

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2012

KAMILA TOUFAROVÁ

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

KOMUNIKACE A LIDSKÉ ZDROJE

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Výhled a možnosti odbytu produkce ekologického zemědělství do roku 2015

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

01/2012

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Kamila Toufarová

JMÉNO VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ing. Olga Kutnohorská

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou bakalářskou práci na uvedené téma vypracovala samostatně a že jsem ke zpracování této bakalářské práce použila pouze literární prameny v práci uvedené.

Datum a místo:

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí bakalářské práce Ing. Olze Kutnohorské za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytla při zpracování mé bakalářské práce.

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

**VÝHLED A MOŽNOSTI ODBYTU
PRODUKCE EKOLOGICKÉHO
ZEMĚDĚLSTVÍ DO ROKU 2015**

Organic Agriculture Sales Possibilities and Prospects till 2015

Autor: Kamila Toufarová

Souhrn

Ekologické zemědělství představuje trvale se rozvíjející sektor zemědělské výroby. Stabilně se zvyšuje jak plocha obdělávané půdy v tomto režimu, tak i počet subjektů participujících na zemědělské prvovýrobě, zpracování, prodeji bioproduktů i mimoprodukčních funkcích ekologického zemědělství. Vzhledem k tomu, že spotřeba bioproduktů i známost bioznaček trvale roste, jedná o velice lukrativní segment podnikání. Pro správné a efektivní použití marketingových nástrojů a stanovení marketingové strategie je nutné provést jak analýzu legislativních vlivů politického prostředí v rámci marketingového makroprostředí, která zkoumá strategické řízení rozvoje ekologického zemědělství, tak pomocí syntézy nalézt určité druhy produkce ekologického zemědělství, pro které může být na českém trhu do roku 2015 nalezen odbyt. Jelikož si subjekty podnikající v tomto oboru mohou zachovat ekonomickou životaschopnost pouze díky dotacím, klade si tato bakalářská práce za cíl provést také vztahovou analýzu za účelem určení vlivu dotací na růst jednotlivých sekcí ekologického zemědělství. Na základě výsledku výše zmíněných analýz mohou být stanoveny marketingové cíle a sestaven marketingový plán.

Summary

Eco agriculture represents a constantly evolving branch of agricultural production. The size of cultivated land is constantly growing in this programme and the number of participants in basic agricultural production, processing and bio product sales is growing as well as by-product roles of eco agriculture. Given the growth of bio produce consumption and its brand visibility, this field offers profit potential. To reach a correct and effective use of marketing tools and a suitable marketing strategy definition, a macro environment analysis should be carried out. The analysis should be focused on legal influences of the political environment and examine strategic control of eco agriculture development. The goal of syntesis is to find certain kinds of eco agriculture production, that could find its position on the czech market by 2015. Economic entity can be selfsustainable only due to governmental subsidy. The goal of this theses is to create an incidental analysis in order to ascertain the influence of subsidies in individual sectors of eco agriculture. Marketing strategies and plans can be put together and goals could be set by using the results of the aforementioned analyses.

Klíčová slova:

Marketingové makroprostředí, ekologické zemědělství, biopotraviny, dotace, odbyt produkce ekologického zemědělství.

Keywords:

Marketing Macro Environment, Organic Agriculture, Organic Food, Subsidy, Sales of Organic Agriculture Products.

JEL Classification:

M31 – Marketing

Q01 – Sustainable Development

Q13 – Agricultural Markets and Marketing; Cooperatives; Agribusiness

Q58 – Government Policy

Obsah

1	ÚVOD	1
2	ANALÝZA LEGISLATIVNÍCH VLIVŮ MAKROPROSTŘEDÍ	3
2.1	Ekologické zemědělství	5
2.1.1	Organizace činné v ekologickém zemědělství	5
2.1.2	Legislativa v ekologickém zemědělství	6
2.2	Marketingová komunikace v ekologickém zemědělství	6
2.2.1	Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010	6
2.2.1.1	Hlavní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ do roku 2010	7
2.2.1.2	Zhodnocení výsledků Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ do roku 2010	8
2.2.2	Vývoj množství hospodařících podniků v rámci EZ	10
2.3	Marketing v ekologickém zemědělství prováděný státem	11
2.3.1	Propagace ekologického zemědělství	11
2.3.1.1	Státní podpora zpracování, odbytu a marketingu biopotravin.....	12
2.3.2	Vývoj ekologického zemědělství v letech 2011 – 2015	13
2.3.3	Společná zemědělská politika po roce 2013	13
2.3.3.1	Hlavní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2013-2015	14
2.3.3.2	Konkrétní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2013-2015	15
3	FAKTORY PŮSOBÍCÍ NA KOMODITNÍ PORTFOLIO	17
3.1	Dotace v ekologickém zemědělství	17
3.1.1	Dotační programy	18
3.1.1.1	Problémy zemědělců s vyřízením dotací	20
3.1.2	Zhodnocení vlivu dotací na rozvoj ekologického zemědělství	21
3.2	Produkce	21
3.2.1	Producenti	21
3.2.2	Produkce rostlinné výroby	22
3.2.3	Produkce živočišné výroby	23
3.2.4	Hospodářský výsledek ekofarem	24
3.3	Biopotraviny	24
3.4	Výroba biopotravin	26

3.4.1	Dodavatelé biopotravin.....	27
3.4.2	Označování biopotravin	27
3.4.3	Atributy biopotravin vhodné pro komunikaci se zákazníkem.....	28
3.5	Distribuce biopotravin	29
3.6	Analýza odbytu.....	31
3.6.1	Příležitost k odbytu českých biopotravin	32
3.6.2	Způsoby uplatnění produkce ekofarem	33
4	ZÁVĚR.....	35
	LITERATURA	38
	PŘÍLOHY	

Seznam zkratk

ČR	Česká republika
ÚZEI	Ústav zemědělské ekonomiky a informací
EU	Evropská unie
EZ	Ekologické zemědělství

Seznam tabulek

Tabulka 1 Porovnání základních statistických údajů ekologického zemědělství 8

Seznam obrázků

Obrázek 2 Národní značka BIO	28
Obrázek 3 Značka EU BIO	28

1 Úvod

Ekologické zemědělství lze označit za neustále se rozvíjející sektor zemědělství, který je především ze strany státu rozvíjen na základě potřeby regulovat dopad produkce potravin na životní prostředí a zdraví člověka. Částečný příklon k ekologickému způsobu zemědělské výroby nastal na počátku 90. let 20. století. Od té doby se stabilně zvyšuje jak plocha obdělávané půdy v tomto režimu, tak i počet subjektů participujících na zemědělské prvovýrobě, zpracování, prodeji bioproduktů i mimoprodukčních funkcích ekologického zemědělství.

Jelikož se trvale zvyšuje spotřeba biopotravin na českém i evropském trhu, roste známost značek biopotravin, ale i povědomí o bioproduktech, jedná se z marketingového hlediska o velmi lukrativní segment podnikání. Při současném objemu produkce již není možné provádět marketing intuitivně, ale je třeba využívat marketingových nástrojů.

K tomu, aby to bylo možné, je v této bakalářské práci provedena analýza legislativních vlivů politického prostředí v rámci marketingového makroprostředí, která zkoumá strategické řízení rozvoje ekologického zemědělství. Dále je provedena syntéza s cílem nalézt určité druhy produkce rostlinné i živočišné výroby ekologického zemědělství, pro které může být na českém trhu do roku 2015 nalezen odbyt. Jelikož si subjekty podnikající v tomto oboru mohou zachovávat ekonomickou životaschopnost pouze díky dotacím, je v rámci této bakalářské práce provedena také vztahová analýza s cílem určit vliv dotací na růst jednotlivých sektorů ekologického zemědělství.

O rostoucím potenciálu trhu s biopotravinami svědčí také fakt, že Ministerstvo zemědělství vypracovalo zprávu o trhu s biopotravinami, jejíž součástí bylo i zmapování způsobů distribuce, velikosti trhu a celkového objemu prodaných biopotravin. Předmětem zkoumání také bylo, zda je objem a struktura tuzemských surovin dostačující pro potřebu výrobců a distributorů biopotravin. Další marketingový výzkum zkoumal povědomí o značení biopotravin, zákaznické preference i nákupní chování.

V rámci Společné zemědělské politiky EU usiluje Ministerstvo zemědělství o plnění cílů, které stanovuje v Akčních plánech. Krom jiných, stanovuje také cíle v oblasti marketingu. Konkrétně v oblasti posílení důvěry spotřebitele a propagace.

Již od samotného vzniku konceptu ekologického zemědělství, po pádu centrálně plánované ekonomiky, vede odborná i laická veřejnost diskuze o smysluplnosti ekologického zemědělství, obzvláště za předpokladu, že je nutná dotační podpora.

Tato bakalářská práce si omezeně svým rozsahem klade následující cíle:

- zhodnocení vlivu dotací na rozvoj ekologického zemědělství
- zmapování strategického řízení rozvoje ekologického zemědělství státem
- navržení určitých druhů produkce rostlinné i živočišné výroby ekologického zemědělství, které mohou na českém trhu najít odbyt do roku 2015.

Struktura práce je rozčleněna na čtyři kapitoly. První kapitola obsahuje úvod. Ve druhé kapitole, tedy v teoreticko-metodologické části je prováděna analýza legislativních vlivů makroprostředí. Jsou popisovány organizace činné v ekologickém zemědělství, legislativa a Akční plány, ve kterých Ministerstvo zemědělství stanovuje cíle pro rozvoj a marketing, který v této oblasti provádí. Ve třetí kapitole, tedy v analytické části práce, jsou analyzovány faktory působící na komoditní portfolio, což představuje zkoumání vlivu dotací na rozvoj jednotlivých částí ekologického zemědělství, zkoumání produkce ekologického zemědělství, výroby a distribuce biopotravin a také provedení analýzy odbytu. Čtvrtá kapitola představuje závěr bakalářské práce, kde dochází ke shrnutí poznatků a popsání naplnění cílů.

2 Analýza legislativních vlivů makroprostředí

K utváření úspěšných strategií, které povedou k rozvoji odvětví ekologického zemědělství skrze zájem o biovýrobky ze strany zákazníků, je nutná důkladná analýza jak marketingového mikroprostředí, tak i makroprostředí.

Tato bakalářská práce, omezena svým rozsahem, se zaměřuje pouze na analýzu legislativních vlivů z makroprostředí. Jelikož hlavní úlohu v rozvoji koncepce ekologického zemědělství má v ČR i EU stát, analýza je zacílena na legislativní vlivy z politického prostředí, a to skrze Akční plán na rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010 a Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015. Dotační politika prováděná jak ČR, tak i EU rovněž spadá do legislativních vlivů z makroprostředí. Vliv působení EU na rozvoj sektoru ekologického zemědělství v ČR je popsána v kapitole 2.3.3 o Společné zemědělské politice EU po roce 2013.

Na rozdíl od marketingového mikroprostředí, které může firmu ovlivňovat, a kdy se dle P. Kotleta a G. Armstronga jedná zejména o firemní prostředí, dodavatelsko-odběratelské vztahy, poskytovatele služeb, konkurenci, charakter cílového trhu a vztahy s veřejností,¹ marketingové makroprostředí je tvořeno všemi vnějšími vlivy, které musí být brány v potaz při dlouhodobém plánování aktivit i strategie firmy.

P. Kotle a G. Armstrong definují makroprostředí takto: „*vnější okolnosti, které ovlivňují mikroprostředí (demografické, ekonomické, přírodní, technologické, politické a kulturní faktory)*”.² Jednotlivé složky makroprostředí mohou výrazně ovlivnit podmínky, ve kterých firma podniká, ale i její konkurenceschopnost.

Vlivy marketingového makroprostředí lze tedy rozdělit na vlivy demografického prostředí, ekonomického prostředí, technologického prostředí, přírodního prostředí, politického a kulturního prostředí.³

Při zkoumání demografického prostředí je například významné věkové složení a počet obyvatelstva k tomu, aby mohlo být firmami i státem uskutečněno plánování objemu a druhů biopotravin, které najdou uplatnění na trhu.

¹ KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2004). *Marketing*. Praha: Grada Publishing. str. 175-178.

² KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2004). *Marketing*. Praha: Grada Publishing. str. 175.

³ Příloha 1 Faktory ovlivňující vnější prostředí firmy.

Pomocí analýzy ekonomického prostředí je možné získat přehled o kupní síle obyvatelstva a o složení výdajů domácností. Tyto údaje jsou důležité pro plánování objemu výroby bioproduktů, které budou následně nabízeny na trhu, druhů výrobků i jejich ceny, s přihlédnutím ke kupní síle obyvatelstva a složení výdajů domácností.

Analýza přírodního prostředí odpoví na otázku, zda existuje přírodní prostředí, v němž je možné ekologické zemědělství provozovat, produkovat produkty rostlinné i živočišné výroby, které je pak možno vhodnými marketingovými aktivitami zatraktivnit pro potenciální zákazníky za účelem dosažení odpovídajícího tržního podílu či zisku pro firmy, které v tomto oboru podnikají. Zda toto přírodní prostředí umožní plnění strategického plánu státu na rozvoj EZ, spotřeby biopotravin a podílu českých biopotravin na českém trhu. Navíc lze do přírodního prostředí zařadit i problematiku ekologie. Zda se lidé zajímají o problematiku ekologie a jak v nich mohou firmy nebo stát tento zájem pomocí marketingových aktivit vzbudit či posílit. Ministerstvo zemědělství ČR i EU svou politikou usilují o trvale udržitelný rozvoj v oblasti zemědělství.

Rešerše technologického prostředí může potvrdit či vyvrátit domněnku, že je možné za pomoci stávajících technologií produkovat určité množství určitých bioproduktů.

Kulturní prostředí ovlivňuje základní společenské hodnoty lidí, tedy jednotlivých států, z marketingového hlediska trhů. Znalost těchto hodnot je jedním z důležitých faktorů, které ovlivňují marketingové aktivity firem působících v tomto odvětví. Všechny složky makroprostředí se navzájem velmi úzce ovlivňují. V případě ekologického zemědělství je viditelná nejužší spojitost mezi prostředím přírodním a politickým. Důvodem je zájem lidí o ekologii, tedy zdravější životní prostředí a biopotraviny. Dále, na straně druhé, je zájem státu budovat u obyvatel tento zájem, aby tak mohl dosáhnout svého strategického cíle, stanoveném v Akčních plánech na rozvoj ekologického zemědělství. Ten zahrnuje trvale udržitelný rozvoj, vybudování stabilního, z dlouhodobého hlediska prosperujícího a konkurenceschopného trhu s produkty EZ, rostoucí podíl na celkovém množství zpracovaných potravin i podíl českých biopotravin na celkové spotřebě biopotravin v ČR.

2.1 Ekologické zemědělství

Počátky ekologického zemědělství v ČR můžeme vysledovat již od počátku 90. let 20. století, kdy po pádu centrálně plánované ekonomiky vznikl prostor pro obor zemědělství, který propaguje moderní technologie, inovativní environmentální přístupy a kvalitativní přístup k produkci a zpracování. Ačkoli se jedná o obor poměrně mladý, má za sebou pozoruhodný vývoj, který byl nastartován zájmem zemědělců a veřejnosti o trvale udržitelný rozvoj a kvalitní potraviny produkované šetrným způsobem bez používání umělých hnojiv, chemických přípravků a hormonálních látek. Od roku 1990 došlo k významnému nárůstu všech dílčích oblastí, ve kterých je a bylo provozováno. Došlo tedy k nárůstu počtu ekofarem, ekologicky obhospodařované půdy i počtu výrobců biopotravin.

„Ekologické zemědělství (EZ) představuje systém hospodaření, který používá pro životní prostředí šetrné způsoby k potlačování plevelů, škůdců a chorob, zakazuje použití syntetických pesticidů a hnojiv, v chovu hospodářských zvířat klade důraz na pohodu zvířat, dbá na celkovou harmonii agroekosystému a jeho biologickou rozmanitost a upřednostňuje obnovitelné zdroje energie a recyklaci surovin. Ekologické zemědělství tak odpovídá principům trvale udržitelného rozvoje zemědělství, které již neplní pouze produkční funkci, ale především funkci mimoprodukční. Ekologické zemědělství je vnímáno jako alternativa pro řešení problému vyliďňování venkova, odlivu pracovníků ze zemědělské prvovýroby a částečně i pro řešení nerovnoměrností regionálního rozvoje.“⁴

Zásluhu na rozvoji EZ má EU a Ministerstvo zemědělství, jenž provádí legislativní činnost a formulaci agrární politiky. V neposlední řadě také nevládní organizace, které se podílejí na výzkumu, propagaci a zajišťování podmínek pro nezávislost kontroly EZ.

2.1.1 Organizace činné v ekologickém zemědělství

EZ tvoří v současné době pevnou součást českého agrárního sektoru. Stalo se tak díky agrární politice prováděné státem i EU a snaze ekologických zemědělců i nevládních

⁴ Ministerstvo zemědělství ČR (2004). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 6.

organizací. Z nevládních organizací, které působí v oblasti EZ lze jmenovat **Bioinstitut o.p.s.**, jehož posláním je podpora rozvoje EZ v oblasti výzkumu, poskytování informací a přenosu poznatků z vědy do praxe. **PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců** sdružuje ekozemědělce, zpracovatele, prodejce biopotravin, spotřebitele, poradce, školy a příznivce EZ. Spotřebitelská témata jsou podstatou činnosti **Pro-BIO Ligy**. Hlavním posláním svazu PRO-BIO je prosazování ekologického způsobu zemědělství. Dále se zabývá propagací biopotravin a dbá na to, aby v ČR fungovala nezávislá a transparentní kontrola EZ, vydává ve spolupráci s předními evropskými svazy v tomto oboru vlastní směrnice pro hospodaření i zpracování. Na globální bázi působí v EZ Světová federace hnutí ekologických zemědělců **IFOAM**. Dalšími důležitými organizacemi jsou: **ÚZEI, Potravinářská komora ČR, EPOS Spolek poradců v ekologickém zemědělství, BIOKONT.**

2.1.2 Legislativa v ekologickém zemědělství

- Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a k němu prováděcí předpis
- Nařízení Komise (ES) č. 889/2008 ze dne 5. září 2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci
- Zákon č. 242/2000 Sb., a vyhláška Mze č. 16/2006 Sb.

2.2 Marketingová komunikace v ekologickém zemědělství

2.2.1 Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010

Ministerstvu zemědělství bylo v roce 2004 usnesením vlády uloženo zpracovat ve spolupráci s Ministerstvem životního prostředí konečné znění Akčního plánu do roku 2010 a zřídit meziřesortní skupinu pro realizaci cílů Akčního plánu. Jde o dokument strategického charakteru v oblasti rozvoje EZ. Tomuto rozhodnutí předcházela výzva Rady ministrů, na základě které zpracovala Evropská komise dokument „Možnosti vzniku evropského akčního plánu rozvoje ekologického zemědělství.“

Hlavní argumenty k přijetí Akčního plánu ekologického zemědělství do roku 2010 byly:

- „*Ekologické zemědělství patří k nejrychleji rostoucím odvětvím zemědělství v ČR.*
- *Ekologické zemědělství je šetrné k životnímu prostředí, díky svým metodám a důrazu na agro-biodiverzitu, s ohledem na multifunkční roli venkovského prostoru.*
- *Ekologické zemědělství zvyšuje pohodu zvířat nad rámec platných legislativních předpisů.*
- *Ekologické zemědělství je řešením pro nadprodukcí potravin s odklonem od kvantity ke kvalitě a ke stabilitě trhu v souladu s reformou Společné zemědělské politiky EU.*
- *Ekologické zemědělství přispívá k rozšíření nabídky na trhu s potravinami a umožňuje spotřebiteli volbu mezi ekologickými a konvenčními potravinami.*
- *Ekologické zemědělství podporuje hospodářský a sociální rozvoj v méně příznivých a zaostávajících venkovských oblastech.“⁵*

2.2.1.1 Hlavní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ do roku 2010

Mezi **hlavní cíle** Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ do roku 2010 patřilo posílení postavení EZ v ČR, zajištění životaschopnosti ekologicky hospodařících farem, zvýšení konkurenceschopnosti českého zemědělství v EU a zajištění nepoužívání geneticky modifikovaných organismů v produkci EZ. Mezi další hlavní cíle patřilo úsilí zajistit lepší možnosti pro výzkum, vzdělání a odborné poradenství. Z hlediska produkce potravin se jednalo o rozšíření trhu s biopotravinami a zvyšování důvěry veřejnosti v ekologické zemědělce. Bylo stanoveno, že do roku 2010 by měl podíl zemědělské půdy začleněné do systému EZ představovat 10 procent.⁶

⁵ Ministerstvo zemědělství ČR (2004). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 7.

⁶ Ministerstvo zemědělství ČR (2004). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 9.

Akčního plánu byl zpracován zástupci Mze, MŽP, VÚZE a ÚZPI. Dále zástupci svazů ekologických zemědělců (PRO-BIO, Litera), kontrolní organizace KEZ o.p.s., zemědělských univerzit, výzkumných ústavů, ekozemědělců, výrobců a obchodníků s biopotravinami.⁷

2.2.1.2 Zhodnocení výsledků Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ do roku 2010

- **Hlavní cíl – dosáhnout do konce roku 2010 desetiprocentní podíl zemědělské půdy v EZ byl splněn.**

Tabulka 1 Porovnání základních statistických údajů ekologického zemědělství

	leden 2004	leden 2010	srpen 2010
Počet ekologických zemědělců	810	2689	3494
Výměra zemědělské půdy v EZ (ha)	254982	398407	442869
Podíl ZP v ekologickém zemědělství (%)	5,97	9,38	10,42
Počet výrobců biopotravin	96	497	643

Zdroj: MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 3.

- **Cíl v oblasti vztahu EZ k životnímu prostředí**

Cíl zvýšit informovanost odborné veřejnosti byl díky vydání několika publikací, bulletinu a studii na téma diverzita a ekologické zemědělství splněn.

⁷ Ministerstvo zemědělství ČR (2004). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 3-4.

- **Cíl v oblasti posílení důvěry spotřebitele – propagace**

Cíl zvýšit důvěru spotřebitele a jeho informovanosti o EZ byl realizován hlavně přes propagaci národního loga BIO, kterým jsou označovány biopotraviny. Jak vyplývá z výzkumu společnosti Ogilvy (BIO – výzkumná zpráva)⁸, který byl prováděn v listopadu 2008 s cílem ověřit povědomí české veřejnosti o EZ, biopotravinách, značkách biopotravin a také ověřit účinnost první fáze komunikační kampaně, bylo dosaženo těchto zjištění:

- Značka „Produkty ekologického zemědělství“ je dobře známa, ale jen mezi osobami, které se o biopotraviny tak či onak zajímají. Z celku dotázaných zná tuto značku zhruba třetina. Znalost bio značky Evropské unie je slabá; celkově ji zná necelá pětina dotázaných.
- Zhruba třetina respondentů zaznamenala komunikační kampaň.
- Komunikační kampaň je respondenty cílové skupiny velmi dobře hodnocena.

Z toho vyplývá, že již třetina respondentů zná národní značku BIO. Komunikační kampaň byla zaznamenána a pozitivně hodnocena.

- **Cíl v oblasti zpracování a marketingu**

Cílem bylo hlavně podpořit osvětovou a propagační činnost. Proběhlo množství vzdělávacích seminářů, bylo vydáno několik publikací, ÚZEI shromažďuje statistické údaje. Dále byla podpora sdružování výrobců zanesena do Horizontálního plánu rozvoje venkova na roky 2004 – 2006. Od roku 2007 byla podpora výrobců biopotravin zakotvena do Osy I. Programu rozvoje venkova. Byla také navázána spolupráce s marketingovým odborem SZIF. **Na základě těchto skutečností lze konstatovat, že cíl byl splněn.**

- **Cíl v oblasti schopnosti podnikat a ekonomické životaschopnosti**

Cílem bylo posílit podporu zpracování bioproduktů, chovu hospodářských zvířat, diverzifikaci činnosti v podobě agroturistiky a výrobu regionálních specialit. Cíle

⁸ OGILVY (2008). *BIO – výzkumná zpráva*. Praha: Ogilvy.

bylo dosaženo prostřednictvím Programu rozvoje venkova 2007 – 2013. V tomto programu jsou bodově zvýhodněni v rámci investičních projektů výrobci biopotravin. **Úspěšné ekologické farmy byly podpořeny v rámci projektu Ministerstva zemědělství s názvem Ekologické zemědělství a zpracování biopotravin.**

- Cíl v oblasti výzkumu – vzdělávání – poradenství

Na podporu výzkumu byl schválen Program výzkumu v agrárním sektoru 2007 – 2012. EZ bylo začleněno do témat projektů v rámci projektů Národní agentury pro zemědělský výzkum. Dále byla zřízena Databanka výzkumu ekologického zemědělství. EZ se vyučuje na středních i vysokých školách, probíhají konference, byli akreditováni odborní poradci a byla ustanovena Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství. Nejvýznamnějším počinem bylo založení Bioinstitutu. **Lze tedy konstatovat, že výzkum, vzdělávání a poradenství je zajištěno na dostatečné úrovni.**

- Cíl v oblasti nástrojů politiky – politických řešení

Nástrojem k realizaci cílů Akčního plánu bylo na základě Usnesení vlády č. 236/2004, **zřídit pracovní skupinu.** Tato skupina byla zřízena ze zástupců jednotlivých krajů a dotčených resortů. Skupina spolupracovala s expertními pracovními skupinami a dávala doporučení Ministerstvu zemědělství k naplnění cílů zmíněného Akčního plánu. Na základě činnosti pracovní skupiny zřízené na základě Usnesení č. 236/2004, **tento nástroj agrární politiky ČR lze považovat za funkční.**

2.2.2 Vývoj množství hospodařících podniků v rámci EZ

Od počátku 90. let počet podniků hospodařících v rámci EZ významně vzrostl. Stejně tak výměra zemědělské půdy obhospodařované v tomto systému. Ke konci roku 2010 byl podíl zemědělského půdního fondu na celkovém zemědělském fondu již 10,55 %. Do systému bylo ke konci roku 2010 zapojeno již 3517 podniků.⁹

Podle údajů, uvedených v tabulce 1, lze konstatovat, že od počátku 90. let do roku 2010, do kdy existují zpracované údaje, je nárůst jak podniků, obhospodařované

⁹ Příloha 2 Vývoj výměry zemědělské půdy v EZ ČR.

půdy, tak i podílu půdního fondu EZ z celkového zemědělského půdního fondu trvale rostoucí. K významnému nárůstu došlo díky dotacím zejména v porovnání mezi roky 1990 a 1991, dále mezi 2006 a 2007 a později ještě meziročně v letech 2009 a 2010. Hlavní cíl dosažení 10 % podílu zemědělské půdy v EZ byl splněn.

2.3 Marketing v ekologickém zemědělství prováděný státem

2.3.1 Propagace ekologického zemědělství

Klíčovým aspektem pro další rozvoj trhu s biopotravinami bylo **zvyšování důvěry spotřebitelů a zvyšování informovanosti o EZ**. Byla vyvinuta snaha o propagaci loga BIO, kterým se označují biopotraviny.

Za účelem propagace biopotravin došlo k navázání spolupráce s marketingovým odborem SZIF. První státní kampaň na podporu zvýšení informovanosti spotřebitele o EZ proběhla v letech 2008-2010. V rámci propagace došlo k představení českých biovýrobců na výstavách Biofach v Norimberku a na domácích výstavách Země Živitelka a Salima. Propagace byla vedena i nevládními organizacemi, z nichž některé byly finančně podpořeny Ministerstvem zemědělství. Lze jmenovat například soutěž o nejlepšího ekologického zemědělce roku – Bartákův hrnec, soutěž o nejlepší biopotravinu roku a Biovíno Pavlov pod Pálavou.¹⁰

Od roku 2005 je každoročně vyhlašováno září měsícem biopotravin. Jedná se o akci financovanou Ministerstvem zemědělství. V rámci tohoto programu probíhají ve všech regionech propagační akce. Například biodožínky, biojarmarky, ochutnávky, semináře a další.¹¹ Dalším krokem, kterým Ministerstvo zemědělství podpořilo informovanost o EZ, bylo přispění na provoz webových stránek www.biospotrebitel.cz a agronavigátor.cz/ekozem. Vznikly i další stránky, jako například www.bio-info.cz, www.biopotraviny.info.¹²

¹⁰ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 4.

¹¹ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 4.

¹² Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 4.

2.3.1.1 Státní podpora zpracování, odbytu a marketingu biopotravin

Zpracování, odbyt a marketing biopotravin byly v době tvorby Akčního plánu jednou z nejméně rozvinutých oblastí celého systému EZ. Bylo třeba ekologické zemědělce nějakým způsobem sdružit. Na tomto základě byl přijat Horizontální plán rozvoje venkova na roky 2004-2006. Od roku 2007 bylo zavedeno opatření v rámci Osy I. Programu rozvoje venkova. Cílem bylo přidat hodnotu zemědělským a potravinářským produktům. V rámci programu rozvoje venkova 2007 – 2013 jsou bodově zvýhodněni výrobci biopotravin, včetně těch, kteří rozvíjejí agroturistiku.¹³

Dále došlo k navázání spolupráce s marketingovým odborem SZIF. V roce 2005 proběhlo v 9 regionech množství vzdělávacích seminářů, orientovaných na problematiku prodeje produktů EZ. Na tomto základě byla vydána brožura Základy marketingu pro ekologické zemědělce. V roce 2006 se konal cyklus seminářů na téma zpracování a odbyt produktů EZ. Další publikace „Jak spolupracovat s maloobchodními prodejny při prodeji bioproduktů“ a „Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě“ byly vydány v roce 2005. Od roku 2008 ÚZEI sbírá statistická data z oblasti EZ a produkce biopotravin, z nichž některé využívá i EUROSTAT.¹⁴

V roce 2007 byl schválen program Ekologické zemědělství a biopotraviny. Tento program v letech 2008 – 2011 finančně podporuje Ministerstvo zemědělství. Program se zaměřil na podporu projektů v oblastech zavádění biopotravin do škol a odbyt biomléka. Další oblastí, kterou Akční plán svými opatřeními rozvíjel, byla oblast vztahu EZ k životnímu prostředí a pohodě zvířat. V oblasti vztahu EZ k životnímu prostředí se pracovní skupina Ekologické zemědělství v ochraně přírody a krajiny, zabývala hlavně zvýšením informovanosti odborné veřejnosti a vydáním publikací na toto téma. Na podporu oblasti zajištění pohody zvířat byly pořádány semináře a konference. Tímto tématem, které je i jedním z témat Programu na rozvoj venkova 2007 - 2013 se zabývá i druhý díl učebnice Ekologické zemědělství. Výzkum je realizován v Programu výzkumu v agrárním sektoru 2007 – 2012.¹⁵

¹³ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 5-6.

¹⁴ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 5-6.

¹⁵ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 5-6.

2.3.2 Vývoj ekologického zemědělství v letech 2011 – 2015

Strategický dokument Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011 – 2015 navazuje na předešlý Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství 2010. Institucí, která je za realizaci tohoto plánu odpovědná, je Ministerstvo zemědělství ČR. Koordinaci a praktickou realizaci od roku 2011 provádí Komise pro ekologické zemědělství, která spadá pod Ministerstvo zemědělství, jemuž je poradním orgánem. Tato komise je kontrolním orgánem plnění cílů Akčního plánu.

Pozdější akční plán byl zpracován klíčovými organizacemi v oblasti EZ. Pracovní skupinu pro přípravu Akčního plánu tvořili zástupci těchto organizací: ÚZEI, PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, Bioinstitut, Potravinářská komora ČR, EPOS spolek poradců v ekologickém zemědělství, PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, BIOKONT, Compassion in World Farming, Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství, zástupce nevládní organizace „Tradice Bílých Karpat“, zástupci vysokých škol, zemědělců a výrobců biopotravin.¹⁶

V letech 2011-2015 již není ve srovnání s minulými lety tak důležité zvyšovat počet ekologicky hospodařících zemědělců na co nejvyšší výměře půdy. Zejména díky dotačním programům stále roste počet zemědělců hospodařících v tomto režimu. Celý systém EZ má rostoucí tendenci. Konkurenceschopnost však lze v současných podmínkách zajistit pouze díky subvencím. Podpůrné mechanismy, jako jsou dotace, zvyšují počet ekozemědělců, ale i obdělávané půdy v EZ. Důležité je především zkvalitnit celý systém EZ a podpořit jeho kontrolu. Evropská komise proto připravila Společnou zemědělskou politiku po roce 2013, kdy bude usilovat o spravedlivější rozdělení dotací a snížení míry dovozu potravin.

2.3.3 Společná zemědělská politika po roce 2013

V rámci diskuzí o společné zemědělské politice po roce 2013 jsou probírány především otázky ekonomické. **Hlavním bodem bude vyjednat snížení míry dovozu potravin,**

¹⁶ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 3.

zavedení jednotného značení potravin a úprava současného systému z hlediska dotování, kdy je zahraniční zboží na rozdíl od toho domácího dotováno v rámci dotace na export.

České EZ trpí tím, že staré země EU, které do EU vstoupili před rokem 2004, mají vyšší dotace než například ČR. Nově přistupujícím zemím bylo stanoveno přechodné období, ve kterém nepobírají dotace na hektar půdy jako staré země EU. Navíc dostávají dotaci na export, jestliže exportují svoje výrobky do jiných států Evropské unie. Vzniká tak paradox, že dovezené bioprodukty jsou levnější než tuzemské.

Jedním z důležitých bodů této politiky je snaha o snížení míry dotací. Současná míra dotací představuje už asi 40% unijního rozpočtu. Dotace v rámci Společné zemědělské politiky již dnes neplní svoji původní funkci, a to potravinovou soběstačnost Evropy.

Z toho důvodu bude Evropská komise usilovat o spravedlivější rozdělování finančních prostředků z EU. Cestu vidí v jejich sjednocení a v zavedení stropu pro základní sazby přímých plateb. Farmy v ČR disponují poměrně vysokou výměrou půdy, což znamená, že by vznikl problém s tímto stropem a tato politika, která se prezentuje jako spravedlivější, by nebyla pro české ekozemědělce výhodná.

2.3.3.1 Hlavní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2013-2015

Hlavní cíle jsou následující:¹⁷

- **Vybudovat stabilní, z dlouhodobého hlediska prosperující a konkurenceschopný trh s produkty EZ**
- **Vytvořit infrastrukturu, která umožní kontinuální a dlouhodobě udržitelný rozvoj** a zároveň vytvoří podmínky k tomu, aby byla bioprodukce významnou položkou českého EZ. Jde tedy o zvýšení produkce českých biopotravin.
- **Efektivně propojit prvovýrobu a zpracování zemědělského i nezemědělského charakteru**

¹⁷ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 17.

2.3.3.2 Konkrétní cíle Akčního plánu ČR pro rozvoj EZ v letech 2013-2015

Konkrétní cíle jsou následující:¹⁸

- **Dosažení 15 % podílu EZ z celkové plochy zemědělství v ČR a 20% podílu orné půdy z celkové výměry půdy v EZ**

Dosahnout toho lze podporou zajišťování mimoprodukčních funkcí EZ, podporou růstu trhu a vytvářením podmínek pro farmy, které chtějí do systému EZ vstoupit. Farmy mohou fungovat částí provozu konvenčně a částí ekologicky.

- **Dosažení 3 % podílu biopotravin na celkovém množství zpracovaných potravin a zvýšení podílu českých biopotravin na 60% na trhu s biopotravinami**

Je třeba podpořit zájem spotřebitelů o biopotraviny. Stát hraje důležitou úlohu ve vysvětlování veřejnosti, co EZ je a jeho přínosů pro společnost. K tomu je v současné době nutné využívat i médií.

- **Dosažení nárůstu spotřeby biopotravin ročně minimálně o 20%**

Stěžejním faktorem k nárůstu spotřeby biopotravin je propojení prvovýroby a zpracování.

- **Zvýšení důvěry spotřebitele**

Někteří potenciální spotřebitelé doposud odkládají nákup bioproduktů z toho důvodu, že příliš nevěří, že je u výroby každého bioproduktu důsledně dodržován postup pro výrobu a zpracování tohoto druhu potravin. Je tedy třeba neustále upozorňovat na kontrolní mechanismus, který je v činnosti.

Každý zpracovatelský podnik, a to i ten, který biopotraviny pouze balí, je dle nařízení Rady EU pod kontrolou. Kontrolovány jsou i velkoobchody, které prodávají zboží pod svojí značkou a jestliže dováží zboží ze zemí mimo EU. Kontrola se provádí hlavně v oblastech toku zboží, protože čerstvost je jedním z nejdůležitějších aspektů

¹⁸ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 17-18.

biopotravin. Dále pak na receptury. Zpracovatel musí být schopen předložit certifikát na zboží, které nakoupil. Musí být také schopen doložit množství nakoupeného a prodaného zboží. Velký důraz kontrola klade na označení biopotravin. Jestliže produkt obsahuje označení „bio“ nebo „eko“, je nutné, aby všechny jeho části byly z ekologicky vyprodukovaných surovin. Mohou existovat produkty, které jsou vyrobeny ze 70-95% z produkce EZ. U těchto produktů lze jen omezeně poukazovat na ekologickou produkci, ale nesmí být označeny značkami „bio“ nebo „eko“.¹⁹

- **Zvýšení podílu příjmů z produkce a zpracování vůči podporám a posílení podnikatelského myšlení a konkurenceschopnosti**

Na základě implementace Společné zemědělské politiky EU bude muset stát přistoupit ke kroku postupného snižování závislosti EZ na dotacích. Přímá podpora zemědělství ze strany EU bude doplněna spolufinancováním z národních rozpočtů členských států. Další z možností, jak tohoto cíle dosáhnout je, že stát zajistí dostupnost informací o trhu, poradenství pro ekozemědělce i zpracovatele a pomůže rozšířit odbytová místa.

- **Zvýšit reálný přínos EZ pro životní prostředí, pro pohodu zvířat a zdravotní stav obyvatelstva**

Při výrobě biopotravin je povoleno používat pouze některé složky nezemědělského původu. V rámci Akčního plánu je třeba podporovat způsoby zpracování, kdy je použito co nejméně povolených aditiv. Veřejnost je nutné seznamovat s mimoprodukční funkcí EZ. Lze jmenovat například krajinoformující aktivity, revitalizace krajiny, protierozní aktivity. EZ totiž tímto způsobem produkuje veřejné statky.

¹⁹ VÁCLAVÍK, T. (2006). *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, str. 9.

3 Faktory působící na komoditní portfolio

3.1 Dotace v ekologickém zemědělství

Pravidla v EZ zakazují, mimo jiné, používat dusíkatá hnojiva a chemické prostředky proti škůdcům. V tomto režimu je tedy mnohem složitější dosáhnout objemu produkce, kterého dosahuje konvenční zemědělství. Navíc EZ, svým způsobem činnosti podporuje veřejně prospěšnou biodiverzitu, chrání životní prostředí a méně zatěžuje půdu.

Jestliže stále existuje konvenční zemědělství s menšími náklady na produkci a v konečném výsledku i s nižší cenou výrobků, musí stát a EU vynakládat finanční prostředky v podobě dotací na to, aby ekologičtí zemědělci mohli činnost, která přináší veřejné statky provádět. Dotační politika vychází mimo jiné i z faktu, že skrze to, že EZ nemůže z výše zmíněných důvodů dosahovat takového objemu produkce s takovými náklady jako konvenční zemědělství, nese ekonomickou újmu.

„Od roku 1992 začíná silný tlak (vliv EU) na zmenšení rozsahu českého zemědělství a zejména snížení zornění, které bylo relativně vysoké. Pro vývoj zemědělství se stávají určujícími dva trendy – vlastní útlum zemědělské produkce vyplývající z transformačního procesu a politický tlak EU na snížení objemu české produkce (zejména v některých komoditách).“²⁰

Tyto tlaky a zavedené dotační programy vedly k tomu, že někteří zemědělci změnilí styl chovu skotu. Převodli ho na chov bez tržní produkce mléka. Souvisí to s tím, že začali využívat dotací na zatravnění. Dalším důvodem k preferenci zemědělců podnikat na zatravněné půdě bylo Agroenvironmentální opatření AEO HRDP, kdy byla dotace podmíněna tím, že travní porost bude zatížen pouze minimálním množstvím zvířat.²¹

Dotační politika tak bude v budoucnu zřejmě hlavním stimulem rozvoje EZ v ČR. *„Dotační titul pro ekologické zemědělství je součástí agroenvironmentálních opatření, to znamená, že je primárně zaměřen na podporu mimoprodukčních funkcí.“²²* Podporu rozvoje mimoprodukčních funkcí zemědělství je zakotveno v Nařízení vlády č.

²⁰ EPOS (2007). *Příčiny stagnace produkce biopotravin a návrh doporučení k nápravě*. Brno: EPOS, str. 1.

²¹ Příloha 3 Podíl jednotlivých kultur na celkové výměře EZ (%).

²² Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 19.

242/2004 Sb. Nicméně lze říci, že i produkční funkce EZ je stejně důležitá jako ta mimoprodukční.

„Dotace jsou tedy konkrétně nositelem:

- *strategických opatření k minimalizaci negativních dopadů socioekonomického prostředí na přírodní prostředí v konkrétních oblastech,*
- *přeměny struktury výroby,*
- *rozvoje multifunkčních aktivit subjektů zemědělské prvovýroby,*
- *zlepšování sociálních atributů,*
- *rozvoje indikátorů hodnocení trvale udržitelného rozvoje venkova, tj. zejména o úpravu stávajících indikátorů monitorujících vliv zemědělské prvovýroby na životní prostředí, a návrh nových indikátorů monitorujících vliv socioekonomického prostředí jako celku na životní prostředí a speciálně i vliv úrovně sociálních atributů na stav životního prostředí.“²³*

3.1.1 Dotační programy

Dotační programy lze v zásadě dělit podle toho, z jakého zdroje dotační finance pocházejí. Existují dotační fondy EU, které jsou částečně dofinancovány ze státního rozpočtu ČR a národní dotační programy, které jsou zcela financovány ze státního rozpočtu a vyplácí je Státní intervenční fond.

Ekologičtí zemědělci nejčastěji využívají dotace z Programu rozvoje venkova v ose II. v rámci agroenvironmentálního opatření.²⁴ Jedná se o dotace na plochu zařazenou do EZ. Jestliže žadatel splňuje všechny podmínky, může žádat o dotace na plochu (přímé platby) i v Programu rozvoje venkova – osa II.

Přímé platby

Od roku 2004 se v ČR uplatňuje systém jednotné platby na plochu, tzv. SAPS – Single Area Payment Scheme. Přímé platby nebyly poskytnuty nově přistoupeným státům do EU v plné výši.

²³ KOUŘILOVÁ, J., PŠENČÍK, J., KOPTA, D. (2009). *Dotace v zemědělství: z hlediska komplexního pohledu a s přihlédnutím k ekologickému zemědělství*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, str. 5.

²⁴ Příloha 4 Vyplacené dotace v rámci agroenvironmentálního opatření EZ, tzn. dotace na plochu.

Dle přístupové smlouvy a nařízení Rady (ES) č. 1782/2003 se aplikuje postupné navyšování přímých podpor z 25 % v roce 2004, 30 % v roce 2005, 35 % v roce 2006, 40 % v roce 2007 a následně každoročně se zvýšením o 10 % až do dosažení 100% výše v roce 2013. To je stejná úroveň plateb ve starých členských státech EU (EU 15), aplikovaných k 30. 4. 2004. Členskými státy se mohou také přímé podpory dorovnávat z vlastních zdrojů (tzv. národní doplňkové platby k přímým podporám – top-up) o 30 % unijní sazby, maximálně však do 100 % unijní sazby, platné ke dni 30. 4. 2004.²⁵

Program rozvoje venkova 2007–2013

Program rozvoje venkova zajišťuje Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova. Jednotlivé strategie jsou specifikovány v několika osách, které jsou stanoveny národním strategickým plánem rozvoje venkova. Tento fond zajišťuje realizaci tohoto programu. Dotace poskytuje EU z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD).

Důležitými cíli programu rozvoje venkova je zajišťování rozvoje venkova na bázi trvale udržitelného rozvoje, zlepšení stavu životního prostředí a snížení negativních vlivů intenzivního zemědělského hospodaření. Program dále umožňuje vytváření podmínek pro konkurenceschopnost ČR v základních potravinářských komoditách.²⁶

„Od roku 2007 je podpora ekologickým zemědělcům na plochu vyplácena v rámci Programu rozvoje venkova 2007 – 2013. Výše dotace byla pro rok 2010 následující:

- 155 EUR/ha při hospodaření na orné půdě, s výjimkou pěstování zeleniny nebo speciálních bylin,
- 89 EUR/ha při hospodaření na travních porostech pro 100% ekologického zemědělce (bez souběhu s konvenčním zemědělstvím), 71 EUR/ha pro zemědělce se souběhem
- 849 EUR/ha, při obhospodařování vinic, ovocných sadů nebo chmelnic/ 510 EUR/ha při obhospodařování extenzivních ovocných sadů
- 564 EUR/ha při pěstování zeleniny nebo speciálních bylin na orné půdě.“²⁷

²⁵ Ministerstvo zemědělství ČR, <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/prime-platby/> (data k 30. 9. 2011).

²⁶ Ministerstvo zemědělství ČR, <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2007/> (data k 30. 9. 2011).

²⁷ Ministerstvo zemědělství ČR (2011). *Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31. 12. 2010*. Praha: Ministerstvo zemědělství, str. 4.

Navíc, kromě těchto částek se od roku 2008 vyplácí další platba – 89 EUR na hektar pro ekozemědělce, kteří na ekofarmách hospodaří plně ekologickým způsobem a snížená sazba pro ty, kteří hospodaří v souběhu.

Národní dotace

Jedná se o dotace, kterými stát podporuje výrobní potenciál zemědělství a rozvoj venkova. Existují programy, které nelze posuzovat dle kritérií ziskovosti a efektivnosti, ale jsou důležité.

Dotace v EZ jsou přiznávány zejména v rámci Osy II. Programu rozvoje venkova (Zlepšování životního prostředí a krajiny), podtitulem Ekologické zemědělství, podopatření Postupy šetrné k životnímu prostředí. Jedná se o Agroenvironmentální opatření (AEO).

3.1.1.1 Problémy zemědělců s vyřízením dotací

Dle Právní analýzy hlavních problémů farem souvisejících s administrací a vyplácením dotací Platební agenturou – SZIF, bylo většímu počtu těchto žádostí nevyhověno. Při zkoumání bylo zjištěno, že chyba, která byla důvodem zamítnutí žádostí o dotace, byla způsobena banálními administrativními chybami, či chybou softwarového systému, určenému k vyřizování dotací. Po odvolání a přezkoumání věci, byly tyto žádosti nakonec schváleny. Tito zemědělci se však mohli dostat do finančních problémů nebo utpět finanční újmu. Při neschválení dotací na zemědělské stroje, například nemohou provádět sezónní práce, které není možné odložit.

Bezchybné vypracování a podání žádosti o dotace vyžaduje detailní znalost této problematiky. Někteří proto musí využívat služeb poradenských firem. Ekologičtí zemědělci poukazují na to, že pravidla pro získávání dotací jsou velmi složitá.²⁸

I. Heřmanská proto navrhuje, aby ZIF realizoval výzvu k odstranění vad žádosti s konkretizací požadavků. Aby se také stanovovaly termíny pro vyplácení veškerých dotací tak, aby krom toho, že by existoval příslib dotačních plateb, tento příslib by byl

²⁸ HEŘMANSKÁ, I. (2007). *Právní analýza hlavních problémů farem souvisejících s administrací a vyplácením dotací Platební agenturou – SZIF*. Praha: EPOS, str. 8.

legitimně zajištěn, protože k vyřízení žádosti neexistují lhůty. Heřmanská proto navrhuje, aby stát zveřejňoval nové právní předpisy jinak, než pouze ve Sbírce zákonů a aby byli zemědělci o změně podmínek informováni se šestiměsíčním předstihem, protože svoji činnost provádí s ohledem na roční cykly a jejich majetkem je živý inventář.²⁹

3.1.2 Zhodnocení vlivu dotací na rozvoj ekologického zemědělství

Dotace v EZ jsou přiznávány zejména v rámci Osy II. PRV (Zlepšování životního prostředí a krajiny), podtitulem Ekologické zemědělství, podopatření Postupy šetrné k životnímu prostředí. Vzhledem k tomu, že od roku 2007 bylo umožněno využívat ve výše zmíněném programu dotace a od roku 2008 se navíc vyplácí další platba – 89 EUR na hektar pro ekozemědělce, kteří na ekofarmách hospodaří plně ekologickým způsobem, (případně snížená sazba pro ty, kteří hospodaří v souběhu), vzrostl výrazně počet subjektů hospodařících v režimu EZ.³⁰ V porovnání s rokem 2006 vzrostl vlivem dotací, podíl půdy obhospodařované v režimu EZ o 47 % v sekci orná půda a o 217 % v sekci trvalých kultur. Naproti tomu mírně poklesl podíl půdy trvalých travních porostů, a to o 0,2 %. Počet subjektů hospodařících v režimu EZ oproti roku 2006 vzrostl o 265 %. **Lze tedy říci, že zájem ekologicky hospodařících zemědělců provozovat tuto činnost v různých sekcích EZ přímo souvisí s mírou dotací, které jsou v těchto sekcích nabízeny a přiznávány.**³¹

3.2 Produkce

3.2.1 Producenti

Činnost farem může fungovat souběžně s konvenční formou zemědělství, takzvaně v souběhu. Z celkového počtu 2739 ekofarem jich 289, což je 10 %, provádí souběžně ekologické i konvenční zemědělství. 10 % je hodnota platná pro rok 2008 i 2009.

²⁹ HEŘMANSKÁ, I. (2007). *Právní analýza hlavních problémů farem souvisejících s administrací a vyplácením dotací Platební agenturou – SZIF*. Praha: EPOS, str. 8.

³⁰ Příloha 5 Srovnání vývoje parametrů EZ v čase.

³¹ Příloha 6 Vliv dotací na rozvoj sektorů ekologického zemědělství.

Z výše zmíněných 289 ekofarem jich 25% zatím ještě po přechodnou dobu provozovala rostlinnou i živočišnou konvenční výrobu.³²

Dle tabulky Vývoj a struktura registrovaných subjektů v EZ v roce 2009, která je uvedena v příloze 7,³³ je většina těchto subjektů registrována jako pouze ekozemědělec. Na druhém místě v množství subjektů, z hlediska kategorií, jsou subjekty, zabývající se pouze výrobou biopotravin. Na třetím místě jsou subjekty, zabývající se distribucí.

3.2.2 Produkce rostlinné výroby

K 31. 12. 2009 bylo ekologickým způsobem obhospodařováno celkem 376 923 ha, z nichž 12 % zaujímala orná půda (tj. 43 827 ha, z toho 44% v přechodném období), 87 % trvalého travního porostu (tj. 328 753 ha, z toho 26 % v přechodném období) a zbylé 1 % patří do trvalých kultur (tj. 4 343 ha, z toho 74% v přechodném období).³⁴

Hlavními plodinami, pěstovanými na orné půdě jsou obiloviny (56 %) a píce (33 %). Zbytek připadá ve 3,5 % na luskoviny, dalších 3,5 % na technické plodiny, 1,2 % na zeleninu a 0,58 % na okopaniny, z nichž většinu tvoří brambory. Objem produkce z ploch, které jsou již plně v ekologickém režimu, to znamená, že nejsou v překlenovacím připojovacím období do tohoto režimu, dosáhl k 31. 12. 2009, 643,5 tisíc tun, z čehož však píce přepočtená na seno tvořila 91 %. Objem ekologické produkce na orné půdě vrostl v roce 2009 meziročně o 17 %, a to hlavně díky produkci kukuřice na zrno. Došlo také k poklesu v produkci technických plodin, a to o 65 %. U pícnin o 8 %. Plocha orné půdy v EZ vzrostla meziročně o 36 %. Největší nárůst ovšem zaznamenala plocha, na které se pěstují obiloviny (46 %) a píce (27 %). Dále i plocha trvalých travních porostů (16 %) a trvalých kultur (36 %).³⁵

Z uvedených údajů lze usoudit, že na orné půdě se pěstuje zelenina jen ve velmi malé míře. Obiloviny by se daly označit za strategickou plodinu, protože jsou stěžejní pro výrobu chleba. Z řepky olejky se vyrábí bionafta.

³² Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice 2009*. Praha: MZe, str. 10.

³³ Příloha 7 Vývoj a struktura registrovaných subjektů v EZ v roce 2009.

³⁴ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Ročenka ekologického zemědělství 2009 v České republice*. Praha: MZe, str. 12.

³⁵ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. 2009 Praha: MZe, 2str. 12.

Výnosnost u obilnin je 60–70 % výnosu v konvenčním hospodářství. U brambor je rozpětí široké. V závislosti na různých rocích sklizně je to od 40 do 120 % sklizně konvenčního zemědělství. U olejnin je to 50-88 % a u řepy 57-112 %.³⁶

3.2.3 Produkce živočišné výroby

V roce 2009 byl stav chovaných zvířat v EZ cca 224 tisíc kusů. V tomto údaji nejsou započítána včelstva a ryby. Nejvíce se na tomto čísle podílí chov skotu, a to z 86,8 %. Další největší podíl má chov ovcí (8,4 %). Meziročně došlo k nárůstu chovu drůbeže, a to o 41%. Meziroční nárůst o 26,8 % zaznamenaly ekofarmy specializující se na chov prasat. Ostatní kategorie s výjimkou včel zaznamenaly pokles stavů chovaných zvířat, nejvíce chov dojníc. Jejich podíl na celkovém počtu skotu klesl poprvé pod 2 %.³⁷

Tento fakt poukazuje na to, že ekozemědělci mají především zájem chovat skot rančerským způsobem. To znamená způsobem, kdy zvířata nejsou trvale a pevně ustájená a neslouží především k produkci mléka. Důvodem tohoto zájmu jsou dodatečné dotace na zatravněnou plochu a nízké výkupní ceny mléka. Pro ekologického zemědělce se tak stává nejvýhodnějším způsobem hospodaření chov skotu rančerským způsobem, při kterém není třeba takový počet zaměstnanců, jako u trvale ustájeného skotu. Navíc může dostat dodatečné dotace za zatravněnou půdu. Má také menší náklady na mechanizaci, například u dojení, protože se nevěnuje produkci mléka.

Téměř třetina ovcí a čtvrtina koz v ČR je chována v EZ. Podíl krav určených k produkci mléka je však pouze 0,65 %. Podíl ekologicky chovaných prasat a drůbeže na celkově chovaných těchto druzích zvířat v ČR je pouze 0,2 %. Nárůst produkce biodrůbežního masa vzrostla v porovnání mezi roky 2008 a 2009 o 6546 %.

Dle tabulky Počet zvířat na ekologických farmách v roce 2008 a 2009, uveřejněné v Ročence ekologického zemědělství 2009 zjistíme, že došlo k poklesu počtu ekologicky chovaných zvířat, s výjimkou drůbeže, prasat a králíků.³⁸ Z těchto

³⁶ ŠARAPATKA, B., URBAN, J. (2005). *Ekologické zemědělství : učebnice pro školy i praxi. II. díl.* Šumper : PRO-BIO, str. 220.

³⁷ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice 2009.* Praha: MZe, str. 15-16.

³⁸ Ministerstvo zemědělství ČR, http://eagri.cz/public/web/file/67868/Rocenka_2009_web_komplet.pdf (data k 30. 9. 2011).

údajů a z pozorování sortimentu běžných obchodů v ČR lze usoudit, že tak ekologičtí zemědělci reagují na poptávku spotřebitelů. Nárůst produkce vepřového masa v biokvalitě lze přisuzovat rovněž zvýšené poptávce a oblíbenosti.

V roce 2009 bylo vyprodukováno 13,2 milionů litrů mléka, z čehož se jedná z 96 % o mléko kravské. Jeho produkce stagnuje, meziroční nárůst byl pouze 0,7 %. Významný nárůst byl zaznamenán v roce 2009 u produkce ovčího mléka, a to o 452,6 %. U koziho sýru to bylo o 132,9 %. Dle tabulky Živočišná produkce na ekologických farmách v roce 2008 a 2009, produkce smetany, tvarohu a jogurtu vzrostla několikanásobně.³⁹ K meziročnímu nárůstu došlo také u vajec, a to o 24,8 %.

3.2.4 Hospodářský výsledek ekofarem

Je zajímavé, že když Ministerstvo zemědělství provádělo výzkum, zda jsou ekofarmy ziskové, z výzkumu vzešlo najevo, že u 90 % z cca 1788 ekofarem, které hospodaří ekologickým způsobem (jsou tedy vyloučené ty, které jsou registrované po roce 2008, protože tyto farmy mohou být v překlenovacím režimu) byl hospodářský výsledek za rok 2008 kladný. Bylo zjištěno, že při stejných kritériích výzkumu uvedlo 89 % farem, že jejich výsledek hospodaření za rok 2007 byl kladný.

Záporný hospodářský výsledek měly podle tohoto výzkumu především farmy, které se věnují pěstování trvalých kultur, a to v kombinaci s produkcí na orné půdě. Ztrátu zaznamenala téměř jedna třetina ekofarem. Velmi podobně tomu bylo v roce 2007, kdy záporný hospodářský výsledek mělo 33 % ekosadařů a 7 % ekovinařů. Mezi farmami se záporným hospodářským výsledkem se vyskytovaly jak malé, tak i ty největší.⁴⁰

3.3 Biopotraviny

„Biopotravinu, při jejíž výrobě bylo použito více než 95 % hmotnosti nebo objemu bioproduktů, přídatných látek a pomocných látek a na kterou kontrolní orgán vydal osvědčení o biopotravině, označí výrobce biopotravin také grafickým znakem a

³⁹ Ministerstvo zemědělství ČR, http://eagri.cz/public/web/file/67868/Rocenka_2009_web_komplet.pdf (data k 30. 9. 2011).

⁴⁰ Ministerstvo zemědělství ČR (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice 2009*. Praha: MZe, str. 10.

identifikačním kódem kontrolního orgánu, popřípadě nevylučuje-li to název biopotraviny i slovem „bio“.⁴¹

ČR má největší trh biopotravin ve Východní Evropě. Jak vyplývá ze zjištění, které publikoval ÚZEI, spotřebitelé utratili v roce 2009 za biopotraviny 1,77 miliardy korun, částku zhruba stejnou jako v roce 2008. Průměrná roční spotřeba na obyvatele tak činila necelých 200 Kč a podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů dosáhl 0,71 %. Podobného výsledku bylo dosaženo i v roce 2007. Celkový obrat s biopotravinami výrobců a producentů z ČR, včetně vývozu dosáhl v roce 2009 přibližně 2,13 miliardy korun. Z této částky byl obrat v maloobchodě 1,68 miliardy Kč, ve veřejném stravování přes 14 milionů Kč a v přímém prodeji téměř 70 miliard Kč. Celkem se tedy na českém trhu prodalo v roce 2009 biopotravin za 1,77 miliardy Kč.⁴²

Spotřeba biopotravin se stabilně vyvíjí, povědomí o eko značkách roste, ani krize vývoj nezabrzdila. Lze tedy předpokládat, že spotřeba biopotravin bude nadále růst.

„Napříč Evropou se podíl bio-potravin na celkové spotřebě potravin a nápojů pohybuje od přibližně 6 % v Rakousku a Dánsku, 4,5 % ve Švýcarsku, ke 3,2 % v Německu a přibližně 3 % ve Švédsku. V některých hlavních evropských zemích trh s biopotravinami v letech 2005 – 2009 výrazně rostl; rychlost růstu byla více než 80 % v Norsku, 50 % v Dánsku, okolo 40 % ve Velké Británii, Belgii a Řecku, přes 35 % v Německu, přes 20 % v Itálii a Francii. Jen několik zemí zaznamenalo v tomto období nižší růst než 20 %, konkrétně Rakousko, Nizozemí, Švýcarsko, Švédsko a Portugalsko.“⁴³

Do zahraničí byly vyvezeny biopotraviny za přibližně 367 milionů korun. Přičemž do ČR byly dovezeny finální biopotraviny (bez dovozu bioproduktů a biopotravin k dalšímu zpracování) ve výši zhruba 770 milionů korun, což je asi **46 % maloobchodního obratu v ČR**.⁴⁴

Nejvíce biopotravin se v ČR prodá v maloobchodních řetězcích (**68,6 %, tj. za 1,2 mld. Kč v roce 2009**), dále pak v prodejnách zdravé výživy a biopotravin (**17,3 %**), v lékárnách (**7 %**). V roce 2009 se v nezávislých drobných prodejnách potravin prodaly

⁴¹ ČERVENKA, J.; KOVÁŘOVÁ, K. (2005). *Biopotraviny*. Praha : Česká zemědělská univerzita, str. 69.

⁴² <http://www.bio-info.cz/zpravy/cesky-trh-s-biopotravinami-v-roce-2009-udrzel-hodnoty-z> (online), data k 30. 9. 2011).

⁴³ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 3.

⁴⁴ <http://www.bio-info.cz/zpravy/cesky-trh-s-biopotravinami-v-roce-2009-udrzel-hodnoty-z> (online), data k 5. 10. 2011.

biopotraviny za 41 milionů Kč, což představuje 2,4 %. Vzrostl také podíl přímého prodeje biopotravin, zahrnující přímý prodej jak ze dvora, tak i od výrobců a distributorů (3,9 %). Přibližně 0,8 % biopotravin se prodalo prostřednictvím gastronomických zařízení. **Nárůst objemu přímých distribučních cest byl zajištěn díky projektům, jako jsou bio bedýnky, biodožínky.**⁴⁵

Český trh s biopotravinami, ačkoli stále roste, zatím není zcela nasycen dodávkou českých firem. Více než polovina biopotravin, které si zákazník v ČR může koupit, pochází ze zahraničí. V poslední době sílí poptávka spotřebitelů po biovýrobci s domácím původem surovin. Zákazníci poptávají biovýrobky, které například pochází z jejich geografické oblasti. Je to zajímavý a velmi užitečný jev, kterého je třeba využít k marketingovým účelům a snažit se ho rozvinout.

EU usiluje o jasnější označování bioproduktů. Evropský parlament již tento rok schválil nová pravidla pro označování biopotravin. V budoucnu by měly obaly obsahovat údaje o energetické hodnotě a nutričních hodnotách.

3.4 Výroba biopotravin

K 31. 12. 2009 bylo registrováno 497 subjektů jako výrobci biopotravin, 84 z nich však tvořily pouze prodejny obchodních řetězců. Oproti roku 2008 je to nárůst o 14 %. Nárůst není stejnoměrný, protože meziroční přírůstek v roce 2008 činil 82 %.

Nejčastěji se zpracovává maso, mouka, mléko, zelenina a ovoce. V posledních letech se objevují i výrobci biovín. Řada registrovaných subjektů však svoji činnost v roce 2008 neprováděla. Jako důvody lze uvést to, že někteří byli v přechodném dvouletém období po registraci. Jiní uvedli jako důvod nezájem, či pouze malý zájem spotřebitelů o jimi zamýšlené biovýrobky.⁴⁶

⁴⁵ <http://www.bio-info.cz/zpravy/cesky-trh-s-biopotravinami-v-roce-2009-udrzel-hodnoty-z> (online), data k 5. 10. 2011.

⁴⁶ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha : Potravinářská komora ČR, str. 9.

3.4.1 Dodavatelé biopotravin

Výrobě bio-potravin se nevěnují pouze firmy, které s touto vizí začaly podnikat. Postupem času se objevují i firmy, které se věnují této činnosti doplňkově, přičemž hlavní činnost spočívá v konvenčním zpracování. Například zpracovatelé mléka jako firma LACRUM Velké Meziříčí, s.r.o., OLMA, a.s. či Mlékárna Valašské Meziříčí, spol. s r.o. Z výrobců bio-pečiva lze jmenovat firmy Penam či United Bakeries. Obě firmy však výrobu bio-pečiva v roce 2010 ukončili.⁴⁷ Z průzkumu ÚZEI mezi výrobci totiž vyplývá, že na obratu u více jak poloviny (54 %) aktivních výrobců, činí podíl výroby bio-potravin méně než 5 %. Pouze u 16 % těchto výrobců je podíl biopotravin na celkovém obratu více než 90 %.⁴⁸ Na grafu v příloze 8 lze sledovat podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby v roce 2008.⁴⁹

Pro ekologickou farmu je výhodné, má-li smlouvu na odběr svých bioproduktů s některou ze zpracovatelských firem. Dodavatel biosurovin musí podle smluvních podmínek zajistit dodávku v přesných termínech a množství, což vyžaduje značné manažerské schopnosti. Dle T. Václavíka jsou výhody dodávání biosurovin zpracovatelům následující: smlouvní zajištění ceny a množství produkce k prodeji, možnost odborného poradenství ze strany zpracovatele a možnost, že zpracovatel poskytne pomoc při sklizni. Nevýhody vidí v tom, že dosažená cena může být relativně nízká, a že měřítko kvality jsou velmi přísná.⁵⁰

3.4.2 Označování biopotravin

Národní značka BIO

Toto logo označuje, že produkt je konrolován ve všech částech procesu. To znamená od výrobce až do momentu, než se dostane ke koncovému spotřebiteli.

⁴⁷ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 12.

⁴⁸ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 12.

⁴⁹ Příloha 8 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu výroby v roce 2008.

⁵⁰ VÁCLAVÍK, T. *Marketing pro ekologické zemědělce*. (2008). Brno : Spolek poradců v ekologickém zemědělství, str.11.

Obrázek 2 Národní značka BIO



Zdroj: Zdroj: OGILVY (2008). *BIO – výzkumná zpráva*. Praha: Ogilvy (prezentace).

Značka EU BIO

Obrázek 3 Značka EU BIO



Zdroj: OGILVY (2008). *BIO – výzkumná zpráva*. Praha: Ogilvy (prezentace).

3.4.3 Atributy biopotravin vhodné pro komunikaci se zákazníkem

V rámci marketingové komunikace je vhodné prezentovat následující atributy, které může zákazník ocenit:

- **Fyziologická výživová hodnota**

Výživovou hodnotu zvyšují: základní živiny, vitaminy, minerály, antioxidanty, vláknina. Výhodou je, že biopotraviny neobsahují rezidua pesticidů, rezidua léčiv, těžké kovy, dusičnany.⁵¹

- **Požitek**

Celkový požitek je dán jeho vzhledem, chutí, vůní a aromatem, konzistencí.⁵²

⁵¹ Bioinstitut (2008). *Kvalita a bezpečnost biopotravin*. Olomouc: Bioinstitut, str. 4.

⁵² Bioinstitut (2008). *Kvalita a bezpečnost biopotravin*. Olomouc: Bioinstitut, str. 4.

- **Zpracování**

U biopotravin je kladen požadavek na co nejmenší zásah do surovin při zpracování. Zakázána je i většina aditiv.

- **Proces produkce**

V případě biopotravin je nutné, aby byla zajištěna ekologická produkce ve všech článcích procesu. Od produkce například na farmách, po zpracování. Produkce biopotravin by neměla zatěžovat nadměrně životní prostředí. Fakt, že zákazník bude spotřebovávat biopotraviny, dbá o trvale udržitelný rozvoj.

- **Způsob domácího zpracování a skladování**

Zákazníkovi je v rámci marketingové komunikace vhodné poskytnout doplňující informace, například jakými způsoby je možné základní suroviny použít. Zákazníkovi lze navrhnout zakoupení produktu „Biolívance v prášku.“ S přidáním bioléka, vody a biovejce (vše v mobilním boxu poblíž), může svým dětem vytvořit za minimální čas a s přiměřenými finančními náklady, výborný a zdravý oběd. Důležité je zvolit vhodný, nevtíravý způsob prezentace. Tento způsob je možný v obchodních domech i menších obchodech maloobchodních řetězců.

3.5 Distribuce biopotravin

Distributoři biopotravin tvoří velmi důležitou součást trhu s biopotravinami. Mnohdy je to právě prodavač ve specializovaném obchodě, kdo přesvědčí spotřebitele k nákupu určitého výrobku.

Distributorem se rozumí subjekt, který se nijak nepodílí na zpracování. Pouze je uvádí do oběhu, vyvází a dováží je. Počet distributorů se oproti roku 2008 zvýšil ze 137 subjektů, respektive 151 provozoven na 168 subjektů, respektive 184 registrovaných provozoven. Registraci nepodléhají prodejny, které pouze prodávají produkt spotřebiteli ve spotřebitelském balení. V ČR se jedná asi o 2000 maloobchodních prodejen potravin, kde jsou biopotraviny nabízeny všemi nadnárodními maloobchodními řetězci s výjimkou Lidlu, některými družstevními prodejny, které provozující svouji činnost pod značkou COOP a dalšími malými prodejními sítěmi. Důležitou součástí prodejní sítě

tvoří specializované prodejny zdravé výživy a v poslení době i lékárny, kde spotřebitelé nakupují především dětské čaje a dětskou výživu.⁵³

Jak vyplynulo z výzkumu společnosti Ogilvy, naprostá většina lidí ví o místech prodeje biopotravin a znalost míst produkce je marginální. Z tohoto výzkumu dále vyplynulo, že asi třetina respondent uvádí, že kupuje biopotraviny. Skutečná čísla jsou ovšem nižší.⁵⁴ V dnešní době již není pro spotřebitele, kteří mají o biopotraviny zájem je sehnat. Maloobchodní síť je velmi rozšířená ve všech koutech země. Podíl hlavních distribučních kanálů, uplatňovaných výrobcí biopotravin v roce 2008 je možno sledovat v příloze 9.⁵⁵

Je vidět, v největší míře se na prodeji biovýrobků podílejí maloobchodní řetězce. V maloobchodních řetězcích bylo v roce 2008 realizováno 74 % všech nákupů biopotravin.⁵⁶ Důležité je, že trend je rostoucí. Souvisí to zřejmě se zvyšující se nabídkou maloobchodů a pohodlím, které maloobchody spotřebitelům nabízí. Výrobci biopotravin by tak mohli více cílit svoji produkci do maloobchodů. Na škodu maloobchodům možná je, že výrazným způsobem nerealizují reklamní kampaně na biovýrobky, mohlo by tak být dosaženo ještě vyššího obratu. Privátní značky biovýrobků jsou nabízeny maloobchodními řetězci. Billa nabízí začku „Naše bio“, Albert „Albert bio“, Tesco „Tesco organic“ a Penny „Biostyle“.

„Nejvíce biopotravin, 485 položek, nabízela v prosinci 2009 dm drogerie. Meziročně se tento počet zvýšil o 149 %! Nabídka biopotravin v prodejnách dm drogerie je dvojnásobná oproti hypermarketům v nesrovnatelně menších prodejních plochách. Drogistický řetězec Rossmann také nabízí biopotraviny, jejich počet meziročně navýšil o 24 % na 103. Albert hypermarket měl v prosinci 2009 zalistováno 275 biopotravin, což je ale jen o 19,5 % více, než na začátku roku 2009. Za ním, na třetím místě co do nabídky biopotravin, se umístily hypermarkety Interspar s 252 biovýrobky, jejich počet se meziročně zvýšil o 41 %. Globus meziročně počet položek zvýšil ještě více, o 62 % a

⁵³ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 16.

⁵⁴ OGILVY (2008). *BIO – výzkumná zpráva*. Praha: Ogilvy. (prezentace).

⁵⁵ Příloha 9 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatňovaných výrobcí bio-potravin v roce 2008.

⁵⁶ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, 2010, str. 17.

na konci roku 2009 jich nabízelo 243. Tesco nabízelo 235 biopotravin, jen o 13 % více než na začátku roku 2009. Poslední z hypermarketů, Kaufland, měl na konci roku v nabídce 230 položek, o 20,5 % více než na začátku roku. Co se týká supermarketů, tam měl největší nabídku Albert, 153 položek, meziroční růst o 25,5 %. Na druhém místě byla Billa se 143 položkami a 19 % nárůstem. Prodejny Coop snížili meziročně počet položek z 85 na 78, tedy o 8 %. Naopak diskontér Penny navýšil počet biopotravin z 39 na začátku roku na 64 na konci, což představovalo meziroční růst o 64 %. Nicméně Penny zůstává jediný diskontér, který biopotraviny nabízí. Ačkoli Lidl v několika loňských měsících s biopotravinami experimentoval (mléčné biovýrobky), rychle se jich opět zbavil.⁵⁷

3.6 Analýza odbytu

Z šetření, publikovaném v Analýze trhu s bio-potravinami v ČR, kterou vydala Potravinářská komora ČR, vyplývá, že potenciál pro odbyt produkce mají následující zemědělské suroviny v biokvalitě:

- **Cukrová bio – řepa.**

Velké množství se jí do ČR dováží, zpracovává a zase vyváží.⁵⁸

- **Vepřové maso do uzenin.**

Důvodem je, že se ho 80% dováží a existuje pouze jedna velká dodavatelská farma.⁵⁹

- **Kravské mléko.**

Jedná se v tomto ohledu o značně diskutabilní surovinu. Mlékárny zpracovávají každý den asi 50 tisíc litrů biomléka (Olma a Ekomilk). Z toho dováží asi 20 tisíc litrů ze

⁵⁷ <http://www.greenmarketing.cz/co-delame/cenovy-biomonitor/> (online), data k 30. 9. 2011.

⁵⁸ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 10.

⁵⁹ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 10.

Slovenska.⁶⁰ Další mlékárny také disponují určitou kapacitou. Na druhou stranu je část mléka z bioprodukce pro nedostatek poptávky prodáván jako konvenční.

V rámci tohoto šetření byly zkoumány důvody dovozu biopotravin ze zahraničí. Nejčastěji zmiňovaným důvodem pro nákup bioproduktů, realizovaným v zahraničí je dle respondentů – výrobců, jejich nedostatečné množství na tuzemském trhu. Toto zahrnuje i dovoz surovin, které se v českých podmínkách nedají produkovat. Dále tito výrobci uvádějí jako důvod vazbu na jejich zahraniční mateřské podniky.

Šetření provedl ÚZEI v roce 2009. Na otázku, jaké jsou důvody dovozu biosurovin ze zahraničí, z celkového počtu 90 vyplněných dotazníků, zůstala tato otázka u 56 nezodpovězená. Lze tedy usoudit, že dovoz surovin nebyl těmito subjekty v roce 2008 realizován. Jelikož bylo možné uvést dva důvody v pořadí dle priority, byla první odpověď násobena hodnotou 2 a druhá váhou 1.⁶¹

V pořadí lze uvést tyto důvody:

- Nedostatečné množství bioproduktů (surovin) na domácím trhu (46)
- Nižší cena bioproduktů (surovin) v zahraničí (12)
- Existují dlouhodobé odběratelsko – dodavatelské vztahy (11)
- Jiné (7)
- Vyšší kvalita bioproduktů (surovin) ze zahraničí (4)
- Lepší služby zahraničních dodavatelů (jistota a spolehlivost dodávky, dodržení podmínek) (2)
- Kratší vzdálenost od producenta / dodavatele (1)

3.6.1 Příležitost k odbytu českých biopotravin

Na trhu dnes spotřebitel může nalézt širokou nabídku biopotravin. Ne celý sortiment však pochází z produkce domácích ekologických zemědělců a výrobců biopotravin. Potencionálně by čeští producenti a výrobci biopotravin mohli převzít určitou část trhu

⁶⁰ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 22.

⁶¹ Potravinářská komora ČR (2010). *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice: Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. Praha: Potravinářská komora ČR, str. 10.

tam, kde je nabízeno zahraniční zboží. Je ovšem velmi těžké překonat bariéru privátních značek maloobchodů. Povedlo se to společnosti St. Pierre, která v současné době vyrábí výrobky z kozího mléka pro řetězec Billa a nese její značku Naše Bio. V supermarketech jsou dnes v omezené míře nabízeny, vedle biopotravin značek těchto řetězců, i značky jiných výrobců.

3.6.2 Způsoby uplatnění produkce ekofarem

V roce 2008 pouze necelých 40 % ekologických farem, které mohly realizovat prodej bioproduktů s certifikátem, skutečně prodalo svoji produkci v biokvalitě. Ze zbylých 60 % ekofarem, jich cca 80 % prodávalo svoji produkci na konvenčním trhu, nebo ji spotřebovali na své vlastní farmě. Zbylých 20 % celou svou produkci spotřebovali na své vlastní farmě jako krmivo, osivo, či zařadili mláďata do chovu.⁶²

Pouze 40 % farem dokázalo využít potenciál bio certifikace a uplatnit tak svoji produkci primárním způsobem. Někdy musí být produkce prodána do konvenčního zemědělství. Nejlépe ze všech bioproduktů se prodává kravské biomléko. Zřejmě proto, že při porovnání cen s konvenčně vyrobeným mlékem, nepřipadá spotřebiteli rozdíl příliš výrazný a je ochoten tento rozdíl akceptovat.

U obilovin, což jsou nejčastěji pěstované plodiny v EZ, se asi 89 % prodalo s certifikací v biokvalitě. Do zahraničí se vyvezlo zhruba 40 % veškeré prodané produkce obilovin, a to v plné míře jako bioprodukt. Na domácím trhu se tedy prodalo 56 % těchto obilovin jako bioprodukt.⁶³ Luskovin se v roce 2008 podařilo prodat 87 % z vyprodukovaného množství, a to jako bioprodukt. Z tohoto množství se 74% uplatnilo na domácím trhu.⁶⁴

Téměř celá produkce zeleniny, brambor, bylin, osiva a hrušek byla prodána v biokvalitě. U brambor, mrkve a hrušek směřuje téměř celá produkce na zahraniční trh.⁶⁵

Nejvyšší podíl produkce prodané do konvence se realizoval u tritikále, peckovina (74 %) a olejnin (48 %)⁶⁶. Prodej byl uskutečněn převážně na českém trhu.⁶⁷

⁶² Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, 2010, str. 17-19.

⁶³ Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, 2010, str. 17-19.

⁶⁴ Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, str. 17-19.

⁶⁵ Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, str. 17-19.

Většina bioproduktů živočišného původu je určena pro další zpracování v ČR s výjimkou skotu a ovcí. Vývoz se realizuje u 14 % jatečných zvířat a třetiny telat.

V roce 2008 se vyvezlo i 34 % vepřového masa. Překvapující je fakt, že 80 % z celkového množství chovu prasat pochází pouze z jedné farmy.⁶⁸

Množství skutečně prodané živočišné bioprodukce v biokvalitě je však pouze 37 % u skotu, 19 % u ovcí a 11 % u koz. Lépe je na tom prodej drůbežího masa, biovejce a biomedu.⁶⁹

Při srovnání těchto údajů s celkovou produkcí v ČR se dá říci, že produkce stále dosahuje velmi malých objemů. Kravské mléko tvoří pouze 0,44 % celkové produkce, vepřové biomaso pouze 0,02 %, biovejce 0,03 %, hlavní komodita EZ - hovězí biomaso jen kolem 5,7 % a poměr produkce drůbežího masa na celkové produkci tohoto druhu masa v ČR je zanedbatelná.

Ekozemědělec může zvýšit svoje šance na odbyt svých bioproduktů tak, že si vyjedná dodávky do restaurací. Jak nabízet bioprodukty restauracím, popisuje T. Václavík ve stejnojmenné publikaci. Jako zajímavý způsob marketingové propagace ekofarem radí, aby si ekozemědělci vyjednali s vedením restaurace zhotovení propagačních materiálů, které vystaví v restauraci na stolech. Tyto materiály informují klienty restaurace o tom, že pokrmy se připravují z čerstvých surovin, produkovaných podle zásad ekologického zemědělství na této farmě.⁷⁰ Výhodu T. Václavík spatřuje v tom, že množství restaurací zaplatí ekozemědělci nejlepší cenu, které je na trhu možné dosáhnout.⁷¹

⁶⁶ Příloha 10 Podíl exportu na celkovém prodaném množství bioproduktů.

⁶⁷ Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, str. 17-19.

⁶⁸ Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, str. 17-19.

⁶⁹ Ministerstvo zemědělství (2010). *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Praha: MZe, str. 17-19.

⁷⁰ VÁCLAVÍK, T. (2008). *Jak nabízet bioprodukty restauracím*. Brno: Ministerstvo zemědělství ČR, str. 10.

⁷¹ VÁCLAVÍK, T. (2008). *Jak nabízet bioprodukty restauracím*. Brno: Ministerstvo zemědělství ČR, str. 3.

4 Závěr

Ekologické zemědělství je díky stabilnímu tempu růstu spotřeby biopotravin odvětvím s dlouhodobým potenciálem. K tomu, aby mohly subjekty zainteresované v tomto odvětví cíleně stanovit marketingovou strategii, která zahrnuje efektivní použití marketingových nástrojů, je možné využít poznatků, kterých bylo dosaženo v rámci této bakalářské práce.

Cíl zmapovat strategické řízení rozvoje ekologického zemědělství státem byl splněn. Byla provedena analýza legislativních vlivů politického prostředí v rámci marketingového makroprostředí, kdy byly zkoumány hlavní marketingové cíle a jejich naplnění v rámci Akčního plánu ČR pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010 i pozdější plán pro léta 2011-2015. Z výsledků analýzy lze usoudit, že stát usiluje o rozvoj tohoto sektoru s argumentem, že produkce potravin v režimu ekologického zemědělství, který se odklání od kvantity, ale podporuje kvalitu v produkci, má přispívat ke stabilitě trhu s potravinami a rozšířit nabídku na tomto trhu. V souladu se Společnou zemědělskou politikou EU řeší nadprodukcí potravin a podporuje hospodářský a sociální rozvoj v méně příznivých oblastech ČR. Hlavní cíl do roku 2010, což bylo dosažení desetiprocentního podílu zemědělské půdy v EZ byl splněn. Další, z marketingového hlediska důležitý cíl v oblasti propagace, orientovaný na posílení důvěry spotřebitele byl také splněn. Proběhla komunikační kampaň s cílem zvýšit informovanost spotřebitelů o ekologickém zemědělství a propagaci národního loga BIO, kterým jsou biopotraviny označovány. Z marketingového výzkumu, který Ministerstvo zemědělství zadalo společnosti Ogilvy, a který proběhl v roce 2008, vyšlo najevo, že značka „Produkty ekologického zemědělství“ je dobře známá, ale jen mezi osobami, které se o biopotraviny zajímají. Zhruba třetina respondentů zaznamenala komunikační kampaň a hodnotí ji pozitivně. V oblasti zpracování a marketingu bylo cílem podpořit osvětovou a propagační činnost. Proběhlo množství seminářů, vyšly publikace, které se zabývaly marketingem v tomto odvětví. Podpora sdružování výrobců byla zakotvena do dotačních programů. Ekonomická životaschopnost byla posílena zařazením do Programu rozvoje venkova 2007-2013, kdy byla posílena podpora zpracování bioproduktů, diverzifikační činnost a výroba regionálních specialit.

Dosažení takového objemu produkce a počtu subjektů, který v dnešní době v EZ působí, znamená, že do budoucna už není tak důležité zvyšovat počet ekologicky hospodařících zemědělců na co nejvyšší výměře půdy jako v minulých letech.

Hlavními cíli pro období roku 2011-2015 je dosažení 15 % podílu EZ z celkové plochy zemědělské půdy a 20 % podílu orné půdy z celkového výměru půdy v EZ. Toho může být dosaženo hlavně podporami mimoprodukčních funkcí EZ a růstu trhu. Tedy dotačními podporami zemědělců a výrobců biopotravin. V rámci Společné zemědělské politiky EU, má být ovšem postupně snižována závislost EZ na dotacích z EU a do podpory mají být více zapojeny peníze z národních rozpočtů členských států. Nárůstu spotřeby biopotravin ročně o 20 % může být dosaženo především podporou důvěry spotřebitele další komunikační kampaní, která ovšem zatím není v plánu.

Cíl zhodnotit vliv dotací na rozvoj ekologického zemědělství byl splněn. Byla provedena vztahová analýza s cílem určit vliv dotací na růst jednotlivých sektorů EZ. Dotace v EZ jsou přiznávány zejména v rámci Osy II. Programu rozvoje venkova. Od roku 2007 bylo možné v rámci tohoto programu čerpat dotace. Od roku 2008 mohou navíc ekozemědělci, kteří na ekofarmách hospodaří plně ekologickým způsobem pobírat další příplatek. Příplatek se sníženou sazbou pobírají ti, kteří hospodaří v souběhu. V souvislosti s tím výrazně vzrostl počet těchto subjektů (viz. příloha 6). V porovnání s rokem 2006 vzrostl vlivem zavedení výše zmíněných dotací, podíl ekologicky obhospodařované půdy o 47 % v sekci orná půda a o 217 % v sekci trvalých kultur. Naproti tomu mírně poklesl podíl trvalých travních porostů, a to o 0,2 %. Počet subjektů hospodařících v režimu EZ oproti roku 2006 vzrostl o 265%. Lze tedy říci, že zájem ekologicky hospodařících zemědělců provozovat tuto činnost v různých sekcích EZ přímo souvisí s mírou dotací, které jsou v těchto sekcích na plochu půdy nabízeny a které jsou jim také přiznávány.

Cíl navrhnout určité druhy produkce rostlinné i živočišné výroby EZ, která mohou na českém trhu najít odbyt do roku 2015, byl splněn. V provedené syntéze, za použití Analýzy trhu s bio-potravinami v ČR, provedenou Potravinářskou komorou ČR, bylo zjištěno, že velký potenciál jak pro producenty, tak i zpracovatele mají následující tři suroviny v biokvalitě: Cukrová řepa, jíž se velké množství do ČR dováží, zpracovává a zase vyváží. Tato plodina se v tuzemských podmínkách dá poměrně jednoduše pěstovat. Dále vepřové maso do uzenin, protože na českém trhu existuje pouze jedna velká firma,

což skýtá potenciál pro další producenty. Kravské mléko může být rovněž z hlediska odbytu produktu zajímavé, ale pouze za předpokladu, že výroba bude v podmínkách konkrétního subjektu ekonomicky rentabilní. Mléko je českými mlékárnami do ČR dováženo ze Slovenska. Problémem jsou nízké výkupní ceny mléka v ČR, což je i důvodem toho, že část tuzemského biomléka je pro nedostatek poptávky prodáno jako konvenční. Na základě šetření, které provedl ÚZEI v roce 2009, na prvním místě z důvodů dovozu biosurovin ze zahraničí, bylo nedostatečné množství bio-produktů (surovin) na domácím trhu a na druhém místě nižší cena zahraničních bioproduktů.

Literatura

Monografie

ČERVENKA, Jaroslav; KOVÁŘOVÁ, Kateřina. *Biopotraviny*. Vyd. 1. Praha : Česká zemědělská univerzita v Praze, 2005. 110 s. ISBN 80-213-1404-4.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2004. 856 s. ISBN 80-247-0513-3.

KOUŘILOVÁ, Jindra; PŠENČÍK, Jiří; KOPTA, Daniel. *Dotace v zemědělství: Z hlediska komplexního pohledu a s přihlédnutím k ekologickému zemědělství*. Vyd. 1. Brno : Akademické nakladatelství CERM, 2009. 106 s. ISBN 978-80-7204-637-9.

ŠARAPATKA, Bořivoj; URBAN, Jiří. *Ekologické zemědělství: Učebnice pro školy i praxi. II. díl*. Vyd. 1. Šumperk : PRO-BIO, 2005. 334 s. ISBN 80-903583-0-6.

Odborné knihy a časopisy

Bioinstitut. *Kvalita a bezpečnost biopotravin*. Vyd. 1. Olomouc : Bioinstitut, 2008. 24 s. ISBN 978-80-904174-3-4.

HRADIL, Radomil. *Manuál pro prodejce biopotravin*. Šumperk : PRO-BIO, 2001. 41 s.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*. Vyd. 1. Praha : Ministerstvo zemědělství ČR, 2006. 20 s.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Jak nabízet bioprodukty restauracím*. Brno : Ministerstvo zemědělství České Republiky, 2008. 12 s.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Marketing pro ekologické zemědělce*. Brno : Spolek poradců v ekologickém zemědělství, 2008. 24 s.

Internetové zdroje

Bioinstitut: *Výroční zpráva 2010*. In [online]. Olomouc : Bioinstitut, 2011 [cit. 2011-10-14]. Dostupné z WWW: <www.bioinstitut.cz/documents/vyrocka_2010_CZ_web.pdf>.

EPOS Spolek poradců v ekologickém zemědělství České republiky: *Příčiny stagnace produkce biopotravin a návrh doporučení k nápravě*. In [online]. Brno : EPOS, 2008. [cit. 2011-10-13]. 14 s. Dostupné z WWW: <<http://eposcr.eu/up-content/uploads/studie/Studie.doc>>.

HEŘMANSKÁ, Ivana: *Právní analýza hlavních problémů farem souvisejících s administrací a vyplácením dotací Platební agenturou – SZIF*. In [online]. Praha : EPOS, 2007 [cit. 2011-10-13]. 10 s. Dostupné z WWW: <<http://eposcr.eu/up-content/uploads/studie/Zavery1.doc>>.

Potravinářská komora ČR: *Analýza trhu s bio-potravinami v České republice : Potenciál uplatnění bio-potravin české provenience na domácích maloobchodních trzích*. In [online]. Praha : Potravinářská komora ČR , 2010 [cit. 2011-10-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.bioinstitut.cz/argumenty.html>>.

Ministerstvo zemědělství České republiky: *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010*. In [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2004 [cit. 2011-10-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.agronavigator.cz/ekozem/attachments/AP.pdf>>.

Ministerstvo zemědělství České republiky: *Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015*. In [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2010 [cit. 2011-10-13]. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/akcni-plan/>>.

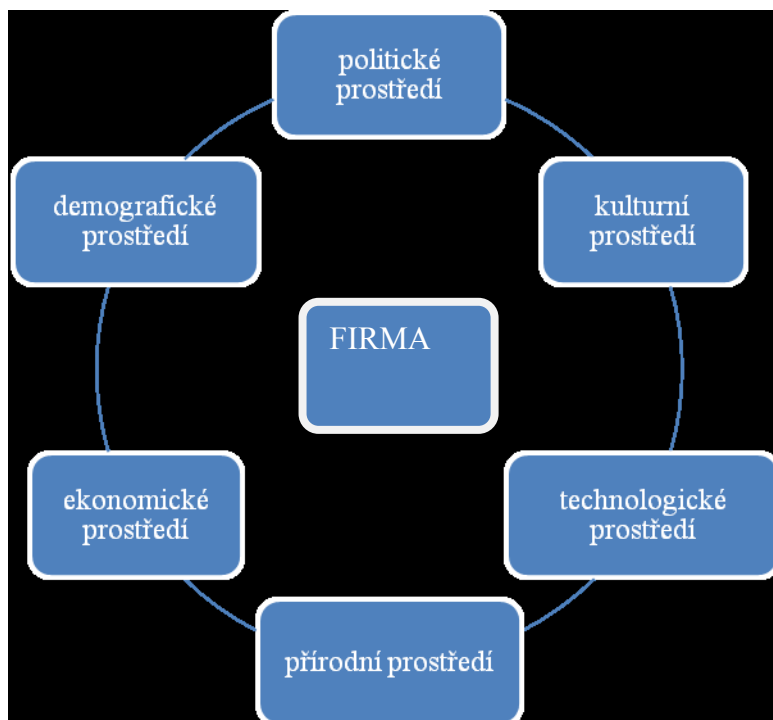
Ministerstvo zemědělství: *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. In [online]. Praha : Ministerstvo zemědělství ČR, 2010 [cit. 2011-10-13]. 44 s. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/67868/Rocenka_2009_web_komplet.pdf>. ISBN 978-80-7084-927-9.

Ministerstvo zemědělství České republiky: *Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31. 12 2010*. In [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2011 [cit. 2011-10-13]. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/.../statistika_zakladni_31_12_2010.doc/>.

Ogilvy: *BIO – výzkumná zpráva*. In [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2008 [cit. 2011-10-13]. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/biopotraviny/>>.

Přílohy

Příloha 1 Faktory ovlivňující vnější prostředí firmy



Zdroj: Vlastní, dle Kotler, P.; ARMSTRONG, G. (2004). *Marketing*. Praha: Grada, str. 180.

Příloha 2 Vývoj výměry zemědělské půdy v ekologickém zemědělství ČR

Rok	Počet podniků celkem	Výměra zemědělské půdy v EZ v ha	Procentický podíl ze zem. půdního fondu
1990	3	480	-
1991	132	17 507	0,41
1992	135	15 371	0,36
1993	141	15 667	0,37
1994	187	15 818	0,37
1995	181	14 982	0,35
1996	182	17 022	0,40
1997	211	20 239	0,47
1998	348	71 621	1,67
1999	473	110 756	2,58
2000	563	165 699	3,86
2001	654	217 869	5,09
2002	721	235 136	5,50
2003	810	254 995	5,97
2004	836	263 299	6,16
2005	829	254 982	5,98
2006	963	281 535	6,61
2007	1 318	312 890	7,35
2008	1 946	341 632	8,04
2009	2 689	398 407	9,38
2010	3 517	448 202	10,55

Zdroj: Ministerstvo zemědělství, <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/> (data k 30. 9. 2011).

Příloha 3 Podíl jednotlivých kultur na celkové výměře ekologického zemědělství (%)

Plochy	rok 2001	rok 2002	rok 2003	rok 2004	rok 2005	rok 2006	rok 2007	rok 2008	rok 2009	rok 2010
Orná půda		8,31	7,7	7,5	8,1	8,34	9,43	10,3	11,38	12,27
TTP	89,69	90,13	90,86	89,4	82,4	82,5	82,42	82,42	82,63	82,38
Trvalé kultury	0,45	0,38	0,36	0,4	0,3	0,42	0,6	0,91	1,08	1,33
Ostatní plochy	1,08	1,18	1,08	2,7	9,2	8,74	7,55	6,37	4,91	4,02
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Zdroj: Ministerstvo zemědělství,
<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/>
 (data k 30. 9. 2011).

Příloha 4 Vyplacené dotace v rámci agroenvironmentálního opatření EZ, tzn. dotace na plochu

Rok	Vyplacené finanční prostředky
1998	48 091 000
1999	84 168 000
2000	89 101 971
2001	167 966 104
2002	210 861 131
2003	230 810 809
2004	292 200 000
2005	285 828 855
2006	304 995 064
2007	536 410 176
2008	687 594 517
2009	980 809 000

Zdroj: Ministerstvo zemědělství,
<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/>
(data k 30. 9. 2011).

Příloha 5 Srovnání vývoje parametrů EZ v čase

			Podíl na celkové výměře EZ v %		
Rok	Počet subjektů v EZ	Úhrn dotací do (Kč) EZ	Orná půda	TTP	Trvalé kultury
2001	654	167 966 104	8,78	89,69	0,45
2002	721	210 861 131	8,31	90,13	0,38
2003	810	230 810 809	7,7	90,86	0,36
2004	836	292 200 000	7,5	89,4	0,4
2005	829	285 828 855	8,1	82,4	0,3
2006	963	304 995 064	8,34	82,5	0,42
2007	1318	536 410 176	9,43	82,42	0,6
2008	1 946	687 594 517	10,3	82,42	0,91
2009	2 689	980 809 000	11,38	82,63	1,08
2010	3517		12,27	82,38	1,33

Zdroj: vlastní, na základě informací ze zdroje: Ministerstvo zemědělství,
<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/>
 (data k 30. 9. 2011).

Příloha 6 Vliv dotací na rozvoj sektorů EZ

	Orná půda			Trvalý trav. porost			Trvalá kultura		
	Podíl na celk. výměře EZ %	Dotace na ha/EUR	Růst podílu celk. výměry EZ v % 2010/2006	Podíl na celk. výměře EZ %	Dotace na ha/EUR	Růst podílu celk. výměry EZ v % 2010/2006	Podíl na celk. výměře EZ %	Dotace na ha/EUR	Růst podílu celk. výměry EZ v % 2010/2006
2006	8,34			82,5			0,42		
2007	9,43	155		82,42	89		0,6	849	
2008	10,3	244		82,42	178		0,91	938	
2009	11,38	244		82,63	178		1,08	938	
2010	12,27	244	47	82,38	178	-0,2	1,33	938	217
Pořadí dotace/pořadí růst podílu									
2/2				3/3			1/1		

Zdroj: vlastní, na základě informací ze zdroje: Ministerstvo zemědělství,
<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/>
 (data k 30. 9. 2011).

Příloha 7 Vývoj a struktura registrovaných subjektů v EZ v roce 2009

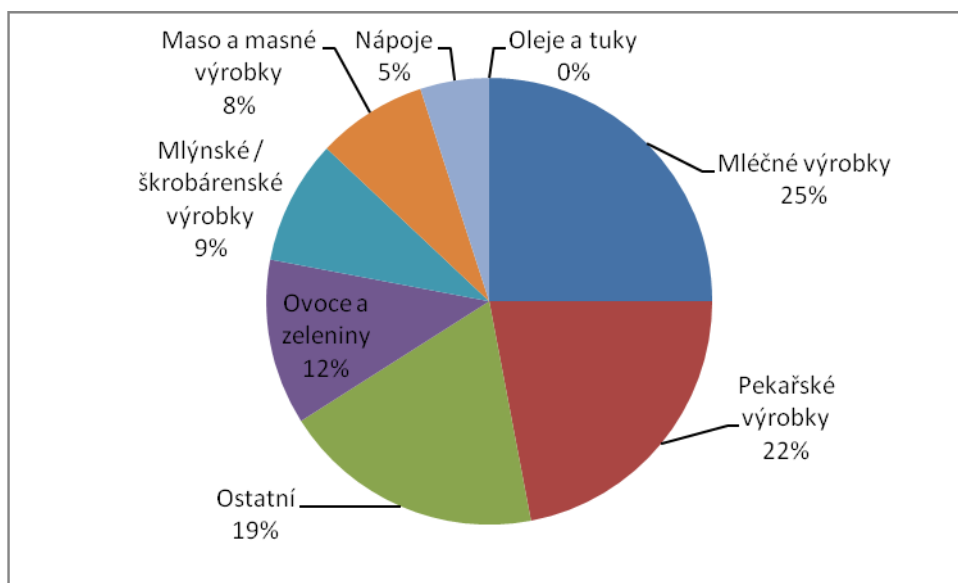
Registrované subjekty	Stav ke konci roku	Ukončené registrace v roce 2009	Nové registrace v roce 2009	Stav ke konci roku 2009
Pouze ekozemědělec	1748	132	952	2568
Pouze výrobce biopotravin	249	30	41	260
Pouze distributor biopotravin	110	15	31	126
Pouze výrobce krmiv	5	0	9	14
Pouze výrobce osiv	7	0	3	10
Pouze včelař	6	4	4	6
MIX - registrace ve více kategoriích				
Výrobce + ekozemědělec	66	3	29	92
Výrobce + distributor	21	1	11	31
Výrobce + krmiva / osiva	3	0	1	4
Výrobce + včelař	1	0	1	2
Distributor + ekozemědělec	1	0	2	3
Distributor + krmiva / osiva	3	0	1	4
Ekozemědělec + krmiva / osiva	2	0	2	4
Ekozemědělec + včelař	1	1	2	2
Výrobce + distributor + ekozemědělec	1	0	2	3
Výrobce + distributor + včelař	1	0	0	1
Výrobce + ekozemědělec + krmiva/osiva	1	0	0	1
Výrobce + ekozemědělec + včelař	2	1	0	1
Celkový počet registrovaných subjektů	2228	187	1091	3132

Zdroj: Ministerstvo zemědělství ČR,

http://eagri.cz/public/web/file/56451/Zprava_EZ_2009_aktualizovano_16._6._2010_UZEI.pdf

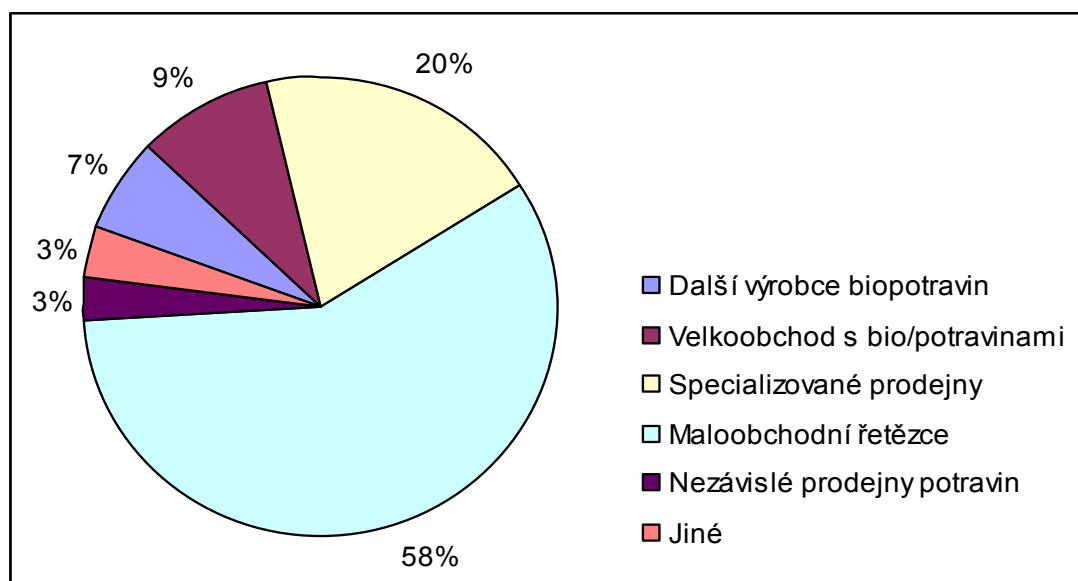
(data k 30. 9. 2011).

Příloha 8 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obrátu výroby v roce 2008



Zdroj: Potravinářská komora ČR, <http://www.bioinstitut.cz/argumenty.html>
(data k 30. 9. 2011).

Příloha 9 Podíl hlavních distribučních kanálů uplatňovaných výrobci bio-potravin v roce 2008



Zdroj: Potravinářská komora ČR,

<http://www.bioinstitut.cz/argumenty.html> (data k 30. 9. 2011).

Příloha 10 Podíl exportu na celkovém prodaném množství bioproduktů

Produkt	Obiloviny	Luskoviny	Brambory	Olejniny	Zelenina
Podíl exportu na celkovém prodaném množství	40 %	24 %	81 %	10 %	85 %

Zdroj: Vlastní, dle: Ministerstvo zemědělství ČR,

http://eagri.cz/public/web/file/67868/Rocenska_2009_web_komplet.pdf (data k 30. 9. 2011).