

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: Zemědělství

Studijní obor: Trvale udržitelné systémy hospodaření v krajině

Katedra: Katedra krajinného managementu

Bakalářská práce

**SPOTŘEBITELSKÝ TRH S BIOPOTRAVINAMI
V JIHOČESKÉM KRAJI**

Autor bakalářské práce: Marie Sváčková

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.

České Budějovice, 2020

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Zemědělská fakulta

Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Marie SVÁČKOVÁ
Osobní číslo: Z17301
Studijní program: B4131 Zemědělství
Studijní obor: Trvale udržitelné systémy hospodaření v krajině
Téma práce: Spotřebitelský trh s biopotravinami v Jihočeském kraji
Zadávající katedra: Katedra krajinného managementu

Zásady pro vypracování

Bakalářská práce bude zaměřena na spotřebitelský trh biopotravin v Jižních Čechách a s tím související prodej, nákup, distribuce zboží od výrobce či distributora, síť prodejen s biopotravinami, dovoz biopotravin, použití biopotravin jako surovin v kuchyni při přípravě jídla, prodej na farmářských trzích. Definovat a vysvětlit základní pojmy jako jsou ekologické zemědělství, výroba a zpracování biopotravin; vyhledat a poukázat na nejvíce nakupované skupiny biopotravin, způsob a místo nákupu spotřebitelů, pojmenovat problémy trhu. Bude realizována analýza současného stavu trhu biopotravin na regionálním trhu s využitím marketingových metod analýzy trhu a navržena marketingová strategie pro vybranou řadu biopotravin.

Metodický postup:

1. Studium teoretických pojmů řešeného problému.
2. Definice problému a realizace dotazníkového šetření na regionálním trhu.
3. Zpracování dat a jejich interpretace.
4. Závěr a doporučení pro praxi.

Rozsah pracovní zprávy: 30 – 40 stran textu
Rozsah grafických prací: dle potřeby
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam doporučené literatury:

- KOZEL, R. a kol. Moderní marketingový výzkum. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 281 s. ISBN 80-247-0966-X.
VYSEKALOVÁ, J.: Psychologie spotřebitele. Praha: Grada Publishing a.s., 2004. ISBN 80-247-0393-9.
SKOŘEPA, L. a kol. Regionální trh potravin. 1. vydání, Nakladatelství JIH, České Budějovice, 2009. 235 s. ISBN 978-80-86266-18-3
MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing. Příručka ekologického zemědělce. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2002, 34 s. ISBN 80-7271-111-3
MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů. Skripta ZF JU České Budějovice, 2001, 152 s. ISBN 80-7040-526-0
ŠARAPATKA, B., URBAN, J. Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi II. díl. Šumperk: PRO – BIO Svaz ekologických zemědělců ve spolupráci s Ministerstvem životního prostředí ČR, 2005. 334 s. ISBN 80-903583-0-6
KADLEC, J., LAČNÁK, V. Zpracování bioproduktů v podmínkách prvovýrobce. Požadavky na bezpečnost výroby, platné předpisy. Olomouc: Bioinstitut, 2006, 32 s. ISBN 80-87080-03-3

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D.
Katedra krajinného managementu

Datum zadání bakalářské práce: 11. března 2019
Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2020

V Českých Budějovicích dne 11. března 2019


prof. Ing. Miloslav Šoch, CSc., dr. h. c.
děkan


doc. Ing. Pavel Ondr, CSc.
vedoucí katedry

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
studijní oddělení
Studentská 1008, 370 05 České Budějovice

L.S.

Abstrakt

Bakalářská práce na téma Spotřebitelský trh s biopotravinami v Jihočeském kraji se zabývá současnou situací na trhu. Cílem práce bylo analyzovat postoj zákazníků k nákupu biopotravin, vyhledat slabou stránku vztahu spotřebitele k biopotravinám, definovat směr úvahy zákazníka o nákupu.

V teoretické části jsou vysvětleny základní pojmy jako ekologické zemědělství, definována je legislativa, oblast označování a certifikace biopotravin, funkce kontrolních společností ekologického zemědělství, výroba a zpracování biopotravin. Výsledky v praktické části jsou vyhodnocením dotazníkového šetření a analýzou dat získaných od respondentů průzkumu. Závěrem jsem vyhodnotila SWOT analýzu a doporučila strategii pro jihočeský trh.

Klíčová slova: biopotravina, Jihočeský kraj, farma, ekologické zemědělství, bioprodukty, GMO, zpracování produkce, welfare zvířat, trh

Abstract

The topic of this bachelor's thesis is "The Consumer Market with Organic Food in the South Bohemian Region" and it deals with the current market situation. The goal of this thesis is to analyse customer's approach to shopping of organic food, also looking for the weakest side of customer-organic food relationship and to define the direction how the customers think of the purchase.

The theoretical part explains the basic concepts such as organic farming, defines legislation in labelling requirements and certification of organic food, the functions of organic farming control companies and production and processing of organic food. The results in the practical part were achieved by evaluation of a questionnaire survey and data analysis from the respondent's survey. Finally, the author suggests recommendations based on data analysis from the obtained information.

Keywords: organic food, South Bohemian region, farm, organic farming, organic products, GMO, production process, animal welfare, market

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: **Spotřebitelský trh s biopotraviny v Jihočeském kraji** vypracovala samostatně na základě vlastního dotazníkového šetření a materiálů uvedených v seznamu použité literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby touto elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum:..... Podpis studenta:.....

Poděkování

Tímto chci poděkovat vedoucímu své bakalářské práce doc. Ing. Ladislavu Skořepovi, Ph.D. za cenné rady při psaní mé bakalářské práce. Dále patří poděkování všem osloveným respondentům z Jihočeského kraje, kteří se zúčastnili dotazníkové šetření a pravdivě a se zájmem zodpovídali otázky.

Obsah

1. Úvod	10
2. Literární přehled	11
2.1 Ekologické zemědělství	11
2.1.1 Definice	11
2.1.2 Cíle a principy	11
2.1.3 Právní předpisy	12
2.1.4 Struktura ekologického zemědělství	12
2.2 Biopotravina	13
2.2.1 Značení biopotravin.....	13
2.2.2 Státní kontrolní orgány ekologické produkce	14
2.2.3 Kontrolní a certifikační organizace	15
2.2.4 Výroba a zpracování biopotravin	15
3. Materiál a metody	17
3.1 Cíl práce	17
3.2 Makroekonomická situace regionu	17
3.3 Volba výzkumné metody	18
4. Výsledky a diskuze	20
4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření	20
4.1.1 Vyhodnocení otázek vztahujících se k nákupu biopotravin	20
4.1.2 Vyhodnocení otázek určené pro respondenty, jež biopotraviny nekupují	27
4.1.3 Vyhodnocení identifikačních otázek	28
4.2 SWOT analýza	31
5. Závěr	32

5.1	Návrh marketingové strategie pro konkrétní kategorii biopotravin	32
6.	Seznam literatury a zdroje	34
6.1	Literární zdroje	34
6.2	Legislativa	34
6.3	Elektronické zdroje	35
7.	Přílohy	36
7.1	Seznam použitých zkratk	36
7.2	Seznam obrázků	36
7.3	Seznam tabulek	36
7.4	Seznam grafů	36
7.5	Dotazník	38

1. Úvod

Po roce 1989 k nám ze západních zemí Evropy, díky otevření státních hranic, začaly proudit nové informace, se kterými se většina obyvatel setkávala zcela poprvé. Tak se naše společnost dozvíдалa i o šetrnějších způsobech nakládání s životním prostředím, jež nás obklopuje. Dozvídali jsme se o tom, jak lidé více přemýšlejí o trvale udržitelném rozvoji, jak více dbají na zdraví a zapojují do svého životního stylu kvalitní potraviny.

Alternativou k výrobkům produkce konvenčního zemědělství se tak i v naší zemi staly biopotraviny. Jejich neoddiskutovatelným přínosem je fakt, že při pěstování, chovu a zpracování surovin na konečný výrobek, není životní prostředí zatěžováno řadou chemických či potenciálně nebezpečných látek. To z nich činí potraviny, které vyhledávají lidé s přesvědčením o důležitosti ochrany přírody; lidé, kteří jsou ochotni a finančně schopni podpořit ekologické zemědělství; lidé, kteří rádi uvažují a jednají mimo mainstreamovou vlnu; lidé, kteří jsou přesvědčeni o vlivu skladby jídelníčku na současný trend rozvoje mnoha civilizačních chorob a celkového zdraví společnosti obecně.

Proto mne téma biopotravín zajímá a věnovala jsem se mu ve své bakalářské práci.

2. Literární přehled

2.1 Ekologické zemědělství

2.1.1 Definice

Ekologické zemědělství představuje způsob hospodaření na zemědělské půdě s ohledem na jeho dopady na životní prostředí. Zároveň je protikladem intenzivního způsobu hospodaření a využití zemědělské půdy a jeho snahou je také zachování co největší druhové biodiverzity. Toho dosahuje pestrým osevním plánem a výběrem nepříliš šlechtěných a přirozeně odolných plemen hospodářských zvířat. Omezuje či zakazuje využití celé řady chemických prostředků i nešetrných postupů užívaných v konvenčních zemědělství. Dbá o zachování welfare hospodářských zvířat, projevů jejich přirozených potřeb a způsobu života. Z toho důvodu je někdy nazýváno organické, jak se o něm mluví v anglicky hovořících zemích nebo také biologické, s čímž se setkáme v německy hovořících státech. Za zakladatele konceptu ekologického zemědělství je považován německý vědec Rudolf Steiner, který roku 1924 přednesl a formoval první myšlenky a nápady na svých přednáškách. (DVORSKÝ a URBAN, 2014)

2.1.2 Cíle a principy

Ekologické zemědělství se ztotožňuje s cíli, jako je:

- udržování a zlepšování úrodnosti půdy, co nejvíce uzavřený koloběh látek na úrovni hospodářství
- ochrana biodiverzity a neobnovitelných přírodních zdrojů
- neznečišťování všech složek životního prostředí zemědělskou činností
- zachování etologických a fyziologických potřeb hospodářským zvířatům
- redukce použití lehce rozpustných minerálních hnojiv a průmyslově vyráběných pesticidů
- udržení tradičního rázu kulturní zemědělské krajiny a osídlení venkova
- produkce kvalitních bioproduktů.

Principy, o které se ekologické zemědělství opírá, je respektování etických a humánních zásad. Ekologicky chovaná zvířata mají stálou možnost pohybu ve výbězích a není dovoleno trvale vazné ustájení v boxech či stájích a klecový chov drůbeže. Pro kultivaci orné půdy je využíván pestrý a vyvážený osevní postup

zemědělských plodin. Namísto nepovolených chemických prostředků se dbá o biologickou ochranu rostlin. (ŠARAPATKA a URBAN, 2005)

2.1.3 Právní předpisy

První pokusy o šetrnější hospodaření se zemědělskou půdou na našem území probíhaly v předrevolučních dobách. Z tohoto nadšení po roce 1990 vznikala i první úprava pravidel ekologického zemědělství. Nejprve se jednalo o volný překlad a přepis směrnic IFOAM (Mezinárodní federace hnutí ekologických zemědělců), z kterých později vzešel zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, který je platný dodnes. Hospodaření v ekologickém režimu dále upravuje vyhláška č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství. Zároveň jsou legislativním rámcem nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, nařízení Komise (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, pokud jde o ekologickou produkci, označování a kontrolu. Nařízení Komise (ES) č. 1235/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí. Evropský parlament a Rada EU vydala dne 30. května 2018 nové nařízení č. 848/2018 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, které nabyde účinnosti v roce 2021 a které souvisí s dalším zvyšováním kvality kontrolního systému.

2.1.4 Struktura ekologického zemědělství

V České republice je stav několik let velmi podobný, co se týče procentuálního zastoupení v celkovém objemu zemědělské půdy. Podíl ekologicky obhospodařovaných ploch však za rok 2018 mírně vzrostl a to na 13 % z celkové výměry zemědělské půdy. Oproti roku 2017 se zvýšil i počet ekofarem na 4 606. Nejčastěji se ekologické zemědělství uplatňuje na plochách trvalých travních porostů, přibývá však i producentů tržních plodin na orné půdě. Hluboko za nimi je podíl živočišné výroby v souhrnném objemu ekologické produkce.¹

¹ <https://www.ctpez.cz/cz/publikace/rocnka-ekologickeho-zemedelstvi-za-rok-2018>

2.2 Biopotravina

Biopotravina je produkt složený z bioproduktu a přídatných povolených látek. Výrobek takto označený je produkt ekologického zemědělství a nejméně 95 % jeho hmotnostních složek zemědělského původu musí být tvořen ekologicky vyprodukovanou surovinou. V bioproduktu je zakázán jakýkoli podíl GMO a není ani povoleno použití zlepšujících a konzervačních látek ve smyslu, jaký známe z potravinářského průmyslu. Pokud výrobce použije přídatné a pomocné látky, musí se jednat o látky, které se vyskytují přirozeně v přírodě a bioprodukt by bez nich nemohl být vyroben či uchován (Šarapatka a Urban, 2005). V případě použití přírodních aromatických látek a přírodních aromatických přípravků se musí jednat o ekologické složky a na produktu je výrobce povinen je označit.

2.2.1 Značení biopotravin

Dle současné legislativy je výrobce povinen označit biopotravinu vyprodukovanou v zemích Evropské unie grafickým znakem, jímž je logo tzv. EU lístek a identifikačním kódem kontrolního orgánu, jemuž podléhá hospodářský subjekt. Pro dovoz z třetích zemí není uložena povinnost označit výrobek logem. Povinný je i údaj o místě původu biosuroviny, přičemž klasifikace je následující:

- zemědělská produkce EU
- zemědělská produkce mimo EU
- zemědělská produkce EU/mimo EU.

Tyto informace musí být umístěny na výrobku v jednom zorném poli společně s logem.



Obrázek č. 1: Logo Evropské unie pro bioprodukt

Biopotravina vyprodukovaná v České republice musí být také označena národním logem pro ekologickou produkci, tzv. Biozebra. Jeho použití je dáno zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Pro výrazné vizuální odlišení od běžných potravin je logo doplněno nápisem PRODUKT EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ. Číslo kontrolní organizace je uvedeno ve formátu CZ-BIO-001 a koncové trojčíslí identifikuje přesně o který subjekt se jedná.



Obrázek č. 2: Logo, tzv. Biozebra v barevném provedení



Obrázek č. 3: Logo, tzv. Biozebra v černobílém provedení

2.2.2 Státní kontrolní orgány ekologické produkce

Důvěryhodnost v kvalitu bioproduktu je zajištěna kontrolou ve všech fázích produkce, zpracování a distribuce. Tímto procesem je chráněn spotřebitel i výrobce a takto budou vytvářeny předpoklady pro stabilně rostoucí trh s bioprodukty. Ministerstvem zemědělství byl úřední kontrolou pověřen Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZUZ), který vykonává kontroly dle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004 za účelem ověření a dodržování právních předpisů jak v rostlinné, tak živočišné výrobě. V podnicích ekologického zemědělství vykonává především namátkové kontroly pravidel ekologické produkce. Ekofarmy podléhají i dozorům ze strany věcně příslušných státních orgánů. Státní veterinární správa, která je pověřena dozorem nad zdravím zvířat a jeho kontrolou na základě zákona č. 246/1992 o ochraně zvířat proti týrání a nad zdravotní

nezávadností potravin živočišného původu. Rozsah činnosti v kontrole ekologické produkce je v rámci kompetencí daných veterinárním zákonem a souvisejícími předpisy.

Státní zemědělská a potravinářská inspekce dozoruje dodržování evropského a národního potravinového práva v České republice v oblasti nezávadnosti, jakosti, výrobních surovin a zemědělských produktů. Po dohodě s Ministerstvem zemědělství vykonává kontrolu ekologické produkce, zejména u subjektů, které nepodléhají povinnosti registrace jako ekologický subjekt a nejsou jejími orgány kontrolovány.¹

2.2.3 Kontrolní a certifikační organizace

Kontrolu a certifikaci v ekologickém zemědělství v České republice zajišťují privátní inspekční a certifikační organizace, které jsou smluvními partnery Ministerstva zemědělství. Osvědčení o tom, že firma nebo produkt je zkontrolována organizací ekologického zemědělství, je ukotveno v nařízení Rady č. 834/2007 a v nařízení Komise (ES) č. 889/2008. Každý podnikatel, který se svou činností zabývá pěstiváním, chovem, zpracováním, dovozem, obchodem nebo skladováním bioproduktů, je povinen se zaregistrovat u jednoho z příslušných subjektů:

- KEZ o.p.s.
- ABCERT AG, organizační složka
- Biokont CZ s.r.o.
- Bureau Veritas Czech Republic, spol. s.r.o.

Kontrolní organizace vykonávají kontrolu a osvědčování bioprodukce dle zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Řádnou kontrolou prochází celý podnik minimálně jednou ročně. Mimo tuto pravidelnou inspekci kontrolují organizace podnikatele v ohlášené kontrole nebo v následné (namátkově, nařízené).

2.2.4 Výroba a zpracování biopotravin

Vzhledem k očekávané vysoké jakosti konečného výrobku, jež je certifikován jako BIO, je třeba dodržet povolené produkční postupy. Výrobou potravin můžeme označit třídění, opracování, čištění i balení biopotravin. Při zpracování musí být

¹ <https://www.ctpez.cz/cz/publikace/rocenka-ekologickeho-zemedelstvi-za-rok-2018>

využity šetrné postupy a to takové, které jsou pro ekologické zemědělství povoleny na základě prováděcí vyhlášky k zákonu č. 242/200 Sb. Především se jedná o tepelné úpravy sušením, pečením, pasterací, dále mechanické zpracování jako je mletí a drcení. Také uzením bez použití chemických látek, lisováním, chlazením, mrazením, sýřením a fermentací. Zpracování bioproduktů musí probíhat v provozech oddělených prostorově nebo časově od provozů, kde se zpracovávají produkty z konvenčního zemědělství (Moudrý a Prugar, 2001).

3. Materiál a metody

3.1 Cíl práce

Cíle bakalářské práce jsou rozděleny do dvou částí.

Prvním cílem bylo vypracování literárního přehledu týkající se ekologického zemědělství a biopotravin pro základní vhled do znalosti tématu. Druhým cílem práce byla realizace dotazníkového šetření zaměřeného na nákupní chování spotřebitelů biopotravin v Jihočeském kraji.

3.2 Makroekonomická situace regionu

Prováděný výzkum byl zaměřen na oblast Jihočeského kraje. Pro charakteristiku trhu je nutné znát základní ekonomické ukazatele regionu. Z pohledu výzkumu trhu s biopotravinami je důležitým hlediskem výše průměrné mzdy v daném kraji, od níž se odvíjí koupěschopnost obyvatel, dále je důležitým ukazatelem počet obyvatel kraje. S využitím zdrojů Českého statistického úřadu níže uvádím přehled srovnání výše průměrné mzdy dle jednotlivých krajů ČR.

Tabulka č.1: Průměrná mzda v České republice dle krajů ve 4. čtvrtletí 2019²

	Průměrná hrubá měsíční mzda na přepočtené počty zaměstnanců		
	v Kč	přírůstek (úbytek) proti roku 2018	
		v Kč	%
Česká republika podle kraje:	34 125	2 257	7,1
Hl. m. Praha	42 553	2 494	6,2
Středočeský	34 900	2 506	7,7
Jihočeský	30 985	2 115	7,3
Plzeňský	33 154	2 122	6,8
Karlovarský	29 962	1 987	7,1
Ústecký	31 430	2 140	7,3
Liberecký	31 703	2 021	6,8
Královéhradecký	31 925	2 303	7,8
Pardubický	30 659	1 974	6,9
Vysočina	31 147	1 892	6,5
Jihomoravský	32 896	2 159	7,0
Olomoucký	30 784	2 139	7,5
Zlínský	30 425	1 998	7,0
Moravskoslezský	30 810	2 014	7,0

²<https://www.czso.cz/csu/czso/mzdy-a-naklady-prace>

Z uvedené tabulky je zřejmé, že Jihočeský kraj vykazuje nízkou hodnotu průměrné mzdy tj. 30 985,- Kč a je tak možno usuzovat na relativně nižší koupěschopnost obyvatel Jihočeského kraje ve srovnání s ostatními kraji České republiky. Tento faktor se může negativně odrazit na trhu s biopotravinami. Z tabulky také jednoznačně vychází, že Jihočeský kraj má vysoký meziroční přírůstek průměrné hrubé mzdy ve srovnání s ostatními kraji České republiky. V nominální hodnotě činí přírůstek hrubé mzdy 2 115,- Kč oproti 4. čtvrtletí 2018, což vyjádřeno v procentech představuje meziroční nárůst o 7,3 %. Jihočeský kraj tedy vykazuje vysokou dynamiku růstu průměrné mzdy do budoucích časových období.

3.3 Volba výzkumné metody

Pro získání rozhodných dat ke zpracovávanému tématu jsem zvolila výzkumnou metodu dotazníkového šetření.

Dotazníkové šetření vzniklo původně jako strukturované interview upravené do takové formy, aby bylo možno jej zadat písemně či elektronicky a to za předpokladu, že jsou známa všechna témata, na která se chceme respondentů dotazovat. Dotazník je strukturovaná metoda, která se skládá z jednotlivých položek (otázek).

Základní hlediska pro tvorbu dotazníků:

- Obsah, rámec dotazníku
- Formulace otázek dotazníku
- Formát odpovídání
- Pořadí a uspořádání otázek
- Větvení otázek
- Provázanost položek.

Dotazníkové šetření bylo rozesláno ve dvou formách: elektronické a písemné. Elektronická forma dotazníku byla distribuována prostřednictvím sociální sítě Facebook, část byla zaslána prostřednictvím e-mailu. V obou případech elektronický odkaz směřoval respondenty na online verzi dotazníku, zpracovaném v nástroji Google forms. Dotazníkem byli osloveni respondenti ze skupin napříč jednotlivými okresy Jihočeského kraje. Pro vyplnění a následné vyhodnocení dotazníku byl využit nástroj Google forms a program Microsoft Office Excel 2016. Písemná verze dotazníku byla realizována jako anonymní dotazníkové šetření, zodpovídal jej oslovený náhodný vzorek respondentů.

Oslovení respondentů bylo prováděno s ohledem na zastoupení všech okresů Jihočeského kraje, tak aby byl vytvořen rovnoměrně rozložený vzorek pokrývající celý region. Takto rozložený vzorek umožňuje získat věrohodný obraz o trhu s biopotravinami v Jihočeském kraji.

4. Výsledky a diskuze

Ve výsledcích se bakalářská práce věnuje vyhodnocení dotazníkového šetření: kupního chování a zvyklostí spotřebitelů biopotravin, názorů na budoucí vývoj trhu, důvodů, proč biopotraviny lidé nekupují.

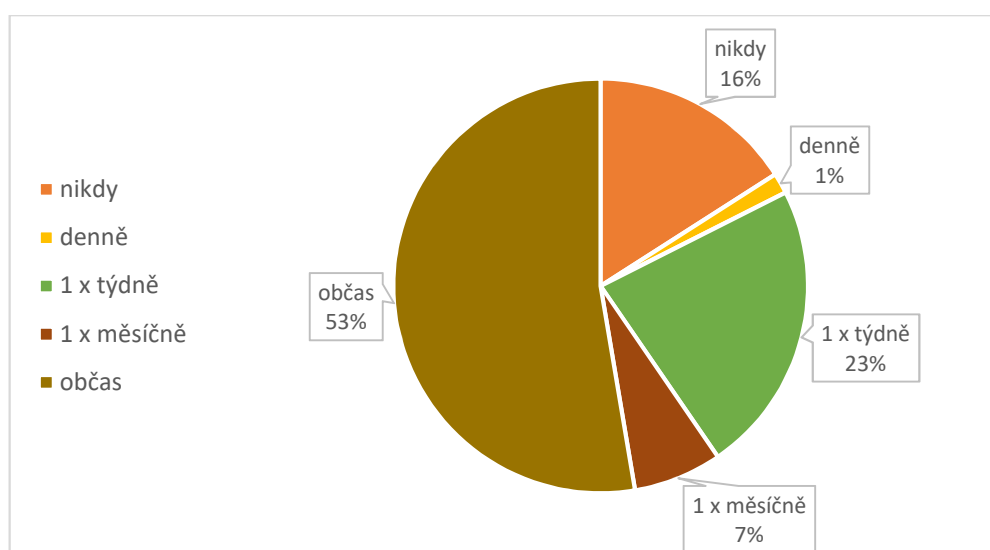
4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Sběr dat probíhal v měsíci březnu, dubnu a květnu 2020. Celkem z osloveného vzorku odpovědělo 188 respondentů. Dotazník obsahoval 16 otázek, jeho plná verze je uvedena v příloze. Ten byl rozvržen do několika částí: 1) otázky vztahující se k nákupu biopotravin, 2) otázky určené pro respondenty, jež biopotraviny nekupují, 3) identifikační otázky.

4.1.1 Vyhodnocení otázek vztahujících se k nákupu biopotravin

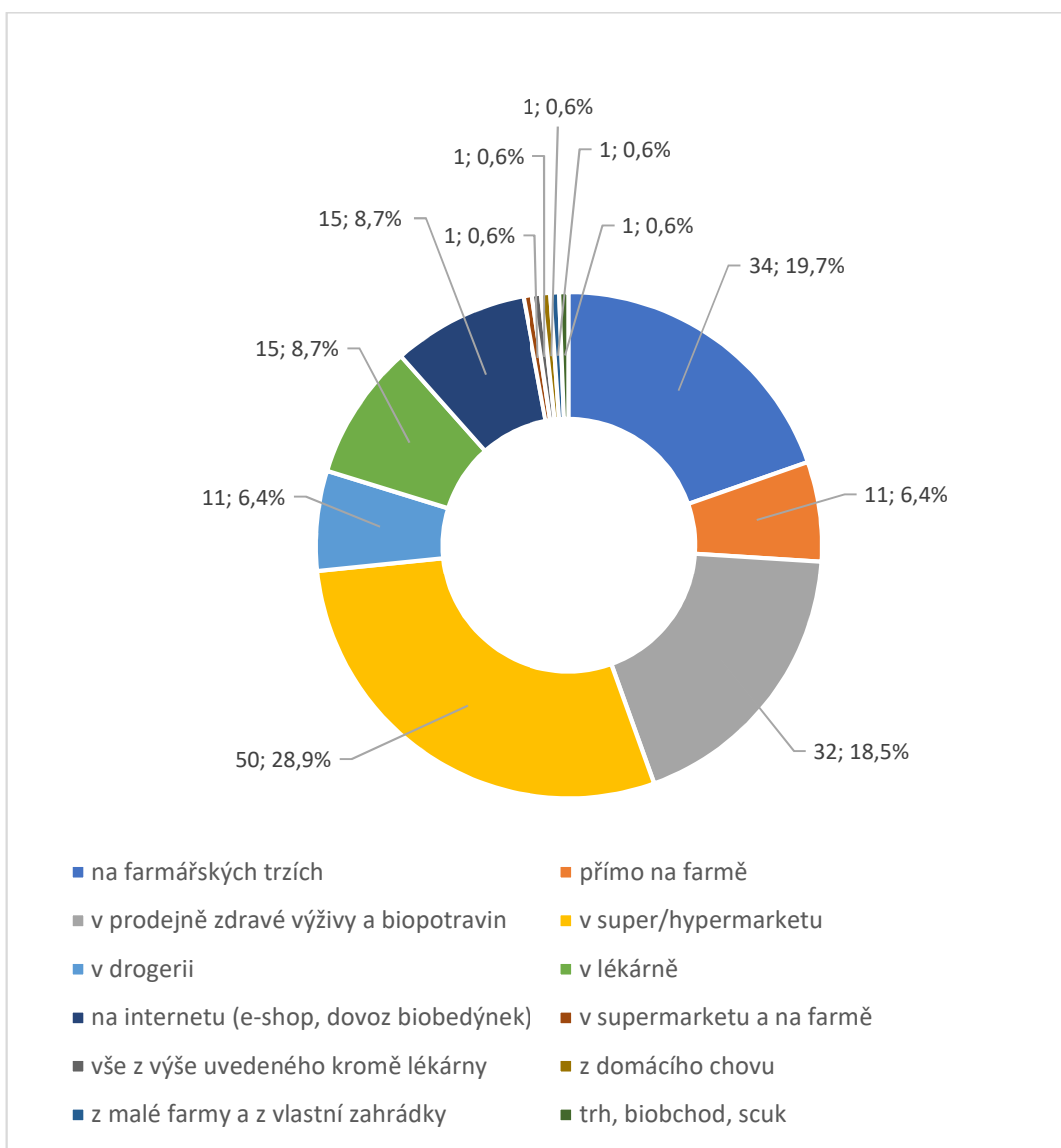
První uzavřená úvodní otázka byla cílena na zjištění výsledku, zda respondenti biopotraviny nakupují a v jaké frekvenci četností. Dotazovaní mohli odpovědět pouze jednou možnou variantou z předem definovaných kategorií intervalu nákupu. Jak z grafu č. 1 vyplývá, nejvíce respondentů (99) uvedlo, že biopotraviny nakupuje občas. Naproti tomu denní nákup potvrdili pouze 3 dotázaní. Nákup ve frekvenci jednou za měsíc potvrdilo 13 respondentů, jednou za týden 43 dotázaných. Respondenti (30), kteří odpověděli, že biopotraviny nikdy nekupují, byli v dotazníku přímo přeměrováni na otázky směřující k zjištění, proč tomu tak je a zda se jejich nákupní chování může změnit.

Graf č. 1: Jak často nakupujete biopotraviny?



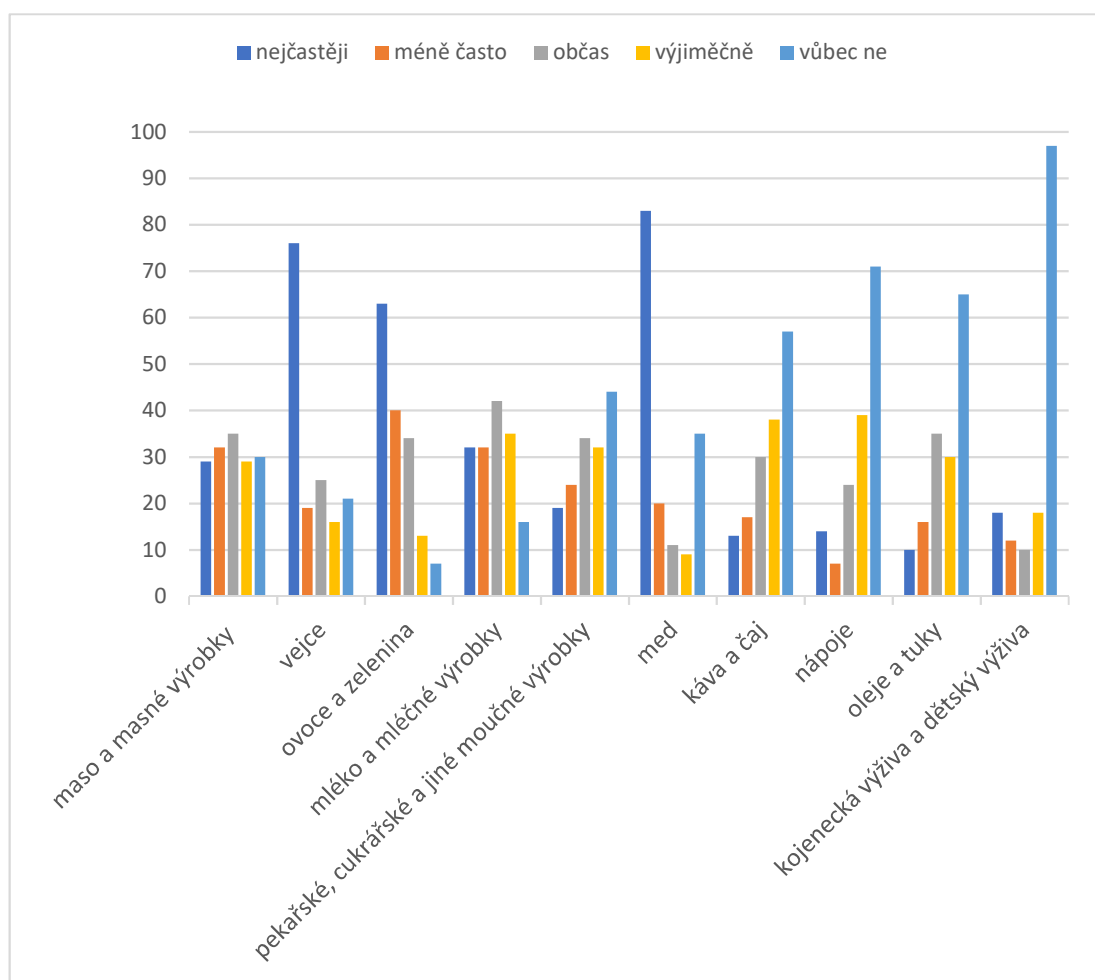
Druhá polouzavřená otázka zjišťovala, kde spotřebitelé nejčastěji biopotraviny nakupují. Dotazovaní mohli zvolit pouze jednu možnou odpověď z předem definovaných typizovaných kategorií prodejen, avšak měli možnost se slovně vyjádřit v otevřené části odpovědi, která se nabízela pod označením: „Jiné“. Na otázku odpovědělo 145 respondentů. Z grafu č. 2 je patrné, že nejvíce respondentů (50) preferuje nákup biopotravin v supermarketu, dále na farmářských trzích (34) a ve specializovaných obchodech s biopotravinami a v prodejnách zdravé výživy (32). Méně častým způsobem je nákup na internetu (15), přímo na farmě (11) a v drogerii (11). Pro kategorii „Jiné“ se vyjádřilo 5 respondentů a svými slovy uvedli, kde biopotraviny nejčastěji nakupují.

Graf č. 2: Kde biopotraviny obvykle nakupujete?



Třetí otázka umožnila analýzu, jaký sortiment spotřebitelé nakupují a v jaké četnosti intervalu nákupu. Dotazovaní odpovídali v rozsahu škály možných odpovědí „nejčastěji – méně často – občas – výjimečně – vůbec ne“ u kategorií potravin. U každé kategorie mohla být zvolena pouze jedna z nabízených četností nákupu. Na otázku odpovědělo 158 respondentů. Z grafu č. 3 je zřejmé, že nejčastěji nakupovaným sortimentem byl med (83), vejce (76), ovoce a zelenina (63). Méně často nakupovali spotřebitelé ovoce a zeleninu (40), mléko a mléčné výrobky (32), vejce (19). Občasný nákup uvedli respondenti v kategoriích mléko a mléčné výrobky (42), ovoce a zelenina (34), pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky (34). Výjimečně respondenti nakupují nápoje (39), mléko a mléčné výrobky (35), pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky (32). Vůbec nenakupují spotřebitelé v bio kvalitě kojeneckou a dětskou výživu (97), nápoje (71), oleje a tuky (65). Souhrn za všechny kategorie potravin a jejich interval nákupu je uveden v tabulce č. 2.

Graf č. 3: Jak často níže uvedený sortiment v bio kvalitě nakupujete?

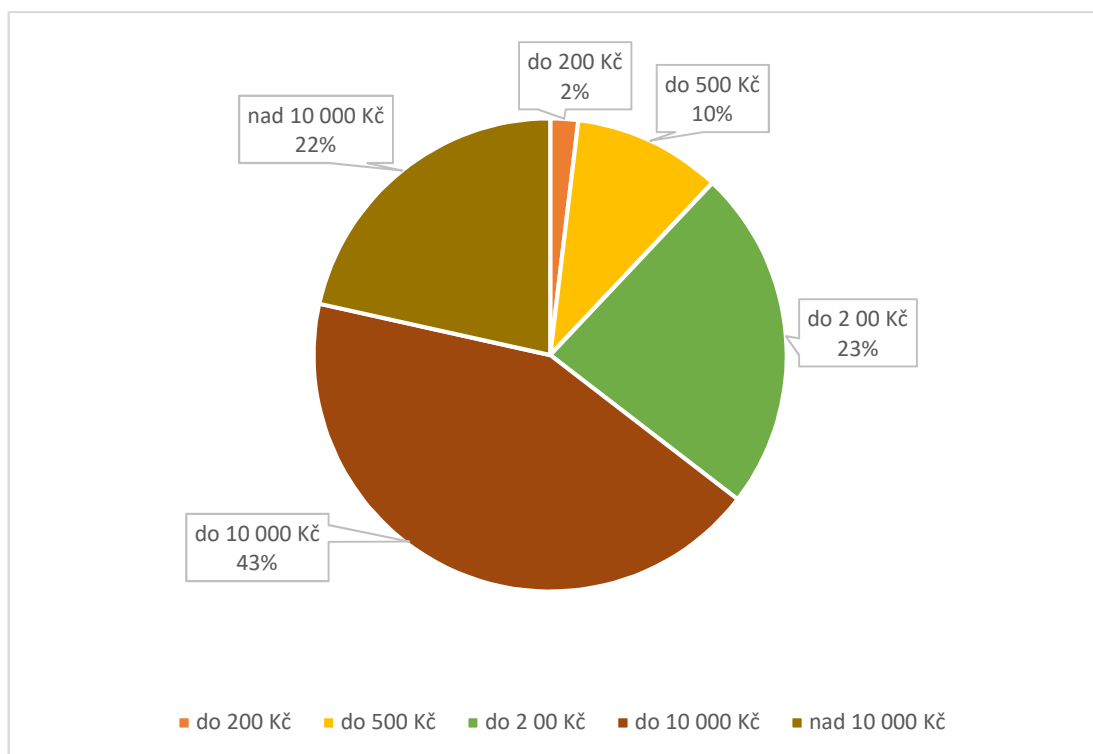


Tabulka č. 2: Jak často níže uvedený sortiment v bio kvalitě nakupujete?

	nejčastěji	méně často	občas	výjimečně	vůbec ne
maso a masné výrobky	29	32	35	29	30
vejce	76	19	25	16	21
ovoce a zelenina	63	40	34	13	7
mléko a mléčné výrobky	32	32	42	35	16
pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	19	24	34	32	44
med	83	20	11	9	35
káva a čaj	13	17	30	38	57
nápoje	14	7	24	39	71
oleje a tuky	10	16	35	30	65
kojenecká a dětská výživa	18	12	10	18	97

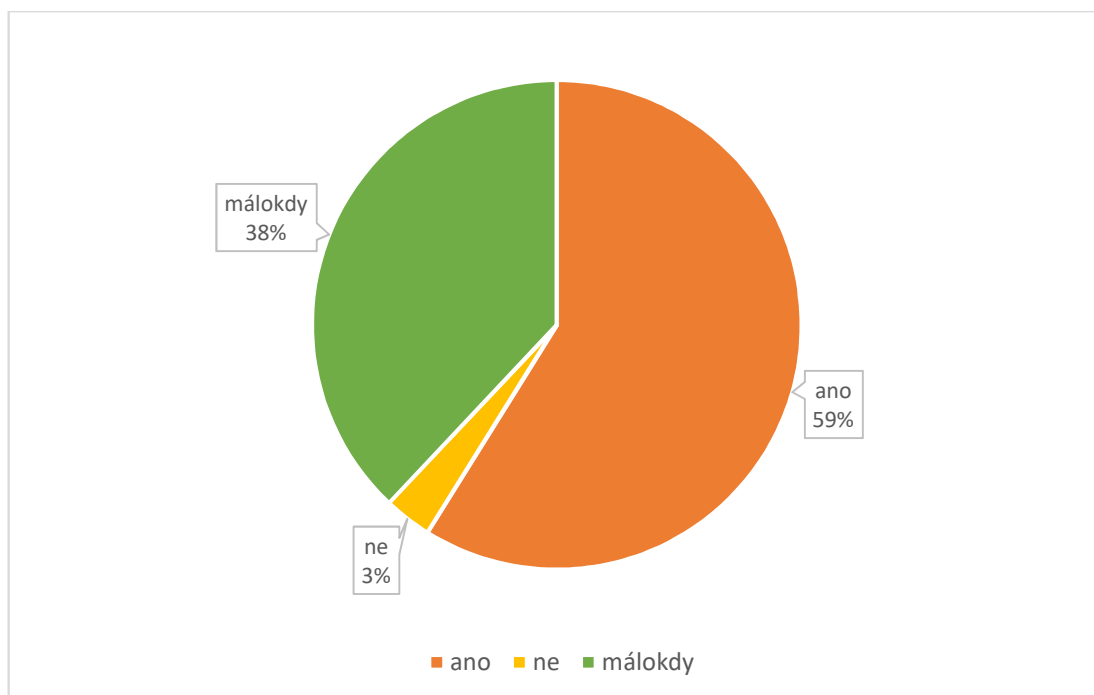
Čtvrtá uzavřená otázka se zaměřila na roční výdaje spotřebitelů za nákup biopotravin. Otázku zodpovědělo 158 respondentů. Jak lze vidět na grafu č. 4, nejvíce dotazovaných (68) se vyjádřilo, že ročně zaplatí za biopotraviny do 10 000 Kč. Velký počet dotazovaných (34) vydá částku nad 10 000 Kč. Oproti tomu také velký počet respondentů (37) utratí pouze do 2 000 Kč ročně. Spíše sporadický nákup potvrdili svou volbou spotřebitelé (16), kteří zaplatí za biopotraviny do 500 Kč. Velmi malý roční výdaj do 200 Kč uvedli 3 respondenti.

Graf č. 4: Kolik ročně utratíte za biopotraviny?



Pátá uzavřená otázka analyzovala situaci, zda dotazovaní používají biopotravinu v kuchyni jako surovinu pro přípravu jídla. Na otázku odpovědělo 158 respondentů. Z tohoto počtu se 93 respondentů jednoznačně vyjádřilo, že biopotravinu v kuchyňské úpravě používá. Biopotravinu jako surovinu nevyužívá pouze 5 z dotazovaných a málokdy 60 z dotazovaných, jak je patrné z grafu č. 5.

Graf č. 5: Používáte biopotravinu jako surovinu v kuchyni při přípravě jídla?



Šestá otevřená otázka koresponduje s předchozím dotazem na použití biopotraviny při přípravě jídla. Dotazovaní měli možnost se vyjádřit vlastními slovy. Odpovědělo 102 respondentů. Spotřebitelé uvedli, že nejčastěji využívají z biopotravin tyto druhy surovin:

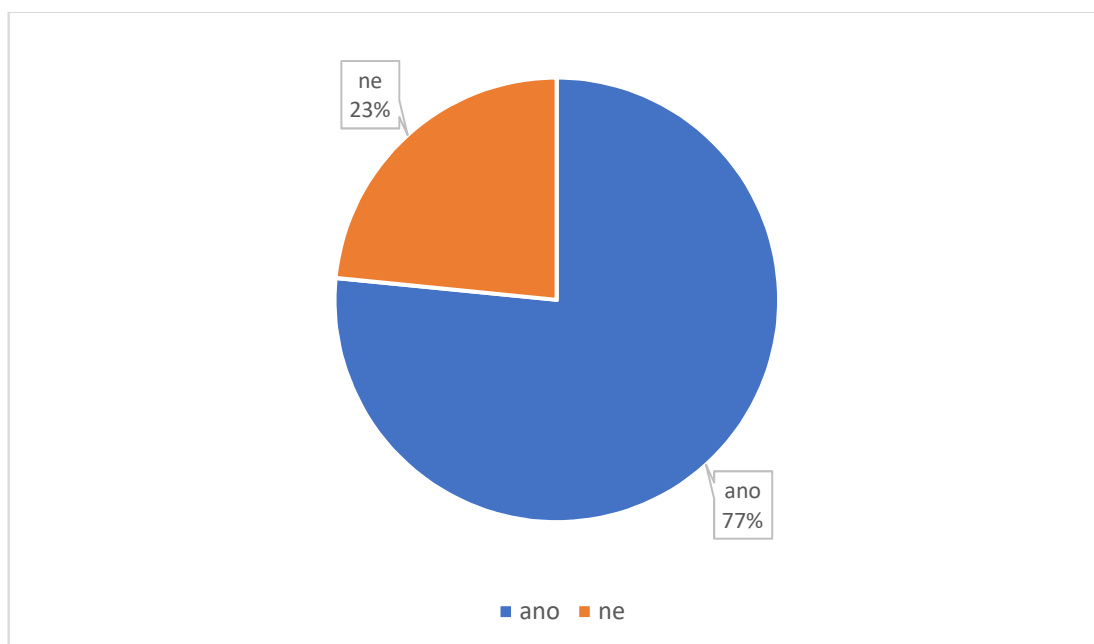
- ovoce
- zelenina
- med
- vejce
- mléko
- maso
- máslo
- sádlo
- luštěniny
- oleje
- obilninové kaše
- jogurt, tvaroh

Jako nejoblíbenější kuchyňské úpravy biopotravin uvedli:

- vaření masa
- přípravu zeleninových salátů
- pečení
- dušení
- vaření polévek

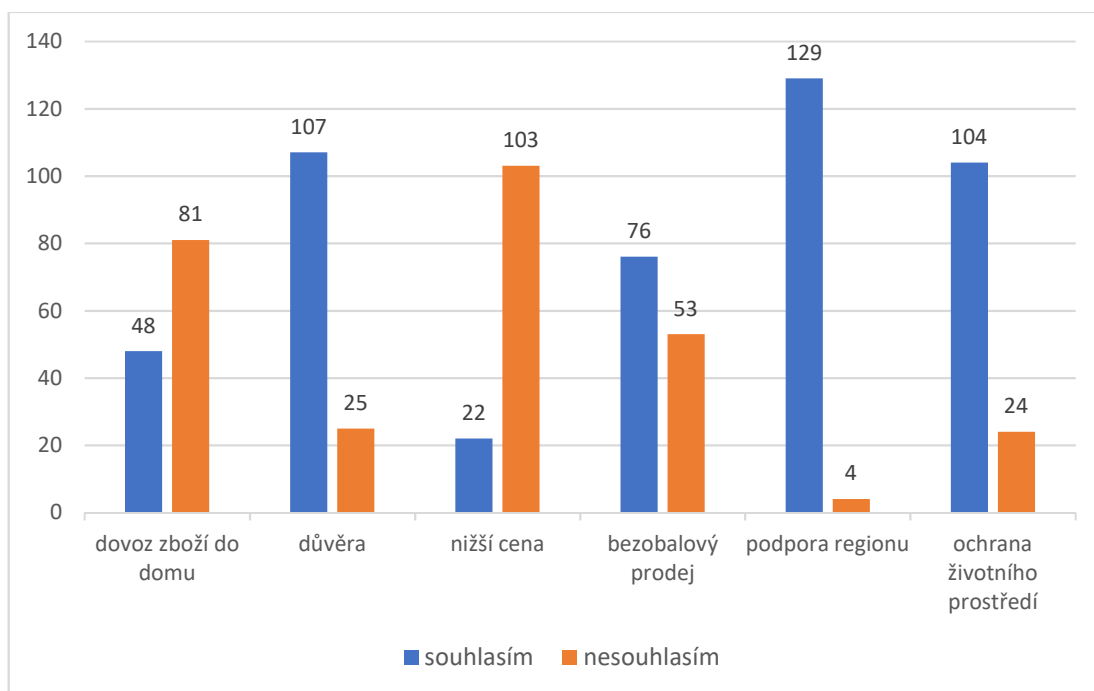
Sedmá uzavřená otázka zjišťovala budoucí nákupní chování dotazovaných. Odpovědělo 158 respondentů. Z grafu č. 6 vyplývá, že více nyní plánuje nakupovat od lokálních farmářů 121 dotazovaných, oproti tomu 37 dotazovaných své současné nákupní chování nezmění.

Graf č. 6: Plánujete nyní více nakupovat od drobných lokálních ekologických farmářů?



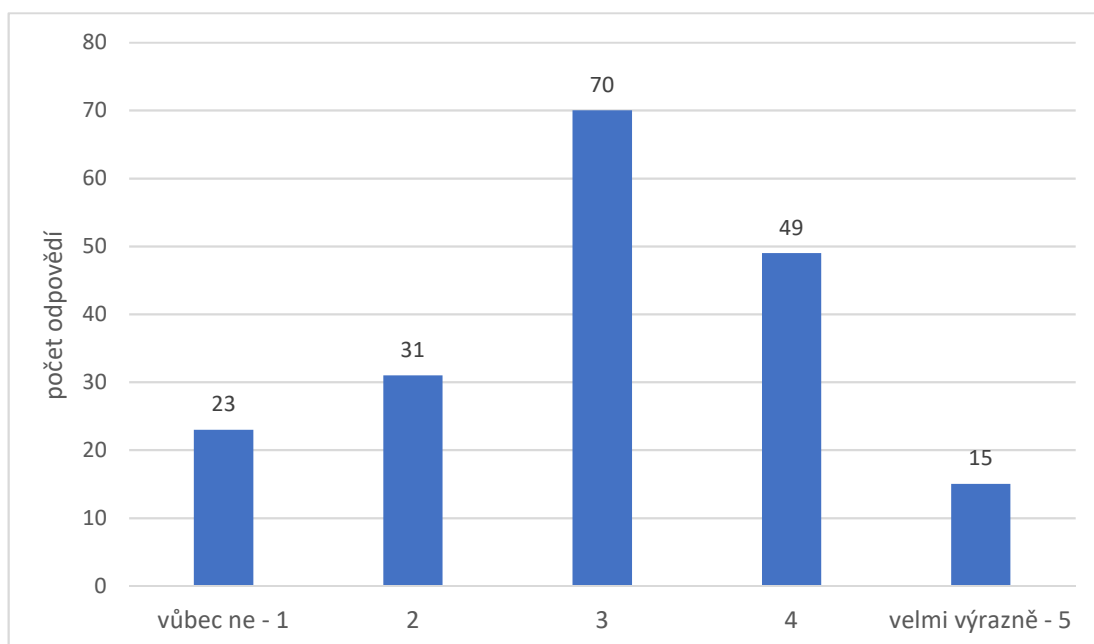
Osmá uzavřená otázka je navázána na předchozí otázku, zda oslovení plánují více nakupovat od lokálního ekologického zemědělce. Respondenty vybízela k zamyšlení, co je pro ně motivací k nákupu. Odpovědělo 121 dotazovaných. Odpovědi byly k výběru z možností „souhlasím“ – „nesouhlasím“ u všech předem definovaných a nabízených tvrzení. Souhrnné výsledky zobrazuje graf č. 7 a jak je zřejmé, pro respondenty je největší motivací podpora regionu (129 odpovědí), důvěra (107) a ochrana životního prostředí (104).

Graf č. 7: Pokud je odpověď ano, je pro Vás důležité následující tvrzení?



Devátá uzavřená otázka analyzovala názor dotazovaných na zvýšení online prodeje biopotravin v příštím roce. Odpovídali všichni respondenti (188) dotazníkového šetření, tedy i ti, kteří se vyjádřili, že biopotraviny nenakupují. Pro vyjádření názoru sloužila hodnotící škála 1 až 5, kde 1 = vůbec ne a 5 = velmi výrazně.

Graf č. 8: Myslíte si, že se v příštím roce zvýší obrat nákupu biopotravin přes internet?



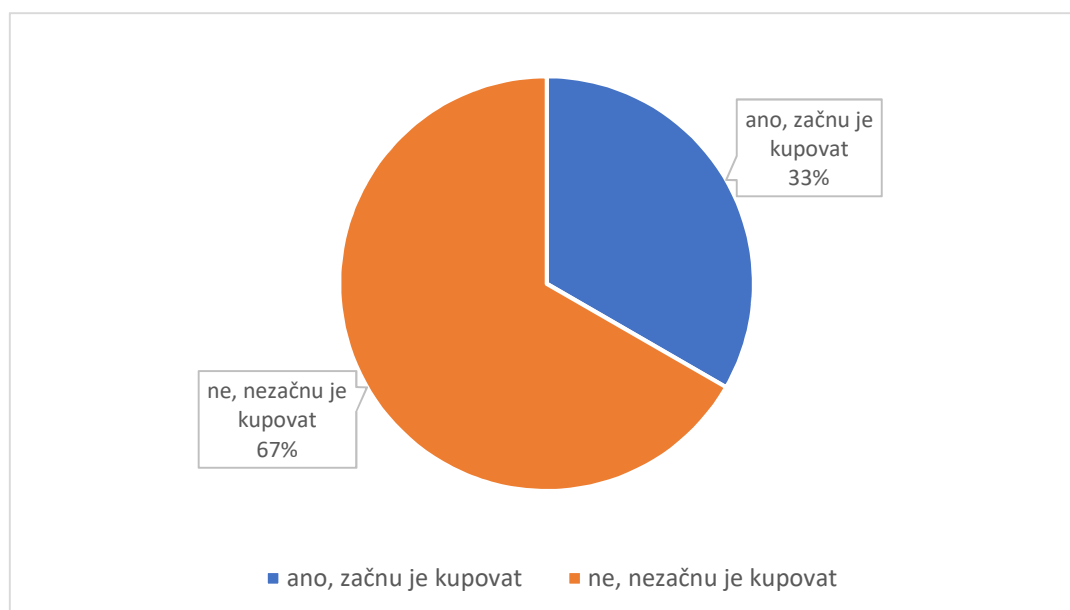
4.1.2 Vyhodnocení otázek určené pro respondenty, jež biopotraviny nenakupují

Na následující otázky byly přeměrováni respondenti, kteří již v úvodu dotazníku uvedli, že nikdy nenakupují biopotraviny. Vyjádřilo se 30 respondentů.

V první otevřené otázce mohli svými slovy vyjádřit, proč biopotraviny nenakupují. Většina z nich uvedla jako důvody vysokou cenu, nedůvěru v biokvalitu, málo informací o biopotravinách, nedostatečnou nabídku, horší dostupnost obchodů s biopotravinami.

Druhá uzavřená otázka hodnotila možnost změny v nákupním chování, jak je zobrazeno v grafu č. 9. Z celkového počtu respondentů uvedlo 20 z nich, že bioprodukty v následujícím roce nakupovat nezačne. Oproti tomu 10 dotázaných potvrdilo možnost, že biopotraviny nakupovat začne.

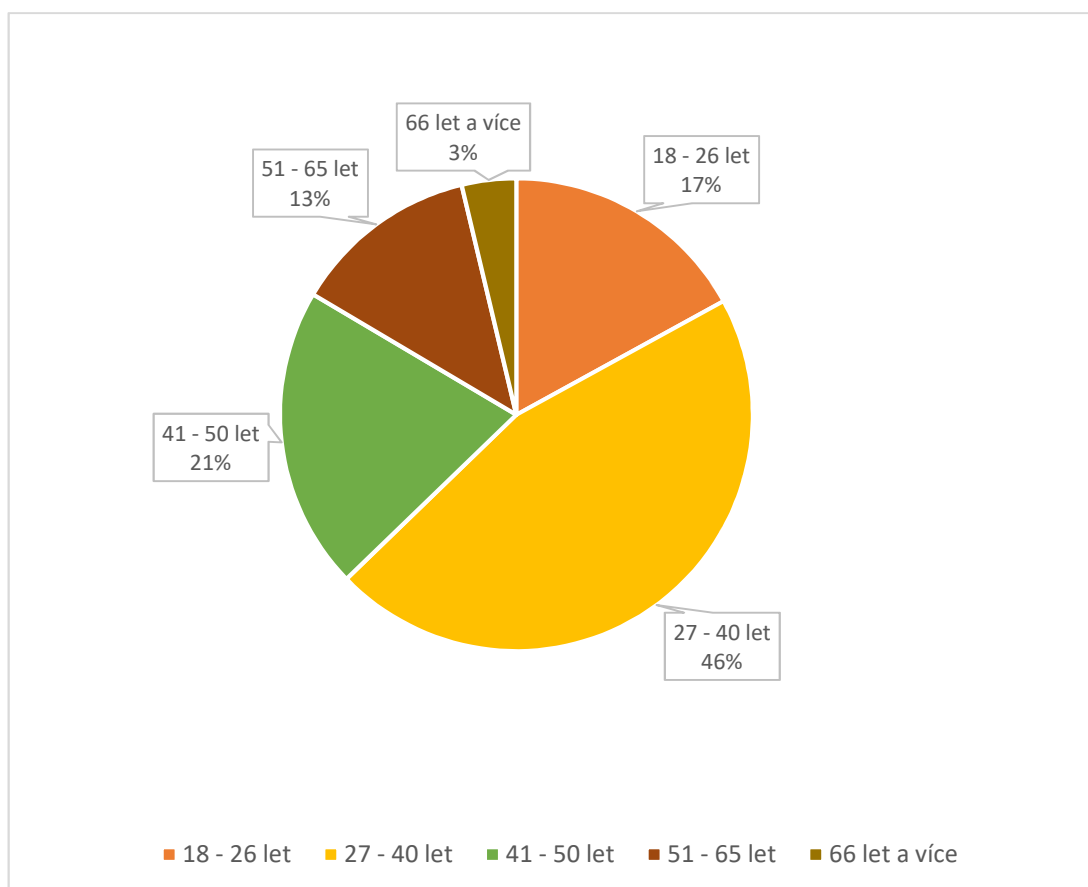
Graf č. 9: Pokud jste uvedli, že biopotraviny nekupujete, může se v následujícím roce změnit Váš pohled na nákup biopotravin?



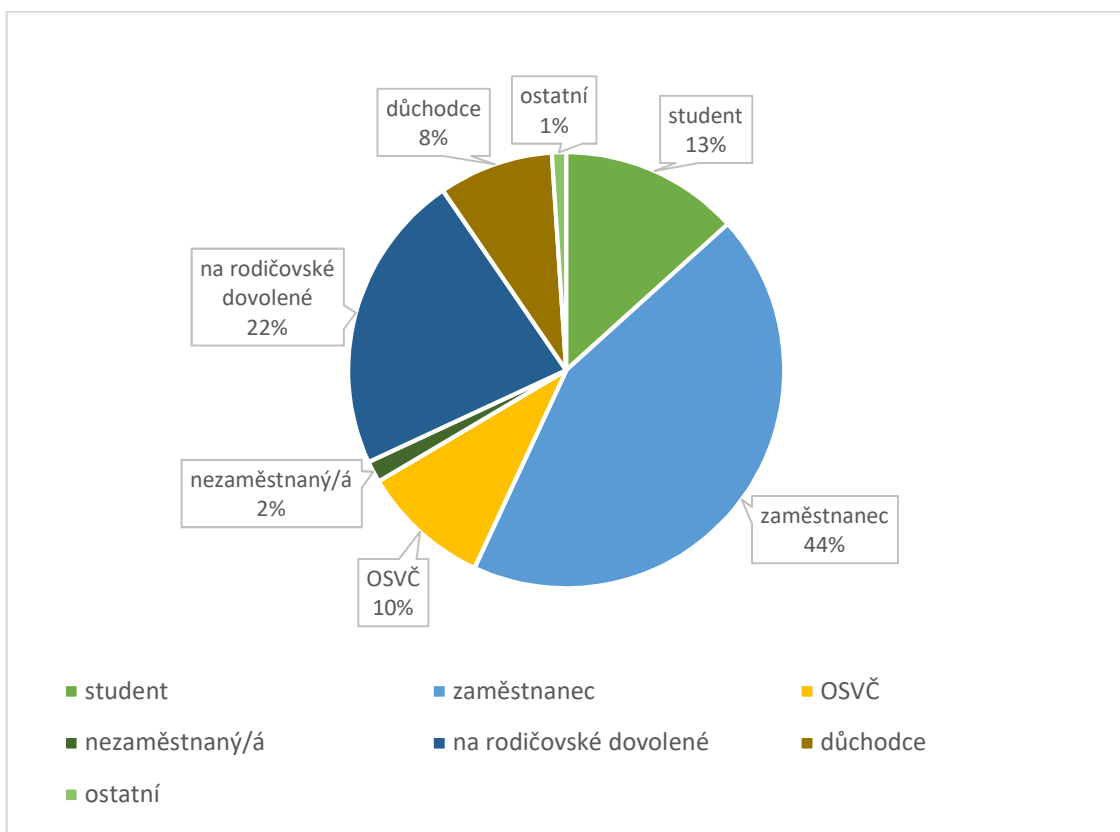
4.1.3 Vyhodnocení identifikačních otázek

Závěrečný soubor otázek sloužil k identifikaci respondentů a zkoumal demografické údaje a socioekonomické postavení. Vzhledem k jeho vypovídací hodnotě byly otázky určeny pro všechny účastníky (188) dotazníkového šetření. Nejvíce respondentů bylo z řad žen (161), jak je patrné z grafu č. 14. Dotazovaní byli převážně lidé mezi 27 a 40 lety (86), jak lze vyhodnotit z grafu č. 10. Velký počet respondentů žije v menší obci (68), což dokládá graf č. 13. Z grafu č. 11 lze vyčíst, že dotázaní nejčastěji pracují jako zaměstnanci (82). Podrobné členění příjmu domácností zobrazuje graf č. 12. Nejpočetnější příjmovou skupinou bylo 73 respondentů, kteří odpověděli, že jejich měsíční příjem činí 30 001 až 50 000 Kč.

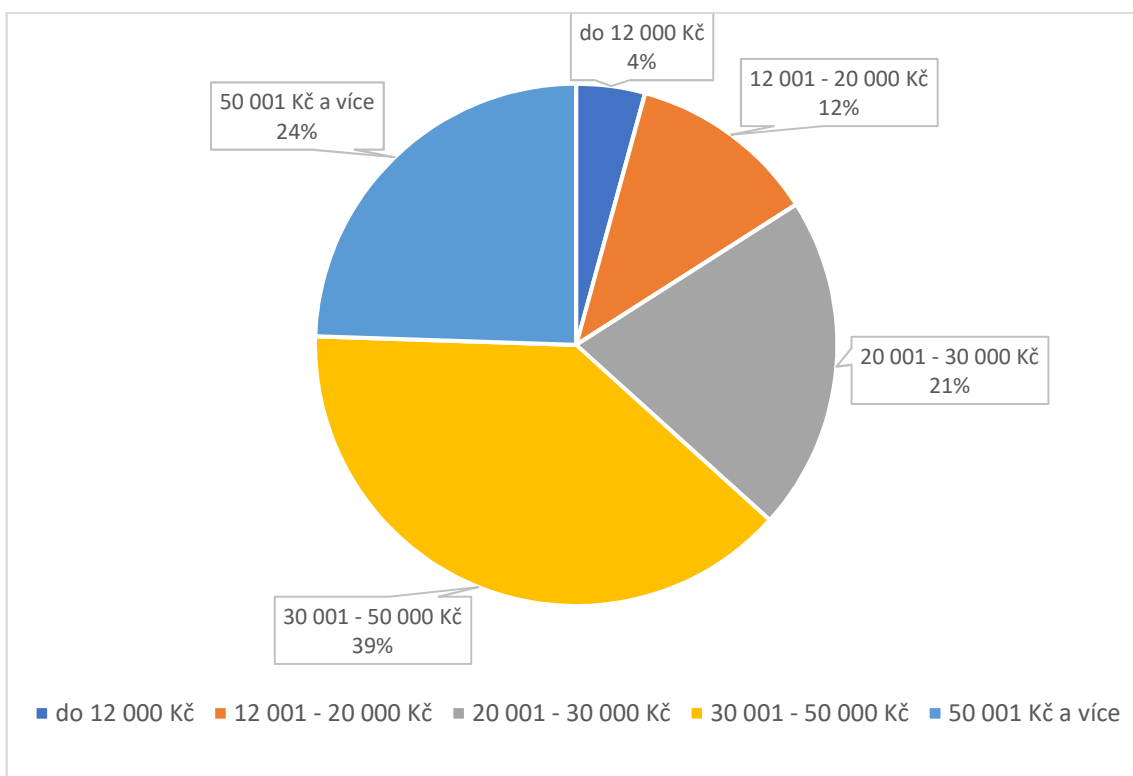
Graf č. 10: Kolik je Vám let?



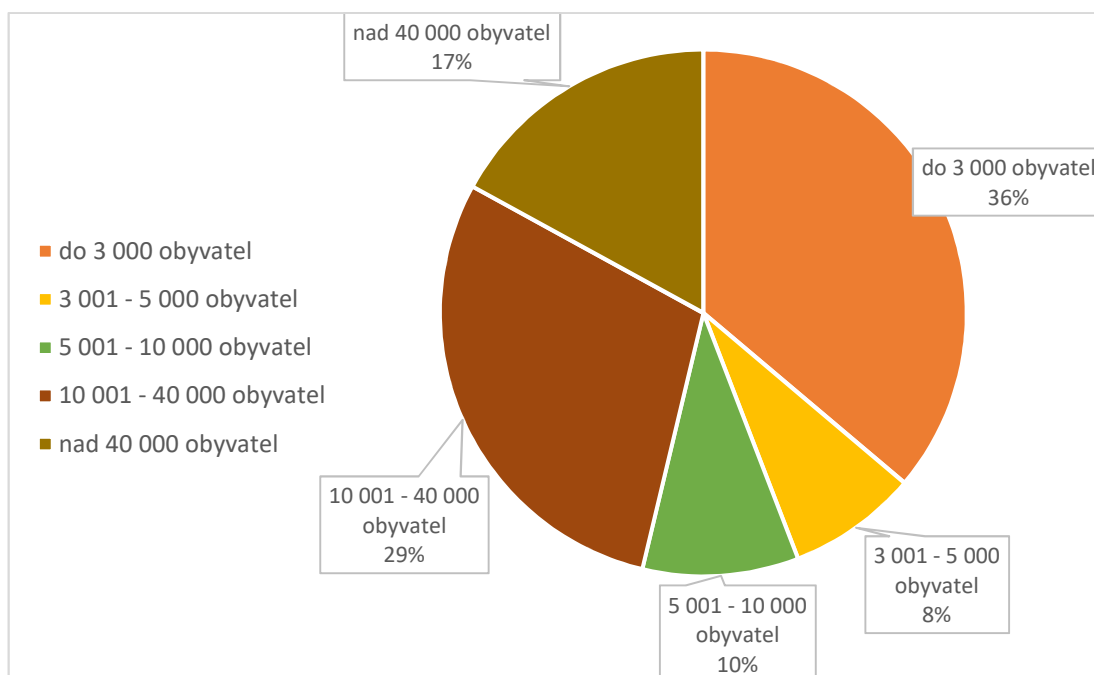
Graf č. 11: Do jaké kategorie byste se zařadil/a:



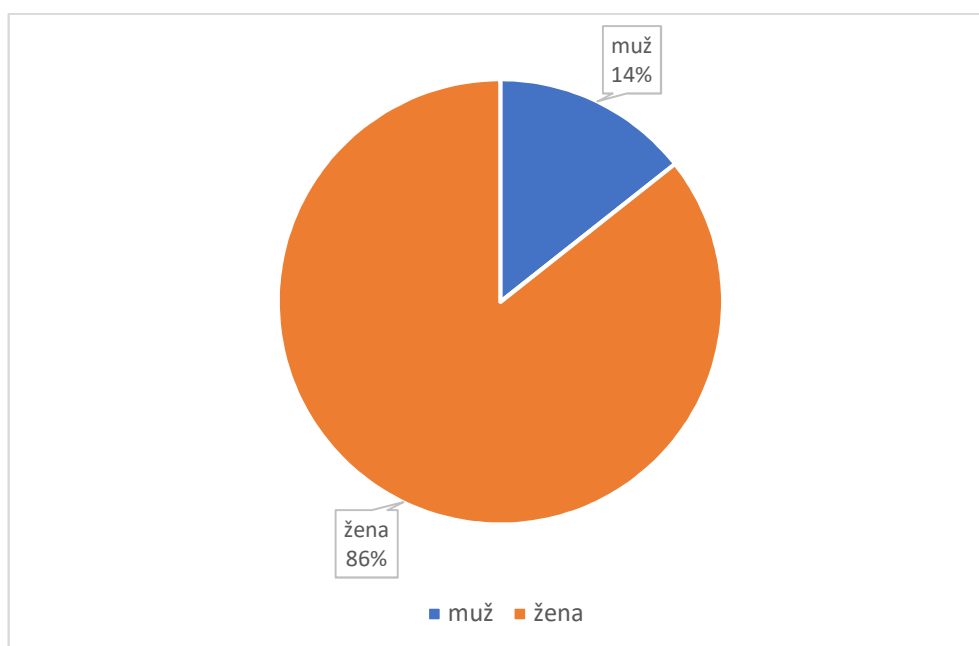
Graf č. 12: Jaký je přibližný čistý příjem Vaší domácnosti?



Graf č. 13: Kolik obyvatel má obec/město, v němž bydlíte?



Graf č. 14: Jaké je Vaše pohlaví?



4.2 SWOT analýza

Výsledky dotazníkového šetření, které jsou zpracovány formou matice SWOT:

Silné stránky	S	Slabé stránky	W
Certifikace biopotravin.		Nízký počet zaměstnanců v EZ.	
Zavedená značka bio.		Nízký průměrný plat v regionu.	
Lokální produkce.		Komplikovaná legislativa.	
Dostupnost produktů v regionu.		Vyšší cena za bioprodukty.	
Stoupající využití bioproduktů v domácnosti.		Slabá marketingová podpora bio produktů.	
Různorodý sortiment.			
Kvalita biopotravin.			
Příležitosti	O	Hrozby	T
Rozšíření využití bioproduktů v domácnosti.		Snížení koupěschopnosti obyvatel.	
Zvýšení povědomí o bioproduktech.		Zvýšení ceny biopotravin.	
Získání nových zákazníků v regionu.		Zvýšení cen energií.	
Navýšení finanční podpory ekofarem.			
Zvyšování počtu ekofarem.			
Rozšíření online prodeje.			

5. Závěr

Z šetření vyplývá, že jednou týdně nakupují biopotraviny respondenti v příjmové kategorii nad 50 001 Kč (52 dotazovaných).

Nákup biopotravin jednou měsíčně převládá u příjmové kategorie 20 000 Kč až 30 001 Kč (38 dotazovaných).

Nákup biopotravin nejvíce odmítají respondenti v příjmové kategorii 12 001 Kč až 20 000 Kč s odůvodněním, že jsou drahé (22 dotazovaných).

Z výzkumu vyplynulo, že napříč příjmovými kategoriemi převládá občasný nákup biopotravin.

Také se prokazuje trend častější frekvence nákupu biopotravin u respondentů s vyšším měsíčním příjmem.

Výsledek dotazníkového šetření je do jisté míry ovlivněn faktem, že lidé jako bio produkty chápou farmářské potraviny, přímý prodej z konvenčních farem a maloprodukcí bez platné BIO certifikace. Výzkum jednoznačně prokázal neznalost procesu certifikace biopotravin mezi respondenty a poukázal na záměnu biopotravin za domácí výrobky. Dále byla potvrzena skutečnost, že v názoru části dotazovaných stále převládá určitá míra nedůvěry v biokvalitu.

5.1 Návrh marketingové strategie pro konkrétní kategorii biopotravin

Na základě dotazníkového šetření vyplynulo, že 97 zákazníků ze 188 respondentů vůbec nekupuje bio kojeneckou a dětskou výživu. Na základě tohoto zjištění jsem pro zpracování marketingové strategie zvolila tuto kategorii. Základem marketingové strategie je s limitovaným rozpočtem finančních prostředků dosáhnout navýšení prodeje daného zboží, získání výhody před konkurencí a získání nového trhu.

Cílová skupina pro navrženou kategorii jsou rodiče s malými dětmi.

Cíle této střednědobé marketingové strategie jsou:³

1. Podpora stávajícího prodeje pomocí propagačních aktivit
2. Navržení nových kanálů pro získání dalších trhů a zákazníků

³<https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/marketing/marketingova-strategie>

K naplnění prvního cíle strategie je volen přímý kontakt se zákazníkem. Strategie je navržena jako střednědobá na období 1 roku. V rámci prodejních míst bude umístěn stánek s personálem, který bude přímo oslovovat osoby a nabízet produkty k ochutnání. Tato akce potrvá vždy tři dny na jednom prodejním místě a bude doprovázena slevovou akcí na dané produkty. Po ukončení aktivní prezentace zůstane zvýhodněná cena snižená o 15 %, která bude zachována v daném prodejním místě ještě po dobu 14 dnů po ukončení stánkové prezentace. Tato akce proběhne v prodejních místech, kde jsou tyto produkty již nabízeny v sortimentu.

Na základě zvolené oblasti a počtu prodejních míst je doba realizace propagační akce stanovena na 4 měsíce.

V rámci těchto prodejních dnů v daném místě budou distribuovány reklamní letáky za účelem zvýšení povědomí o nabízených produktech. Reklamní letáky budou po ukončení prezentační akce i nadále distribuovány periodicky jednou týdně.

Druhý cíl marketingové strategie se zaměřuje na oslovení potenciálních zákazníků v prostředí internetu s využitím online kanálů s cílem rozšíření počtu zákazníků a získání nových trhů.

V rámci aktivní prezentace produktů bude využito bannerové reklamy, která bude umístěna na webových stránkách s vysokou návštěvností.

V rámci této části strategie bude využito prezentace vybrané řady produktů na webu producenta s detailním popisem produktu, se zvýrazněním cenového zvýhodnění a dobře viditelnou informací o BIO kvalitě.

Dalším z využitých online kanálů budou sociální sítě, kam budou umístěny aktivní bannery s přímým prolinkem na webové stránky producenta a konkrétní produkt. Cílem využití tohoto online kanálu je dopravit informaci o produktu tam, kde potenciální zákazník tráví svůj volný čas.

Pro získání nových trhů bude využito direkt mailingu zacíleného na regionální prodejní síť a lokální maloobchodníky.

Po ukončení realizační fáze této strategie bude provedeno vyhodnocení k naplnění jednotlivých cílů a navržena další střednědobá strategie.

6. Seznam literatury a zdroje

6.1 Literární zdroje

1. DVORSKÝ, J., URBAN, J.: Základy ekologického zemědělství. Praha: ÚKZUZ, 2014. 114 s. ISBN 978-80-7401-098-9.
2. KADLEC, J., LAČŇÁK, V.: Zpracování bioproduktů v podmínkách prvovýrobce. Požadavky na bezpečnost výroby, platné předpisy. Olomouc: Bioinstitut, 2006, 32 s. ISBN 80-87080-03-3.
3. KOZEL, R. a kol.: Moderní marketingový výzkum. 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2006. 281 s. ISBN 80-247-0966-X.
4. MOUDRÝ, J., PRUGAR, J.: Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2001. 152 s. ISBN 80-7040-526-0.
5. MOUDRÝ, J., PRUGAR, J.: Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing. 1. vydání. Praha: ÚZPI, 2002. 5 s. ISBN 80-7271-111-3.
6. Příručka ekologického zemědělce. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2002. 34 s. ISBN 80-7271-111-3.
7. SKOŘEPA, L. a kol.: Regionální trh potravin. 1. vydání. České Budějovice: Nakladatelství JIH, 2009. 235 s. ISBN 978-80-86266-18-3.
8. ŠARAPATKA, B., URBAN, J.: Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi II. díl. Šumperk: PRO – BIO Svaz ekologických zemědělců ve spolupráci s Ministerstvem životního prostředí ČR, 2005. 334 s. ISBN 80-903583-0-6.
9. VYSEKALOVÁ, J.: Psychologie spotřebitele. 1. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2004. 283 s. ISBN 80-247-0393-9.

6.2 Legislativa

1. Zákon č. 242/200 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích
2. Vyhláška č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství
3. Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91

4. Nařízení Komise (ES) 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, s pozdějšími změnami prováděcích nařízení Komise (EU)
5. Nařízení Komise (ES) č. 1235/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí, s pozdějšími změnami prováděcích nařízení Komise (EU)

6.3 Elektronické zdroje

1. Ročenka ekologického zemědělství 2018, Ministerstvo zemědělství. Dostupné z: <https://www.ctpez.cz/cz/publikace/rocenka-ekologickeho-zemedelstvi-za-rok-2018>
2. Český statistický úřad. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xs/prumerna-hruba-mesicni-mzda-ve-4-ctvtletu-2019>
3. Marketingová strategie, Altaxo. Dostupné z: <https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/marketing/marketingova-strategie>

7. Přílohy

7.1 Seznam použitých zkratk

EZ – ekologické zemědělství

GMO – geneticky manipulovaný organismus

IFOAM - International Federation of Organic Agriculture Movements

EU – Evropská unie

ES – Evropské společenství

7.2 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Logo Evropské unie pro bioprodukt

Obrázek č. 2: Logo, tzv. Biozebra v barevném provedení

Obrázek č. 3: Logo, tzv. Biozebra v černobílém provedení

7.3 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Průměrná mzda v České republice dle krajů ve 4. čtvrtletí 2019

Tabulka č. 2: Jak často níže uvedený sortiment v bio kvalitě nakupujete?

Tabulka č. 3: Matice SWOT

7.4 Seznam grafů

Graf č. 1: Jak často nakupujete biopotraviny?

Graf č. 2: Kde biopotraviny obvykle nakupujete?

Graf č. 3: Jak často níže uvedený sortiment v bio kvalitě nakupujete?

Graf č. 4: Kolik ročně utratíte za biopotraviny?

Graf č. 5: Používáte biopotravinu jako surovinu v kuchyni při přípravě jídla?

Graf č. 6: Plánujete nyní více nakupovat od drobných lokálních ekologických farmářů?

Graf č. 7: Pokud je odpověď ano, je pro Vás důležité následující tvrzení?

Graf č.8: Myslíte si, že se v příštím roce zvýší obrat nákupu biopotravin přes internet?

Graf č.9: Pokud jste uvedli, že biopotraviny nekupujete, může se v následujícím roce změnit Váš pohled na nákup biopotravin?

Graf č. 10: Kolik je Vám let?

Graf č. 11: Do jaké kategorie byste se zařadil/a?

Graf č. 12: Jaký je přibližný čistý příjem Vaší domácnosti?

Graf č. 13: Kolik obyvatel má obec/město, v němž bydlíte?

Graf č. 14: Jaké je Vaše pohlaví?

7.5 Dotazník

Dobrý den,

jsm studentkou třetího ročníku bakalářského oboru na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích.

Pro vypracování bakalářské práce na téma o biopotravinách potřebuji Vaši pomoc při vyplnění dotazníkového šetření.

Výsledky dotazníku jsou zcela anonymní, veškeré informace z něj získané použiji výhradně pro účely mé závěrečné práce. Prosím zodpovězte jej co nejpřesněji a pravdivě, zabere Vám pouze několik minut.

V případě otázek či nejasností mě můžete kontaktovat na emailu:

bakalarka.svackova@seznam.cz

Předem děkuji za Váš čas a odpovědi.

Marie Sváčková

***Povinné pole**

1. Jak často nakupujete biopotraviny?*

Označte jen jednu elipsu.

- | | | |
|-----------------------|-------------|-----------------------|
| <input type="radio"/> | nikdy | Přeskočte na otázku 9 |
| <input type="radio"/> | denně | Přeskočte na otázku 2 |
| <input type="radio"/> | 1 x týdně | Přeskočte na otázku 2 |
| <input type="radio"/> | 1 x měsíčně | Přeskočte na otázku 2 |
| <input type="radio"/> | občas | Přeskočte na otázku 2 |

2. Kde biopotraviny obvykle nakupujete?

Označte jen jednu elipsu.

- na farmářských trzích
- přímo na farmě
- v prodejně zdravé výživy a biopotravin
- v super/hypermarketu
- v drogerii
- v lékárně
- na internetu (e-shop, dovoz biobedýnek)
- jiné: _____

3. Jak často níže uvedený sortiment v bio kvalitě nakupujete?

(prosím, seřadte: 1= nejčastěji, 2= méně často, 3= občas, 4= výjimečně, 5= vůbec ne)

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1.	2.	3.	4.	5.
maso a masné výrobky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vejce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ovoce a zelenina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mléko a mléčné výrobky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
med	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
káva a čaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
nápoje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oleje a tuky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kojenecká výživa a dětská výživa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Kolik ročně utratíte za biopotravinu?

Označte jen jednu elipsu.

- do 200 Kč
- do 500 Kč
- do 2 000 Kč
- do 10 000 Kč
- nad 10 000 Kč

5. Používáte biopotravinu jako surovinu v kuchyni při přípravě jídla?

Označte jen jednu elipsu.

- ano
- ne
- málokdy

6. Pokud ano, jakou surovinu používáte a v jaké kuchyňské úpravě?

Odpověď můžete popsat vlastními slovy:

7. Plánujete nyní více nakupovat od drobných lokálních ekologických farmářů?

Označte jen jednu elipsu.

- ano
- ne

8. Pokud je odpověď ano, je pro Vás důležité následující tvrzení?

(prosím, zakroužkujte číslo - 1= souhlasím, 2 = nesouhlasím)

Zaškrtněte všechny platné možnosti

	1	2
<input type="checkbox"/> líbí se mi, že mi zboží přivezou až před dveře	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> znám ho a důvěřuji mu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> mají nižší ceny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> přesvědčil mne bezobalový prodej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> chci podpořit regionální ekonomiku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> nechci zatěžovat životní prostředí při přepravě	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Přeskočte na otázku 11

Nenakupují biopotraviny

9. Pokud jste uvedli, že biopotraviny NIKDY nekupujete, prosím uveďte proč:

10. Pokud jste uvedli, že biopotraviny NIKDY nekupujete, může se v následujícím roce změnit Váš pohled na nákup biopotravin?

Označte jen jednu elipsu.

- Ano, začnu je kupovat
- Ne, nezačnu je kupovat

11. Myslíte si, že se v příštím roce zvýší obrat nákupu biopotravin přes internet?*

Označte jen jednu elipsu.

	1	2	3	4	5	
vůbec ne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	velmi výrazně

Údaje o Vás

12. Kolik je Vám let?*

Označte jen jednu elipsu.

- 18 - 26 let
- 27 - 40 let
- 41 - 50 let
- 51 - 65 let
- 66 let a více

13. Do jaké kategorie byste se zařadil/a:*

Označte jen jednu elipsu.

- student
- zaměstnanec
- OSVČ
- nezaměstnaný/á
- na rodičovské dovolené
- důchodce
- ostatní

14. Jaký je přibližný čistý příjem Vaší domácnosti?*

Označte jen jednu elipsu.

- do 12 000 Kč
- 12 001 - 20 000 Kč
- 20 001 - 30 000 Kč
- 30 001 - 50 000 Kč
- 50 001 Kč a více

15. Kolik obyvatel má obec/město, v němž bydlíte?*

Označte jen jednu elipsu.

- do 3 000 obyvatel
- 3 001 - 5 000 obyvatel
- 5 001 - 10 000 obyvatel
- 10 001 - 40 000 obyvatel
- nad 40 000 obyvatel

16. Jaké je Vaše pohlaví?*

Označte jen jednu elipsu.

- žena
 - muž
-