenu vypočtenou na 100gr výrobků, má také sýr „Clever Eidam 45%“, který stojí 17,9 Kč za 100gr. Největší cenu na 100gr má sýr „Old Amsterdam“ (jeho cena je 79,93 Kč). Průměrná cena 30 druhů sýrů na 100gr je 32,3 Kč.

Tabulka 5. obchod Albert (ČR)

Název	Jednotková cena	Cena na 100 gr, 1 litr	původ	značky
Maslo	44,9	17,96	ČR	
Madeta	59,9 Kč	23,96 Kč	ČR	Česka potravina
Česká chuť maslo	59,9 Kč	23,96	ČR	

Maslo Farmářské	52,9 Kč	26,45	ČR	
Maslo Free From Albert	29,9 Kč	17,09 Kč	ČR	
Sýr Sedlčanský	35,9 Kč	35,9 Kč	ČR	
Niva Madeta	29,9 Kč	27,18 Kč	ČR	Česka potravina, Chráněné zeměpisné označení
Krolewski	32,9 Kč	32,9	PL	
Gouda Mladá	54,9 Kč	28,89 Kč	ČR	
Gouda stará 48%	74,9 Kč	39,42 Kč	ČR	
Gouda Uleželá 48%	74,9 Kč	39,42 Kč	ČR	
Sýr GranMoravia	59,9 Kč	59,9 Kč	ČR	
Leerdammer	39,9 Kč	39,9 Kč	ČR	
Vrchár	42,9 Kč	42,9 Kč	ČR	
Madeland	32,9 Kč	32,9 Kč	ČR	
Moravský Bochnik	30,9 Kč	30,9 Kč	ČR	
Eidam 20%	24,9 Kč	24,9 Kč	ČR	
Plakken	99,9 Kč	24,97 Kč	ČR	
Cheddar President	42,9 Kč	42,9 Kč	ČR	
President Maasdamer	37,9 Kč	37,9 Kč	ČR	
President Gouda	37,9 Kč	37,9 Kč	ČR	
Eidam 30%	19,9 Kč	19,9 Kč	ČR	
Selský Tvaroh	23,9 Kč	9,56 Kč	ČR	
Olešnický tvaroh jemný	28,9 Kč	11,56 Kč	ČR	Klasa
Tvaroh měkký	28,9 Kč	11,56 Kč	ČR	
Tvaroh sedlčanský na strouhání	21,9 Kč	11,92 Kč	ČR	
Mléko Nature's Promise	28,9 Kč	28,9 Kč	ČR	
Bio Mléko Olma	28,9 Kč	28,9 Kč	ČR	
Bio Mléko Albert	20,9 Kč	20,9	ČR	
Mléko čerstvé	27,9 Kč	27,9 Kč	ČR	
Mléko Selské Kunin	34,9 Kč	34,9 Kč	ČR	Česka potravina
Mléko Jihočeské	22,9 Kč	22,9 Kč	ČR	Česka potravina
Mléko Česká Chut'	17,9 Kč	17,9 Kč	ČR	Česka potravina
Mléko Olma	23,9 Kč	23,9 Kč	ČR	
Polotučné čerstvé mléko	16,9 Kč	16,9 Kč		

Zdroj: Vlastní úprava

V obchodě „Albert“ se provádí porovnání mezi 5 druhy másla, 9 typů mléka, 4 typy tvarohu a 17 druhů sýrů. 5 výrobků má označení „Česká potravina“ (jednou také i „Chráněné zeměpisné označení“) a značku Klasa. Kromě ČR v obchodě „Albert“ mezi porovnané výrobky jsou zastoupeny i výrobky z Polska. Ze všech druhů másla, nejnižší jednotková cena je sledována u másla „Maslo Free From Albert“ (jeho cena je 29,9 Kč). Nejvyšší jednotková cena je u másla „Česká chuť maslo“ a „Madeta“ – cena těchto druhů másla je 59,9 Kč. Průměrná jednotková cena másla je 49,5 Kč.

Nejnižší cena másla za 100gr je u másla „Maslo Free From Albert“ (toto maslo stojí 17,09 Kč), zatímco ta nejvyšší – u stejných druhů jako v případě jednotkově nejdražšího

másla („Česká chuť maslo“ a „Madeta“), jejichž cena na 100gr činí 23,96 Kč. Průměrná cena másla na 100gr v „Albertu“ je 21,9 Kč.

Z 9 druhů mléka, které byly porovnány, vyplývá, že nejlevnější z hlediska jednotky je „Polotučné čerstvé mléko“, které stojí 16,9 Kč, ale to nejdražší – mléko „Mléko Selské Kunin“ disponující cenou 34,9 Kč za jednotku. Průměrná cena jednotky mléka v obchodě „Albert“ činí 24,8 Kč, přičemž stejnou je i cena za 1 litr mléka.

Mezi 4 druhy tvarohu jednotkově nejlevnějším je „Tvaroh sedlčanský na strouhání“, který stojí 21,9 Kč, zatímco těmi nejdražšími – tvarohy „Olešnický tvaroh jemný“ a „Tvaroh měkký“, jejichž cena je 28,9 Kč. Průměrná cena 4 druhů tvarohu činí 25,9 Kč za jednotku. V přepočtu na 100 gramů, nejlevnějším tvarohem je „Selský Tvaroh“, který stojí 9,56 Kč, ale tím nejdražším – „Tvaroh sedlčanský na strouhání“, který stojí 11,92 Kč. Průměrná cena tvarohu v přepočtu na 100 gramů činí v „Albertu“ 11,15 Kč.

Ze všech typů sýrů, které byly porovnány v „Albertu“, nejnižší jednotkovou cenu má sýr „Eidam 30%“, který stojí 19,9 Kč, ale tu nejvyšší jednotkovou cenu – sýr „Plakken“ (jde o cenu 99,9 Kč). Průměrná jednotková cena uvedených sýrů v „Albertu“ je 41,2 Kč. Cena sýrů vypočtená na 100 gramů je nejnižší u „Eidamu 30%“ (19,9 Kč), zatímco nejvyšší - u sýru „Sýr GranMoravia“, který stojí 59,9 Kč za 100 gramů. Průměrná cena daných sýrů v přepočtu na 100 gramů je 35,2 Kč.

Tabulka 6. obchod Penny market (ČR)

Název	Jednotková cena	Cena na 100 gr, 1 litr	původ	značky
LeerDammer	39,9 Kč	39,9 Kč	ČR	
Sýr Niva	29,9 Kč	27,18 Kč	ČR	Česka potravina
Madeta Madeland	32,9 Kč	32,9 Kč	ČR	Česka potravina
Tylžský sýr	29,9 Kč	29,9 Kč	ČR	
Leerdammer original	39,9 Kč	39,9 Kč	ČR	
Grana Padano	79,9 Kč	39,95 Kč	IT	Chráněné označení původu
Sýr Horácký s oky	29,9 Kč	29,9 Kč	ČR	
Farmářský uzený sýr	29,9 Kč	29,9 Kč	ČR	Česka potravina
Krolewski	31,9 Kč	31,9 Kč	PL	
Emmentaler 45%	29,9 Kč	19,93 Kč	CH	
Gouda 48% Boni	25,9 Kč	25,9 Kč	ČR	
Sýr Eidam 30%	15,9 Kč	15,9 Kč	ČR	Česka potravina, klasa
Sýr Eidam 45%	24,9 Kč	24,9 Kč	ČR	Česka potravina
Maslo Olma 82%	28,9 Kč	23,12 Kč	ČR	Česka potravina
Maslo	39,9	15,96	ČR	
Maslo jihočeské	52,9 Kč	21,16 Kč	ČR	Česka potravina
Maslo Tatra	49,9 Kč	24,95 Kč	ČR	

Boni Tvaroh	17,9 Kč	7,16 Kč	ČR	
Tvaroh měkký tradiční	24,9 Kč	9,96 Kč	ČR	Česka potravina
Tvaroh tvrdý na strouhání	21,9 Kč	21,9 Kč	ČR	Česka potravina
Mléko Farmářské	25,9 Kč	25,9 Kč	ČR	Česka potravina
Mléko Selské Kunin	28,9 Kč	28,9 Kč	ČR	Česka potravina
Mléko Acidofilní	21,9 Kč	21,9 Kč	ČR	Česka potravina

Zdroj: Vlastní úprava

V obchodě „Penny Market“ se provádí komparace 4 druhů másla, 3 druhů mléka, 3 značky tvarohu a 13 druhů sýrů. 12 výrobků v obchodě má označení „Česká potravina“ (včetně jednoho dvojitého označení – „Česká potravina“ a také „Klasa“) a 1 značku chráněné označení původu. Společně s výrobky z ČR, v tomto obchodě jsou zastoupeny výrobky z Itálie, Polska a Švýcarska.

Nejlevnějším z hlediska jednotky máslem je „Máslo Olma 82%“, které stojí 28,9 Kč, zatímco nejdražším je „Máslo jihočeské“ – jeho cena je 52,9 Kč. Průměrná jednotková cena másla je 42,9 Kč. Máslem, které je nejlevnější z pohledu ceny na 100 gramů, je „Máslo“, jehož cena je 15,96 Kč. Nejdražším máslem z hlediska ceny na 100gr je „Máslo Tatra“ s cenou 24,95 Kč. Průměrná cena másla na 100 gramů je 21,3 Kč.

Další skupinou výrobků je mléko, které má stejnou jak jednotkovou cenu, tak i cenu na 100gr. Nejnižší cenou mléka je 21,9 Kč („Mléko Acidofilní“), zatímco nejvyšší cenu má „Mléko Selské Kunin“, které stojí 28,9 Kč. Průměrná cena mléka v obchodě „Penny Market“ činí 25,6 Kč.

Z 3 porovnaných druhů tvarohů, nejnižší cenu má tvaroh „Boni Tvaroh“, jehož jednotková cena je 17,9 Kč. Nejdražším druhem tvarohu je „Tvaroh měkký tradiční“, který se prodává za 24,9 Kč. Průměrná jednotková cena tvarohu je 21,6 Kč. Nejnižší cenou v přepočtu na 100gr se vyznačuje tvaroh „Boni Tvaroh“, který je prodáván za 7,16 Kč, zatímco tu nejvyšší cenu na 100gr má „Tvaroh tvrdý na strouhání“, jehož cena je 21,9 Kč. Průměrná cena na 100 gramů tvarohu v uvedeném obchodě je 13 Kč.

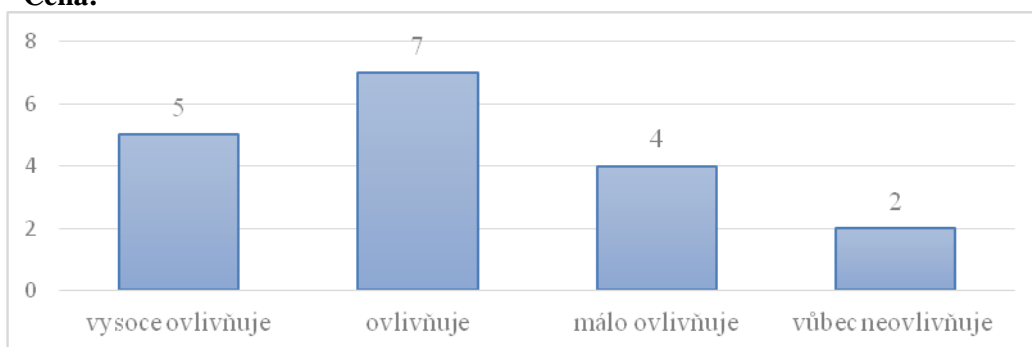
Nejvyšší jednotkovou cenou ze všech daných sýrů disponuje sýr „Grana Padano“, který má cenu 79,9 Kč, zatímco tu nejnižší cenu na 1 jednotku má „Sýr Eidam 30%“, jehož cena je 15,9 Kč. Průměrná cena na 1 jednotku sýru v obchodě „Penny Market“ je 33,9 Kč. Za sýr, který má nejnižší cenu na 100gr lze považovat „Sýr Eidam 30%“ s jeho cenou 15,9 Kč, zatímco sýrem s nejvyšší cenou v přepočtu na 100gr, je sýr „Grana Padano“, který stojí

39,95 Kč za 100 gramů. Průměrná cena na 100 gramů všech porovnaných sýrů v rámci tohoto obchodu je 29,9 Kč.

3.2 Šetření mezi spotřebiteli mléčných výrobků v Ruské Federaci

Diagram 1: Když nakupuje máslo, označte, co Vás ovlivňuje při jeho koupi

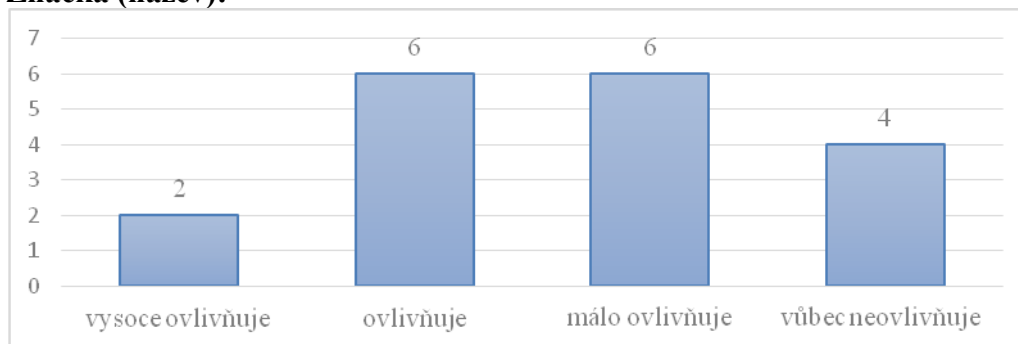
I. Cena:



Zdroj: vlastní úprava

66,6 % všech respondentů odpovědělo, že cena másla je ovlivňuje (buď ovlivňuje, anebo vysoce ovlivňuje) při nákupu, zatímco pro 33,3 % dotázaných cena vliv nemá (málo ovlivňuje a vůbec neovlivňuje).

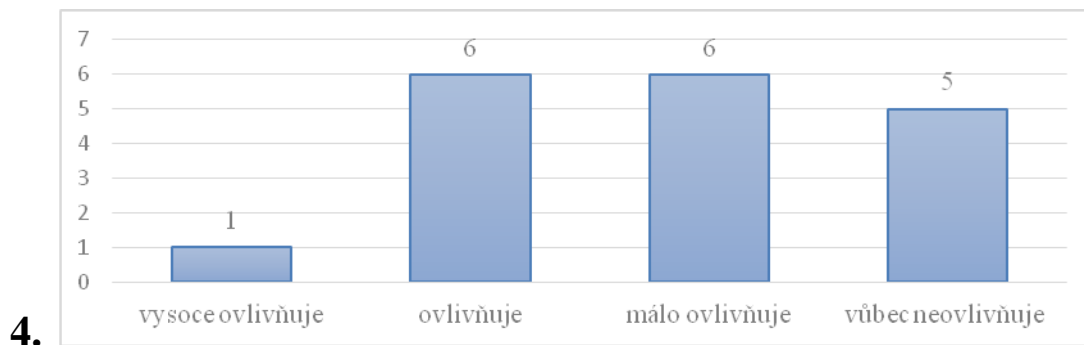
II. Značka (název):



Zdroj: vlastní úprava

44,4 % respondentů je ovlivňováno značkou (názevem) másla, zatímco 55,6 % respondentů nepocítuje význam značky másla při nákupu.

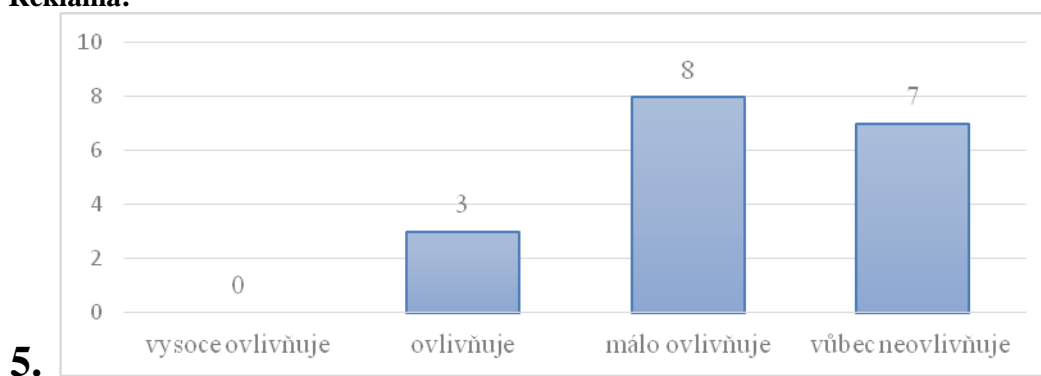
III. Výrobce



Zdroj: vlastní úprava

38,9 % respondentů pocítuje vliv výrobce při koupi másla, přičemž 61,1 % vliv výrobce při nákupu másla nespatřuje.

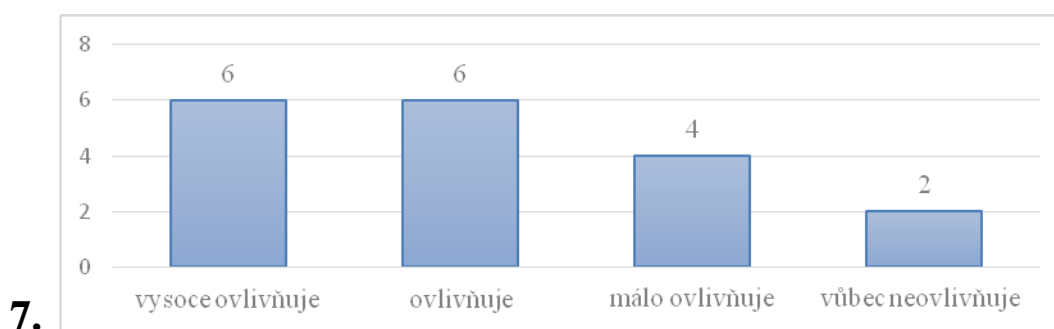
V. Reklama:



Zdroj: vlastní úprava

Vliv reklamy másla je dle respondentů také nepatrný – pouze 16,7 % respondentů vidí v reklamě vliv na jejich rozhodování při koupi másla. Zbytek (83,3 %) nepovažuje vliv reklamy na sebe za důležitý.

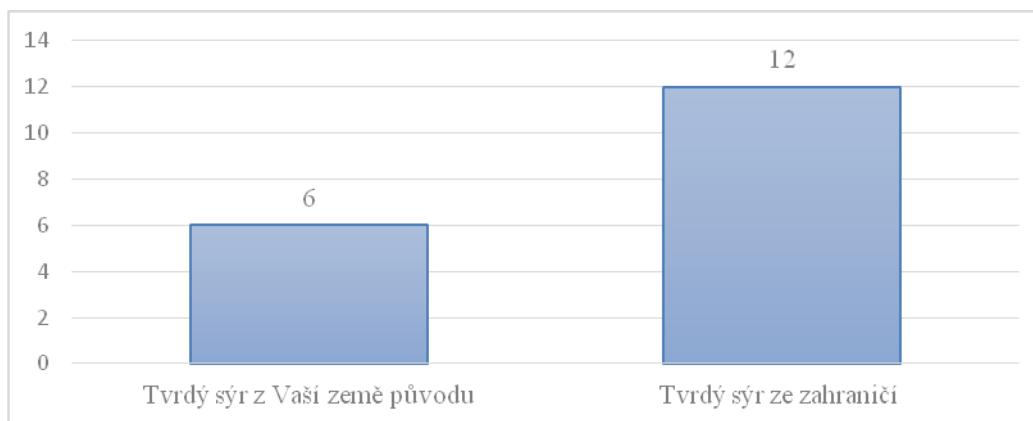
6. Zkušenost s daným produktem:



Zdroj: vlastní úprava

Pro nejvyšší v porovnání s jinými faktory (a stejný jako i cena) počet respondentů - 66,7 % hodnotí zkušenost s daným produktem za významný faktor vlivu na jejich rozhodování o koupi másla.

Diagram 2: Při koupi preferujete (označte jeden)

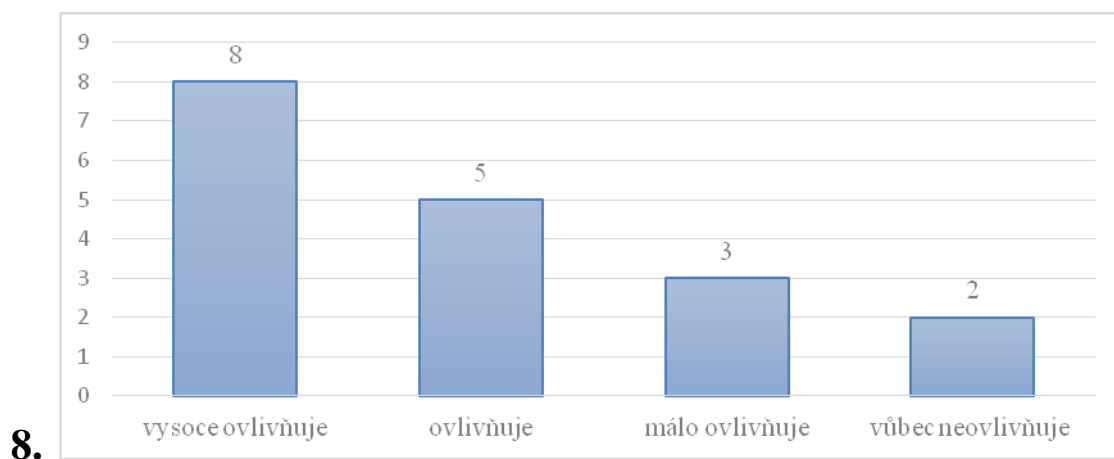


Zdroj: vlastní úprava

Když kupují tvrdý sýr, 66,7 % respondentů preferují sýr ze zahraničí, ale jenom 33,3 % dává přednost tvrdému sýru z vlastní země původu.

Diagram 5: Když nakupuje mléko, označte, co Vás ovlivňuje při jeho koupi

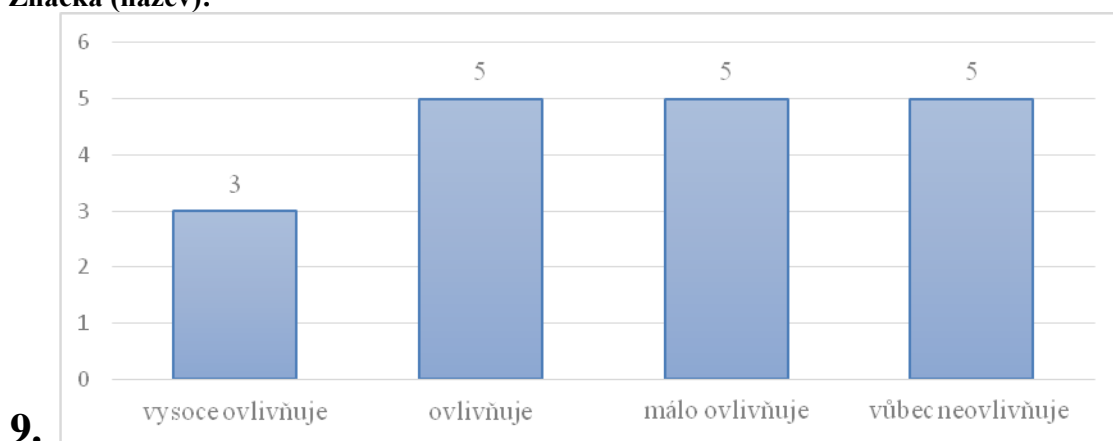
I.Cena:



Zdroj: vlastní úprava

Při nákupu mléka, cena ovlivňuje 72,2 % respondentů, zatímco 27,8 % nepovažují cenu za důležitý faktor při nákupu mléka.

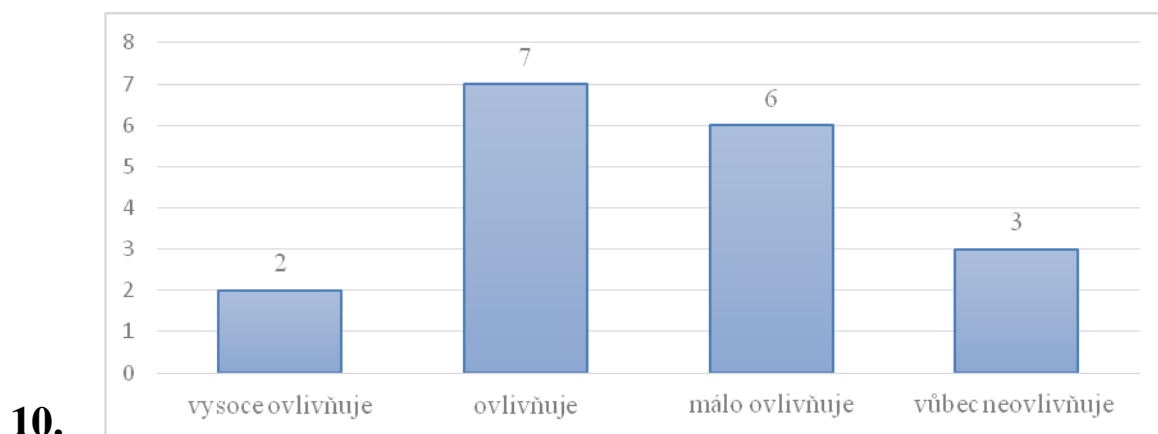
II. Značka (název):



Zdroj: vlastní úprava

Značka (nebo název) při nákupu mléka má vliv jenom pro 44,4 % respondentů, ale pro 55,6 % význam značky je buď malý, anebo vůbec zanedbatelný.

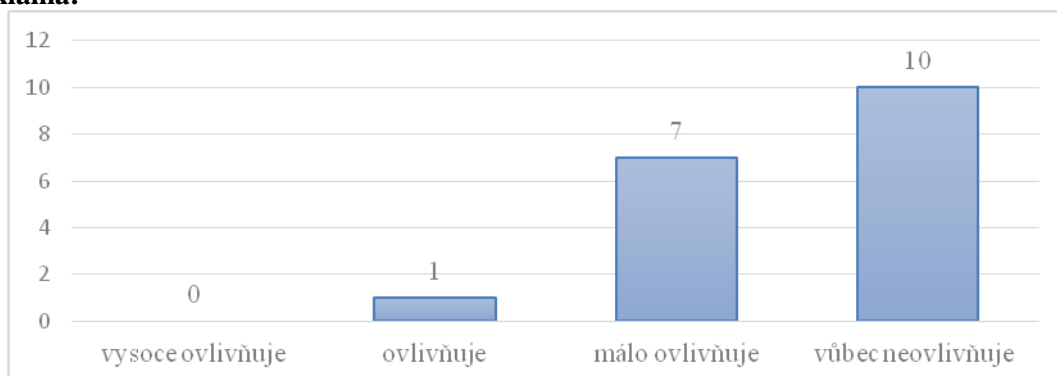
III. Výrobce:



Zdroj: vlastní úprava

Výrobce ovlivňuje přesně 50 % respondentů, zatímco polovina dotázaných lidí ve výrobci jakožto faktorů nákupu nevidí velký význam.

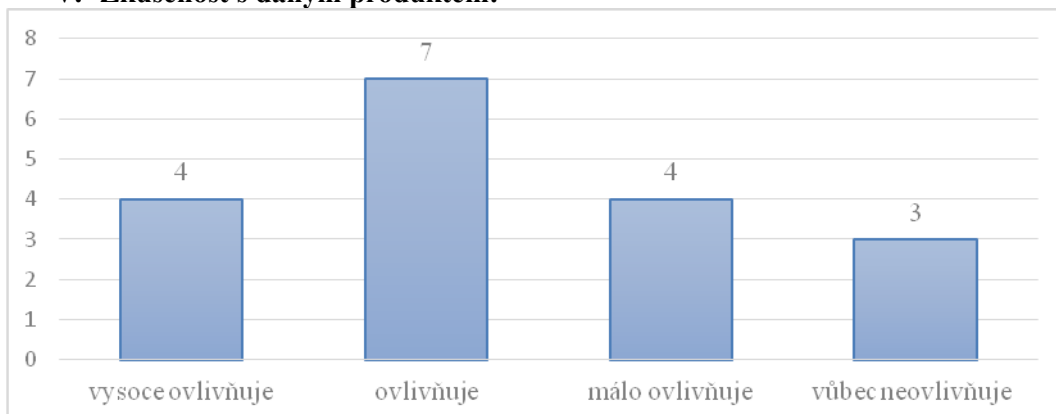
IV. Reklama:



Zdroj: vlastní úprava

Reklama mléka hraje víceméně důležitou roli jenom pro 5,6 % respondentů, zatímco pro 94,4 % reklama mléka není faktorem, ovlivňujícím jejich rozhodování o nákupu.

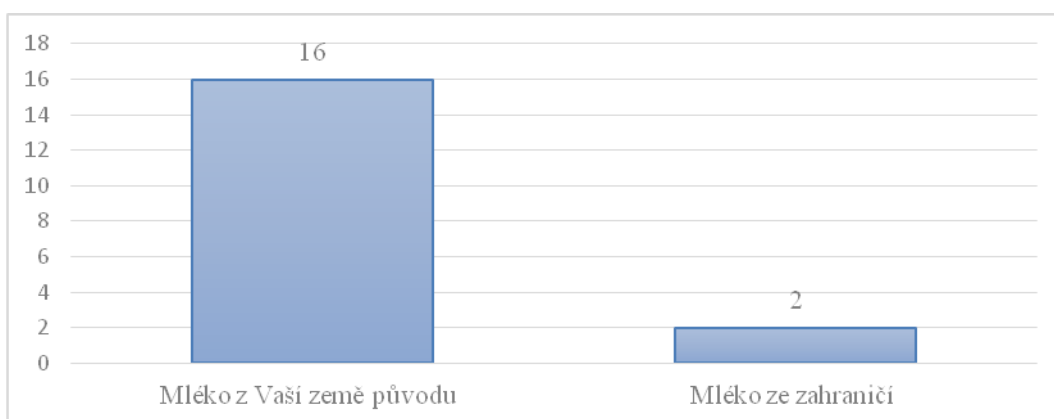
V. Zkušenost s daným produktem:



Zdroj: vlastní úprava

Při nákupu mléka, 61,1 % respondentů vidí větší význam zkušenosti s daným produktem, zatímco 38,9 % dotázaných osob nehodnotí význam této zkušenosti jako podstatný.

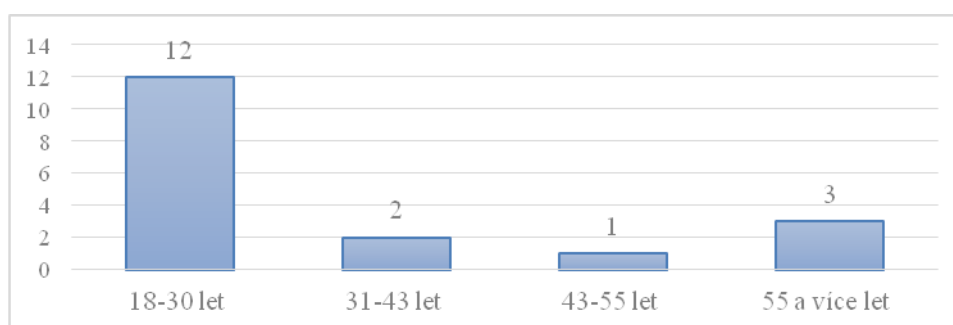
Diagram 6: Při koupi mléka preferujete (označte jeden)



Zdroj: vlastní úprava

Při koupi mléka, 88,9 % respondentů dává přednost mléku ze své země původu, zatímco jenom 11,1 % dotázaných lidí upřednostňuje zahraniční mléko.

Diagram 7: Uveďte Váš Věk:

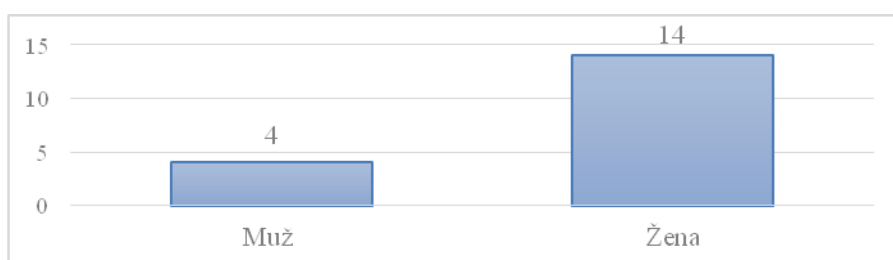


11.

Zdroj: vlastní úprava

66,7 % respondentů je ve věku 18-30 let, zatímco další nejpočetnější skupinou respondentů jsou osoby ve věku 55 a více let, na nichž připadá 16,7 % všech respondentů.

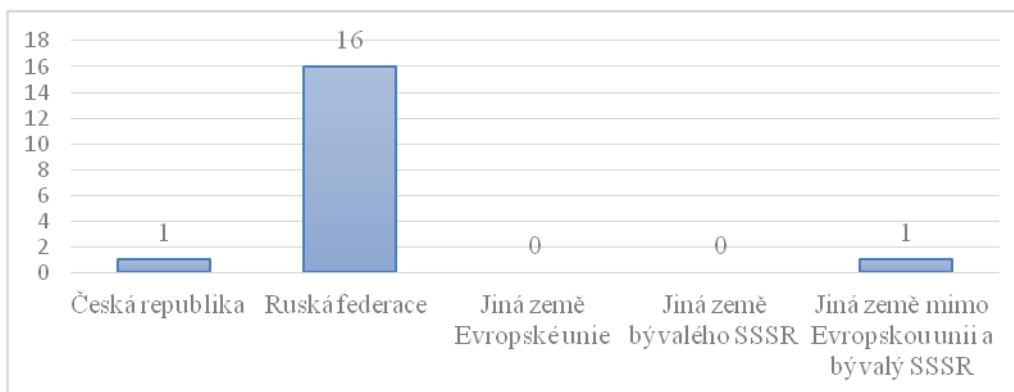
Diagram 8: Uveďte Vaše pohlaví



Zdroj: vlastní úprava

77,8 % respondentů jsou ženy, zatímco jenom 22,2 % respondentů jsou mužského pohlaví.

Diagram 9: Uved'te zemi Vašeho původu



Zdroj: vlastní úprava

88,9 % respondentů pochází z Ruské federace, zatímco 5,6 % - z ČR, a stejný počet z jiné země mimo Evropskou unii a bývalý Sovětský svaz.

Závěr

V rámci inventurního výzkumu mléčných výrobků bylo porovnáno 4 druhů daných výrobků (máslo, mléko, tvaroh a sýry) celkem v 6 obchodech Ruské federace a České republiky (po 3 obchodech v každé z těchto zemí).

Nejnižší jednotková cena másla v Ruské federaci je v obchodě „Magnit“, jehož cena je 21,96 Kč. V ČR jde o máslo, které stojí 28,9 Kč a prodává se v obchodě „Penny Market“. Nejvyšší jednotková cena másla je v RF pozorována v obchodě „Krasnyj Jar“ (jde o máslo s cenou 140 Kč). V České republice jednotkově nejdražším jsou másla, která jsou prodávána v „Albertu“ a stojí 59,9 Kč.

Nejvyšší průměrná jednotková cena másla je v RF pozorována v obchodě „Krasnyj Jar“ – jde o cenu 66,52 Kč, zatímco v ČR jde o máslo, které stojí 59 Kč za jednotku a prodává se v obchodě „Billa“. Nejnižší průměrná jednotková cena másla je na území Ruska v obchodě „Magnit“ (tato cena činí 49,72 Kč). V ČR nejnižší průměrná cena jednotky másla je sledována v obchodě „Billa“ (42,15 Kč).

Nejnižší cenu másla na 100 gramů v Rusku má obchod „Magnit“ – jedná se o máslo, které stojí 4,39 na 100gr. V ČR jde o obchod „Billa“, v němž nejlevnější máslo stojí 15,9 Kč. Nejvyšší cenu másla na 100 gramů v RF má obchod „Krasnyj Jar“, v něm 100gr másla se prodává nejméně za 26,6Kč. Nejvyšší cenu na 100gr má máslo, které stojí 36,6 Kč a

prodává se v „Bille“. Průměrná cena 100 gr másla je v RF nejvyšší v obchodě „Komandor“ (31,6 Kč), zatímco nejnižší – v obchodě „Magnit“ (24,8 Kč). Nejvyšší průměrná cena na 100gr másla je v ČR sledována v obchodě „Billa“ (23,6 Kč), zatímco nejnižší (21,3 Kč) - v obchodě „Penny Market“.

Nejnižší jednotková cena (a také cenu na 1 litr) mléka je v RF sledována v obchodě „Magnit“ (12 Kč), zatímco v Česku – jde o cenu 16,9 Kč, a to v obchodě „Albert“. Nejvyšší cena na 1 jednotku výrobku (a na 1 litr) v RF lze pozorovat v obchodě „Krasnyj jar“ (39,5Kč), na území ČR v tomto případě jde o obchod „Albert“ a cenu 34,9 Kč. Nejvyšší průměrná jednotková cena mléka (a cena na 1 litr) v RF se vyskytuje v obchodě „Krasnyj jar“ (39,5Kč), v ČR – v obchodě „Penny Market“ (25,6 Kč). Naopak, nejnižší průměrná jednotková cena mléka (a cena na 1 litr) je v RF zaznamenána v obchodě „Magnit“ (24,06 Kč), zatímco v ČR – v obchodě „Albert“ (jde o cenu ve výši 24,8 Kč).

Ze všech druhů tvarohů, které byly porovnány ve dvou dotčených zemích, nejnižší jednotkovou cenou v RF disponuje tvaroh v obchodě „Magnit“ (jeho cena je 29,56 Kč), zatímco v ČR – tvaroh v obchodě „Penny Market“ (17,9 Kč). Nejvyšší jednotková cena tvarohu je zaznamenána v Rusku v obchodě „Komandor“ (47,5 Kč) a v ČR v obchodním řetězci „Billa“ (cena tohoto tvarohu je 36,9 Kč).

Nejnižší průměrná jednotková cena tvarohu v Rusku je pozorována v obchodě „Magnit“ (34,2 Kč), zatímco nejnižší cena tvarohu na jednotku je v ČR sledována v obchodě „Penny Market“ (cena daného výrobku je 21,6 Kč). Nejvyšší průměrnou jednotkovou cenu tvarohu v RF lze pozorovat v obchodě „Komandor“ (jde o cenu ve výši 40,7 Kč) a v ČR – v obchodě „Billa“ (32 Kč).

Nejnižší cena tvarohu na 100gr je v Rusku sledována v obchodě „Magnit“ (12 Kč), ale v ČR jde o cenu 7,16 Kč v obchodě „Penny Market“. Na druhou stranu, nejvyšší cena na 100gr tvarohu je v RF zjištěna v obchodě „Krasnyj Jar“ (cena tvarohu je 23,03Kč/100gr). V ČR nejvyšší cena na 100gr tvarohu se vyskytuje v obchodě „Penny Market“ (21,9 Kč). Nejnižší průměrná cena na 100 gramů tvarohu je v Rusku sledována v obchodě „Magnit“ (jde o cenu ve výši 14,5 Kč), zatímco v ČR jde o obchod „Albert“, kde tato cena je 11,15 Kč. Nejvyšší průměrná cena na 100gr výrobku je v Rusku zaznamenána v obchodě „Krasnyj Jar“ (18,9 Kč/100gr), zatímco v ČR – v obchodě „Billa“ (14,3 Kč).

Nejnižší jednotkovou cenu sýru v Rusku lze spatřit v obchodě „Magnit“ (39,96 Kč), zatímco v ČR jde o cenu 15,9 Kč v obchodě „Penny Market“. Naopak, nejvyšší jednotková cena sýru je v Rusku sledována v obchodě „Magnit“ (248,36 Kč). V ČR obchodem, kde je

zaznamenána jednotkově nejnižší cena sýru, je obchod „Billa“ (119,9 Kč). Nejnižší průměrná jednotková cena sýru se v Rusku vyskytuje v obchodě „Magnit“ (97,5 Kč), zatímco v ČR se jedná o cenu ve výši 33,9 Kč, a to v obchodě „Penny Market“. Nejvyšší průměrná jednotková cena sýru je v Ruské federaci zjištěna v obchodě „Krasnyj Jar“ (121,9 Kč), ale v ČR – v obchodě „Billa“ (41,5 Kč).

Nejnižší cena sýru na 100gr je v Rusku zaznamenána v obchodě „Krasnyj Jar“ (33,5 Kč na 100gr), zatímco se v ČR jedná o obchod „Penny Market“ (cena daného sýru je 15,9 Kč). Nejvyšší cena na 100 gramů sýru se v Rusku vyskytuje v obchodě „Magnit“ (cena 100 gramů daného sýru je 124,1 Kč). V ČR nejvyšší cenu 100 gramů má sýr v obchodě „Billa“ (cena sýru je 79,93 Kč). Nejvyšší průměrná cena 100 gramů sýru je v RF sledována v obchodě „Magnit“ (46 Kč), zatímco v ČR nejvyšší průměrná cena se vyskytuje v „Albertu“ (35,2 Kč). Nejnižší průměrná cena 100 gramů sýru je mezi porovnanými obchody Ruska sledována v obchodě „Komandor“ (35,1 Kč). V ČR nejnižší průměrná cena na 100 gramů sýru je zjištěna v obchodě „Billa“ 32,3 Kč.

5. Seznam použitých zdrojů.

ŽÍDEK, Libor. *GLOBALIZACE A SVĚTOVÉ HOSPODÁŘSTVÍ. POLITICKÁ EKONOMIE*. 2009,

KUNEŠOVÁ, Hana. *Světová ekonomika: nové jevy a perspektivy. 2. dopl. a přeprac. vyd.* Praha: C. H. Beck, 2006, xviii, 319 s. ISBN 80-717-9455-4

ROJÍČEK, Marek. *KONKURENCESCHOPNOST OBCHODU ČR V PROCESU GLOBALIZACE. POLITICKÁ EKONOMIE*. 2010

<https://managementmania.com/cs/globalizace-globalni-vesnice>

Globalizace a globální problémy: sborník textů k celouniverzitnímu kurzu "Globalizace a globální problémy" 2005-2007. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006, 312 s. ISBN 80-870-7601-X

CIHELKOVÁ, Eva. *Regionalismus a multilateralismus: základy nového světového obchodního řádu?*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2010, xxvi, 373 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7400-196-3. s. 178.

Globalization of the food Industry, Elizabeth Black, Duben 2016

<https://www.nestle.com/jobs/functions/marketing-sales>

<https://writepass.com/journal/2012/12/what-is-globalization/>

Andrea S.Wiley, Transforming milk in a Global Economy, Časopis American Anthropologist, 2007