

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



**Bakalářská práce**

**Spotřebitelské zvyklosti vysokoškolských studentů  
ve spotřebě biopotravin**

**Marcela Matičková**

© 2021 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Marcela Matičková

Ekonomika a management

Provoz a ekonomika

Název práce

Spotřebitelské zvyklosti vysokoškolských studentů ve spotřebě biopotravin

Název anglicky

Consumer Habits of University Students in the Consumption of Organic Food

---

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je identifikace spotřebitelských zvyklostí a postojů při nákupu a spotřebě biopotravin u studentů vysokých škol a na tomto základě formulovat doporučení pro prodejce a výrobce.

Dílčím cílem bakalářské práce je sestavit teoretická východiska, provést dotazníkové šetření, analýzu získaných dat a testování hypotéz.

Metodika

Metodika teoretických východisek zahrnuje kompilaci, analýzu a syntézu sekundárních dat z odborné literatury a odborných relevantních internetových zdrojů. Metodika vlastní práce předpokládá provedení dotazníkového šetření u vybrané skupiny respondentů. Dále je předpokládána formulace hypotéz na základě výstupu teoretických východisek a jejich následné ověření statisticky relevantní metodou s použitím vhodného statistického SW. Závěrem jsou navržena doporučení pro obchodníky, případně producenty, zohledňující sortiment a vhodný způsob podpory prodeje.

### Doporučený rozsah práce

30-40 stran

### Klíčová slova

biopotraviny, student, univerzita, postoj, nákup, preference, ekologické zemědělství

---

### Doporučené zdroje informací

BLOUDEK, Jan; HENYCH, Michal; KUBÁTOVÁ Sláva; MÜLLER, David. Rozumíte svým zákazníkům? Praha: Management Press, 2013. ISBN 978-80-7261- 258-1.

Eurostat. Organic farming statistics. statistické údaje Eurostat dostupné z: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Organic\\_farming\\_statistics#cite\\_note-1](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Organic_farming_statistics#cite_note-1)

FiBL.The world of organic agriculture: statistics & emerging trends 2018, výroční zpráva, BIOFACH, Německo, Nuremberg, ISBN: 978-3-03736-068-2

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

HES, Aleš. Chování spotřebitele při nákupu potravin. Praha: Alfa, 2008. Ekonomie studium. ISBN 978-80-87197-20-2.

VYSEKALOVÁ, Jitka; BÁRTA, Vladimír; KOUDELKA, Jan. Chování zákazníka: jak odkryt tajemství černé skříňky. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3528-3.

---

### Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

### Vedoucí práce

Ing. Petra Šánová, Ph.D.

### Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

---

Elektronicky schváleno dne 1. 3. 2021

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 1. 3. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 10. 03. 2021

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Spotřebitelské zvyklosti vysokoškolských studentů ve spotřebě biopotravin" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2021

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Petře Šánové, PhD., za odborné vedení, cenné rady a podnětné připomínky. Ráda bych také poděkovala své rodině a přátelům za trpělivost a podporu během studií vysoké školy.

# Spotřebitelské zvyklosti vysokoškolských studentů ve spotřebě biopotravin

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá spotřebitelským chováním studentů vysokých škol na trhu biopotravin. Práce je rozdělena do dvou částí, teoretickou a praktickou. Cílem je zjistit, zda vysokoškolští studenti nakupují biopotraviny a popřípadě jak často a jaké nakupují nejčastěji. Informace jsou zpracovány na základě odborné literatury a dotazníkového šetření. Z vyhodnocení dotazníkového šetření vyplývá, že více jak polovina vysokoškolských studentů spotřebovává biopotraviny. Vyhodnocení dotazníkového šetření také ukazuje, jak by chtěli být konzumenti i nekonzumenti biopotravin informováni o důvěryhodnosti a bezpečnosti biopotravin, ale také o výrobě a zpracování biopotravin. V závěru jsou v této oblasti stanovena doporučení pro prodejce a producenty.

**Klíčová slova:** zemědělství, ekologické zemědělství, biopotraviny, bioprodukty, spotřebitel, chování spotřebitele, konzument, výroba biopotravin

# **Consumer habits of university students in the consumption of organic food**

## **Abstract**

This bachelor thesis deals with consumer behavior of university students in the organic food market. The work is divided into two parts, where the literature is presented, and practical. The aim is to find out whether university students buy organic food and, if so, how often and which ones they buy most often. The information is processed on the basis of professional literature and a questionnaire survey. The evaluation of the questionnaire survey shows that more than half of university students consume organic food. The evaluation of the questionnaire survey also shows how consumers and non-consumers of organic food would like to be informed about the safety of organic food. At the same time, this question shows how they want to be informed about the production and processing of organic food. Finally recommendations for sellers and producers are set in this area.

**Keywords:** agriculture, organic agriculture, organic food, organic products, consumer, consumer behavior, organic food production

# Obsah

<b>1.</b>	<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>2.</b>	<b>CÍL PRÁCE A METODIKA</b> .....	<b>11</b>
2.1	Cíl práce .....	11
2.2	Metodika práce .....	11
<b>3.</b>	<b>TEORETICKÁ VÝCHODISKA</b> .....	<b>15</b>
3.1	Charakteristika základních pojmů .....	15
3.1.1	Ekologické zemědělství .....	15
3.1.2	Bioprodukt a biopotravina .....	17
3.1.3	Certifikace a kontrola biopotravin .....	18
3.2	Trh s biopotravinami .....	19
3.2.1	Světový trh s biopotravinami .....	20
3.2.2	Evropský trh s biopotravinami .....	21
3.2.3	Český trh s biopotravinami .....	23
3.3	Chování spotřebitele .....	25
3.3.1	Spotřebitel .....	25
3.3.2	Spotřební chování .....	25
3.3.3	Trh .....	27
3.3.4	Spotřeba potravin .....	27
<b>4.</b>	<b>VÝSLEDKY A DISKUSE</b> .....	<b>29</b>
4.1	Výsledky dotazníkového šetření .....	29
4.2	Testování hypotéz .....	32
4.2.1	Testování hypotézy č. 1 .....	32
4.2.2	Testování hypotézy č. 2 .....	33
4.2.3	Testování hypotézy č. 3 .....	33
4.2.4	Testování hypotézy č. 4 .....	34
4.2.5	Testování hypotézy č. 5 .....	35
4.3	Diskuze .....	35
<b>5.</b>	<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>38</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ</b> .....	<b>39</b>
	<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>43</b>

## Seznam obrázků

Obrázek 1	Myšlenková mapa (vlastní zpracování, 2020) .....	12
Obrázek 2	Porovnání označení biopotravin (MZe, 2020, d) .....	18



Obrázek 3 Tržní rovnováha (Managementmania, 2017) .....	27
---	----

## Seznam tabulek

Tabulka 1 Rozloha organické půdy v Evropě (FiBL, 2018, vlastní zpracování) ....	22
Tabulka 2 Vývoj trhu biopotravin v ČR, 2009-2018 (MZe, 2020 a).....	24
Tabulka 3 Spotřeba potravin v roce 2019 – meziroční změna (ČSÚ, 2020, vlastní zpracování).....	27
Tabulka 4 Asociační tabulka pro výpočet hypotézy č. 1 (vlastní zpracování, 2021)	32
.....	32
Tabulka 5 Asociační tabulka pro výpočet hypotézy č. 2 (vlastní zpracování, 2021)	33
.....	33
Tabulka 6 Asociační tabulka pro výpočet hypotézy č. 3 (vlastní zpracování, 2021)	33
.....	33
Tabulka 7 Asociační tabulka pro testování hypotézy č. 4 (vlastní zpracování, 2021)	34
.....	34
Tabulka 8 Asociační tabulka pro testování hypotézy č. 5 (vlastní zpracování, 2021)	35
.....	35

## Seznam grafů

Graf 1 Země s nejvyšší spotřebou biopotravin na obyvatele (FiBL, 2019, vlastní zpracování).....	20
Graf 2 Země s největšími trhy s biopotravinami (FiBL, 2019, vlastní zpracování)	21
Graf 3 Typ studia respondentů (vlastní zpracování, 2021) .....	29
Graf 4 Obor studia respondentů (vlastní zpracování, 2021) .....	30
Graf 5 Jakým prostřednictvím chtějí být informováni (vlastní zpracování, 2021) .	30
Graf 6 Kde respondenti nakupují biopotraviny (vlastní zpracování, 2021) .....	31
Graf 7 Kde by nejraději nakupovali biopotraviny (vlastní zpracování, 2021) .....	31
Graf 8 Kolik jsou respondenti ochotni utratit za biopotraviny (vlastní zpracování, 2021).....	32

## Seznam použitých zkratk

EZ	Ekologické zemědělství
MZe	Ministerstvo zemědělství

# 1. ÚVOD

Význam ekologického zemědělství spočívá v zachování půdní úrodnosti a ozdravování půdy. Při praktikování ekologického zemědělství se málokdy používají pesticidy a herbicidy, které mohou půdu poškodit. Proto je důležité EZ, aby se udržela úrodnost pro další generace.

Výsledným produktem ekologického zemědělství jsou biopotraviny, ze kterých se dále dají vyrábět bioprodukty. Biopotraviny jsou zdraví prospěšné, protože neobsahují přídavné látky, které jsou výše zmíněné (pesticidy, herbicidy). Bioprodukty jsou poté vyráběny pouze z biopotravin.

Ekologické zemědělství je ve skutečnosti jen trochu odlišné od tradičního zemědělství, které bylo používáno od začátku zemědělství. Na rozdíl od tradičního zemědělství, ekologické zemědělství používá jen velmi málo přídavných látek, jako jsou například pesticidy a herbicidy, které ochrání rostliny před nemocemi a škůdci, ale neohrozí kvalitu plodiny.

Je velmi důležité sledovat nákupní chování spotřebitelů, aby poskytovatelé statků a služeb věděli, co mají a v jakém rozsahu poskytovat. To také platí pro prodejce biopotravin a bioproduktů, ale ti jsou někdy ovlivněni množstvím, které mohou nabídnout.

Stejně jako by měli být informováni prodejci o nynějších trendech, tak by i spotřebitelé měli být informováni o kvalitě produktů, které chtějí koupit.

## **2. CÍL PRÁCE A METODIKA**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem této bakalářské práce je identifikace spotřebitelských zvyklostí a postojů při nákupu a spotřebě biopotravin u studentů vysokých škol a na základě této identifikace také formulovat doporučení pro prodejce a výrobce. V oblasti prodeje biopotravin u této cílové (spotřebitelské) skupiny:

- sestavit teoretická východiska
- provést dotazníkové šetření
- analýza získaných dat
- testování hypotéz
- analýza, syntéza získaných dat

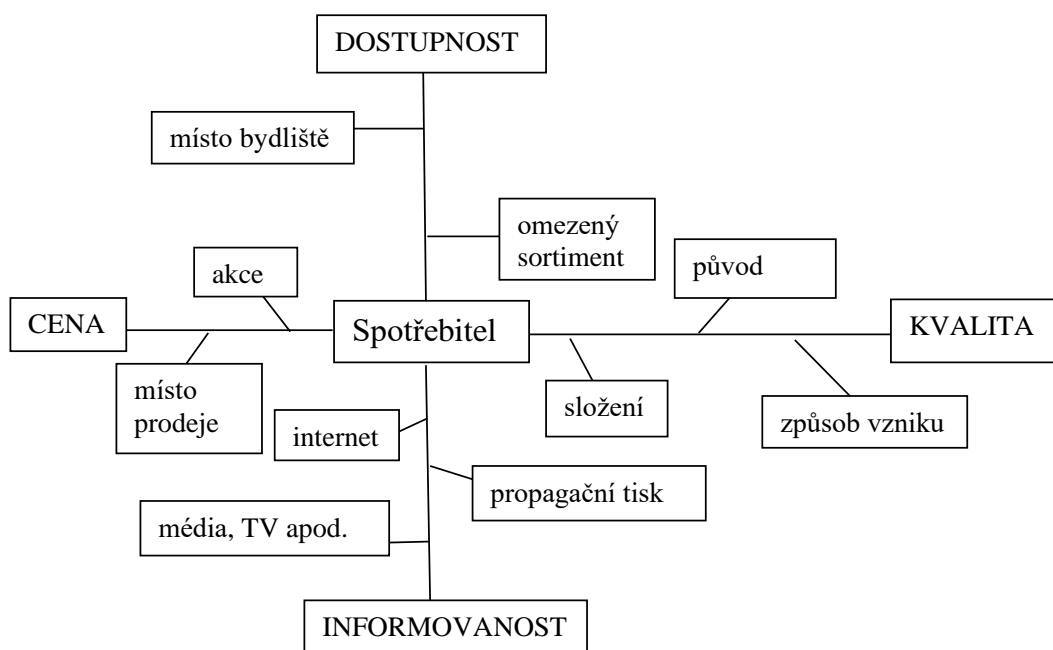
### **2.2 Metodika práce**

Metodika teoretických východisek se zabývá zkoumáním jednotlivých hledisek tématu biopotravin. Při zkoumání těchto hledisek je čerpáno z internetových, knižních a tiskových zdrojů. Zdroje jsou uvedeny v kapitole 6. Zdroje.

Metodika vlastní práce je rozložena do následujících kroků: provedení dotazníkového šetření, analýza získaných dat, testování hypotéz a analýza, syntéza získaných dat.

Podle výzkumu provedeného v roce 2017 (GFK, 2017) vyplývá, že mladí spotřebitelé ve věku 20-29 let tvoří skupinu respondentů (22 %), kteří považují biopotravinu za důležitou součást spotřebního koše. Proto je pro účely této práce zvolena skupina – VŠ studentů jako cílová pro provedení dotazníkového šetření.

Při sestavování dotazníkového šetření je vycházeno z úvahy o hlavních faktorech, které ovlivňují chování spotřebitele. Za tímto účelem je vytvořena myšlenková mapa (viz obrázek 1), kde jsou zobrazeny nejdůležitější faktory, které spotřebitel často má při koupi biopotravin. Spotřebitel je ovlivněn čtyřmi nejdůležitějšími faktory, a těmi jsou cena, informovanost, kvalita a dostupnost.



**Obrázek 1** Myšlenková mapa (vlastní zpracování, 2020)

Dotazníkové šetření probíhalo od 8.2.2021 do 28.2.2021, pomocí internetového dotazníku, který byl rozeslán pomocí sociální sítě Facebook studentům vysoké školy. Dotazník (viz. Příloha) nevyplňovali pouze studenti České zemědělské univerzity, ale i studenti ČVUT, VŠE a Západočeská univerzita v Plzni. Dotazník obsahuje 23 otázek, z toho jich je 19 uzavřených a 4 otevřené. Již první otázka je vylučovací, protože dotazník je určen pro studenty vysokých škol, proto hned první otázka zní, zda jsou respondenti studenti vysokých škol. Dotazník vyplnilo 166 respondentů.

Vyhodnocení dotazníkového šetření

Na základě teoretických východisek jsou formulovány následující hypotézy:

- hypotéza č. 1
  - $H_0$  = Neexistuje souvislost mezi důvěryhodností biopotravin a místem, kde respondenti strávili většinu života.
  - $H_A$  =  $H_0$  neplatí.
- hypotéza č. 2
  - $H_0$  = neexistuje souvislost mezi ekonomickou situací a cenou biopotravin.
  - $H_A$  =  $H_0$  neplatí.
- hypotéza č. 3

- $H_0$  = Neexistuje souvislost mezi dostupností a tím, kde respondenti strávili většinu života.
- $H_A$  =  $H_0$  neplatí.
- hypotéza č. 4
  - $H_0$  = Neexistuje souvislost mezi pohlavím a tím kdo nakupuje.
  - $H_A$  =  $H_0$  neplatí.
- hypotéza č. 5
  - $H_0$  = Neexistuje souvislost mezi nedostatečné informovanosti a bezpečností biopotravin.
  - $H_A$  =  $H_0$  neplatí.

Analýza je prováděna pomocí hledání asociací. Asociační tabulky jsou tabulky, které zjišťují závislosti kvalitativních alternativních znaků, jež mají pouze dva zkoumané znaky. Na rozdíl od kontingenčních tabulek, které ověřují kvalitativní množné znaky, ty mají více než dva znaky.

Asociační tabulky, jak už je zmíněno jsou kvalitativní a mají alternativní znaky, což znamená, že jsou pouze dva znaky. Takto vypadá základní asociační tabulka:

A/B	$b_0$	$b_1$	Celkem
$a_0$	a	b	(a+b)
$a_1$	c	d	(c+d)
celkem	(a+c)	(b+d)	N

Tímto způsobem jsou testované hypotézy, přesněji řečeno nulová a alternativní hypotéza. Kde nulová hypotéza zastává, že spolu znaky nesouvisí, kdežto alternativní hypotéza předkládá vzájemnou závislost těchto dvou znaků.

Postup při zpracování dat pro testování statistických hypotéz je následující:

1. Formulace nulové hypotézy
2. Formulace alternativní hypotézy
3. Hladina významnosti
4. Výpočet testového kritéria
5. Výběr správného výsledku dle nulové či alternativní hypotézy

U asociačních tabulek, lze použít dva druhy testu. Chí kvadrát test nezávislosti, jen pokud je celkový počet větší než 40, a Fisherův faktoriálový test, pouze v případě, kdy počet je menší 20. Samozřejmě může dojít i k situaci, že souhrnné množství je mezi oběma

testy, tak se musí provést výpočet očekávaných (teoretických) četností. Chí kvadrát test nezávislosti se počítá tímto způsobem:

$$x^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}$$

Fisherův faktoriálový test se počítá mnohem složitějším způsobem, kde se tvoří pomocné tabulky. Z výchozí tabulky se vybere nejmenší číslo, a to se poté snižuje o jednu jednotku, dokud v poslední pomocné tabulce není nula. Poté se z každé tabulky vypočítá dílčí výsledek. Nakonec se veškeré dílčí výsledky sečtou a souhrnný výsledek se porovná s hladinou významnosti  $\alpha$ . Výpočet dílčích tabulek:

$$p_i = \frac{(a + b)!(a + c)!(b + d)!(c + d)!}{n! a! b! c! d!}$$

Souhrn všech dílčích částí Fisherova faktoriálového testu:

$$P = \sum p_i$$

V případě, že celkový počet dotazovaných bude mezi 20 a 40 je nutné zjistit očekávané (teoretické) četnosti, podle kterých se dále zjistí, jakým způsobem se počítá finální výpočet pro srovnání s hladinou významnosti  $\alpha$ . Jednotlivé očekávané (teoretické) četnosti:

$$a_0 = \frac{(a + b)(a + c)}{n}$$

$$b_0 = \frac{(a + b)(b + d)}{n}$$

$$c_0 = \frac{(a + c)(c + d)}{n}$$

$$d_0 = \frac{(b + d)(c + d)}{n}$$

Pravidla pro volbu testů:

- pokud jsou všechny očekávané četnosti větší než 5, musí se použít Chí kvadrát test nezávislosti,
- je-li alespoň jedna očekávaná četnost menší nebo rovna 5, je nutné použít Fisherův faktoriálový test.

V závěru této bakalářské práce jsou uvedena doporučení.

## 3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

### 3.1 Charakteristika základních pojmů

Charakteristika základních pojmů se zabývá vysvětlením podstatných pojetí, které se u biopotravin týkají.

#### 3.1.1 Ekologické zemědělství

Ekologické zemědělství (EZ) je zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce a který, pokud dochází k chovu hospodářských zvířat, dbá jejich etologických a fyziologických potřeb v souladu s požadavky zvláštních právních předpisů (Moudrý, 2020).

Ekofarma je zemědělská farma, kde se pěstují rostliny nebo chová dobytek na přírodním ekologickém základě. Podmínky splnění „ekologičnosti“ jsou přísně kontrolovány (Kadlíková, 2020).

Historie uvažování o alternativách konvenčních způsobů hospodaření sahá až do prvních desetiletí 20. století, kdy byly zaznamenány první dokumentované údaje o poškozování půdní úrodnosti a změnách v agroekosystémech, které souvisely s chemickou a technickou intenzifikací zemědělství, především s prudkým rozvojem biochemie, rozšířením a tedy zlevněním výroby dusíkatých hnojiv a rozvojem technologie benzinového vznětového motoru, tedy „érou traktorů“ (Valeška, 2015).

Počátky vzniku ekologického zemědělství ve střední a západní Evropě můžeme datovat do období po první světové válce. V německy mluvících zemích vzniká jednak přírodní zemědělství, které se vrací k důslednějšímu uplatňování biologicky zaměřených znalostí v zemědělské produkci a dále biodynamické zemědělství, jehož výchozí bod tvořit antroposofický obraz člověka a přírody. Vznikem těchto systémů, stejně jako organicko-biologického zemědělství, organického zemědělství a dalších směrů, byla snaha řešit určité problémy, které se ve společnosti objevily. Některé systémy byly ovšem ovlivněny staršími podobnými snahami mimokontinentálními (KEZ, 2020).

Ekologické zemědělství se v České republice začalo rozvíjet až od roku 1990. Ve srovnání se státy západní Evropy je to zhruba o 20 let později. Rozvoj ekologického

zemědělství ale probíhal velmi rychlým tempem, tudíž je možné konstatovat, že situace z pohledu kontroly je dnes srovnatelná s většinou zemí EU. Systém ekologického zemědělství je regulován stejnými předpisy v celé EU a je podřízen úředním kontrolám jednotlivých členských států (Dlouhý, Urban, 2011).

Pravidla ekologického zemědělství a výroby biopotravin jsou stanovena národními i evropskými předpisy, jedná se zejména o:

- 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 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí,
- Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů,
- Vyhláška ministerstva zemědělství č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství (Pro-Bio Liga, 2020).

Ekologické zemědělství je moderní formou obhospodařování půdy bez používání umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků, hormonů a umělých látek. Jeho prioritou je kvalita, nikoli kvantita produkce. Je založené na zásadách etického přístupu vůči chovaným zvířatům (welfare), ochrany životního prostředí, zachování biodiverzity (rozmanitosti rostlinných a živočišných druhů), šetření neobnovitelných zdrojů, ochraně zdraví populace ale i udržení zaměstnanosti v zemědělství a na venkově. Základem ekologického hospodaření je zdravá půda. Udržení a zlepšování úrodnosti půdy se provádí organickým hnojením, zeleným hnojením, pestřými osevními postupy a šetrným zpracováním půdy. Díky střídání plodin a mnohotvárné kulturní krajině v jeho okolí se vytváří biologická rovnováha, která posiluje schopnost rostlin se bránit proti chorobám a škůdcům. Regulace plevelů se v rámci ekologického zemědělství provádí s využitím moderní techniky přizpůsobené přírodě. Ekologičtí zemědělci nepoužívají průmyslová hnojiva, syntetické pesticidy, herbicidy, růstové regulátory a geneticky modifikované organismy (Bioinstitut, 2020).



### 3.1.2 Bioprodukt a biopotravina

Bioprodukt je surovina rostlinného nebo živočišného původu získaná v ekologickém zemědělství a určená k výrobě biopotravin, krmiv, osiva a sadby a dalších ekologických výrobků. Může to být například zelenina, ovoce, obiloviny, luskoviny, olejniny, přadné a aromatické rostliny, ale také syrové mléko, vejce nebo živá zvířata (dera, 2008).

Biopotravina je produkt vyprodukovaný v souladu s požadavky platné legislativy pro ekologickou produkci. Díky celému kontrolovanému systému ekologické produkce nesmějí obsahovat rezidua agrochemických látek, léčiv apod. Dále nesmějí obsahovat geneticky modifikované (GMO) suroviny a nesmějí být ošetřovány ionizujícím zářením (Ministerstvo zemědělství, 2020 b).

Biopotraviny jsou zpracovávány takovým způsobem, aby byla zachována jejich přirozená chuť a nutriční hodnota – tedy šetrně, bez použití umělých přísad a škodlivých technologií. Jsou proto nejbezpečnější a nejvíce kontrolované potraviny na trhu. Jejich výroba je zcela transparentní, mají dohledatelný původ a zaručují vysokou kvalitu.

- biopotraviny jsou produkty pocházející ze surovin ekologického zemědělství,
- při výrobě biopotravin je nutné zachovávat pravidla daná zákonem, pak má daná biopotravina platný certifikát a na obale uvedené logo bio,
- výrobu biopotravin pravidelně minimálně jednou ročně kontroluje nezávislý kontrolní orgán,
- v ekologickém zemědělství farmáři nesmí používat syntetická hnojiva a chemické postřiky,
- ekologické zemědělství nepovoluje používat geneticky modifikované organismy (GMO),
- zpracování biopotravin probíhá velmi šetrně, bez použití chemických barviv, konzervantů, zvýrazňovačů chuti či aromat,
- chuť i vůně biopotravin je opravdová a obejde se bez přikrášlování náhražkami,
- biopotraviny nezatěžují náš organizmus zbytečnými chemickými látkami,
- výrobci biopotravin dbají na okolní krajinu, půdu, vodu i ovzduší,

- pole, kde se hospodaří ekologicky, se vyznačují mnohem větší pestrostí a výskytem živočichů i rostlin než pole obdělávaná běžným způsobem (Pro-Bio Liga, 2017)

Biopotraviny častěji kupují mladí lidé s dětmi, nemocní nebo rekonvalescenti a také starší lidé. S úrovní vzdělání zájem o konzumaci roste (avšak někteří odborníci tvrdí přesný opak.) (Stříbrná, Mikula, 2003)

Biopotraviny podle zákona musejí být označeny (Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, ve znění pozdějších předpisů), a dále podle vyhlášky č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství. Grafický znak biozebra, s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“ se v ČR používá jako celostátní ochranná známka pro biopotraviny. Toto logo musí nést na svých obalech nejen biopotraviny, ale všechny bioprodukty vyprodukované v České republice. Musí zde být také umístěn číselný kód kontrolní organizace (CZ-BIO- xxx) (Ministerstvo zemědělství, 2020 d).

Logo EU pro ekologické zemědělství ujišťuje spotřebitele o původu a kvalitách nakupovaných potravin a nápojů a jeho přítomnost na jakémkoli výrobku zaručuje soulad s nařízením EU o ekologickém zemědělství. Od července 2010 je logo pro biovýrobky EU povinné pro všechny předem balené potraviny v Evropské unii. Je také možné použít logo dobrovolně pro předem nebalené produkty ekologického zemědělství vyrobené v EU nebo pro produkty ekologického zemědělství dovezené ze třetích zemí. (Jelínková, 2020).

Na obrázku č. 2 jsou zobrazená loga mezi označením biopotravin v České republice a v Evropské unii. ČR používá jednoduchou biozebru, kde v dolní části je napsáno „Produkt ekologického zemědělství“. Na rozdíl EU používá logo, kde je zobrazen list s pomocí hvězd, které je možné najít na vlajce Evropské unie.



české označení biopotravin

evropské označení biopotravin

**Obrázek 2 Porovnání označení biopotravin (MZe, 2020, d)**

### 3.1.3 Certifikace a kontrola biopotravin

Všechny bioprodukty musí být registrovány na Ministerstvu zemědělství a podléhat kontrole. Kontrola je tvořena systémem kontrolních a certifikačních organizací

v kombinaci se státními dozorovými orgány. V určitých případech se zapojuje do kontrol také Oddělení ekologického zemědělství Ministerstva zemědělství, které je kompetentním orgánem pro ekologickou produkci v České republice. Proto není důvod mít k bioproduktům nízkou důvěru (Ministerstvo zemědělství, 2017).

Nejdůležitější část kontroly provádějí kontrolní organizace. Jde o soukromé subjekty pověřené Ministerstvem zemědělství, které mají právo udělovat osvědčení o původu bioproduktů, tzv. certifikát. Inspekci provádějí na základě smluvního vztahu mezi kontrolní organizací a kontrolovaným subjektem, který za kontrolu platí. Kontrolní organizace disponují potřebným administrativním aparátem a celkově dvaceti terénními inspektory. Jejich povinností je zkontrolovat každý subjekt registrovaný v ekologickém zemědělství nejméně jednou za rok. Na základě bezchybných výsledků kontroly pak ekologický podnik získá na své produkty zmíněný certifikát. Kontrolní organizace má právo vstupovat do všech prostor souvisejících s podnikáním, má právo i povinnosti odebírat vzorky půdy, rostlin, surovin i produktů. Kontrolní organizace má dokonce právo v potřebném rozsahu kontrolovat i ty dodavatele ekologického podniku, s nimiž nemá přímo uzavřenu smlouvu. Kontrolní organizace má k dispozici řadu sankčních opatření, z nichž nejsilnější je odeprání certifikátu při zjištění závažných porušení pravidel ekologické produkce. Bez certifikátu nesmí postižený podnik své produkty uvádět na trh s označením bio (Gallas, 2017).

Soukromé kontrolní subjekty, které zajišťují kontrolní činnosti spojené s vydáním osvědčení o původu bioproduktu, biopotravin nebo ostatního bioproduktu:

- KEZ o. p. s.
- ABCERT AG, organizační složka
- Biokont CZ, s. r. o.
- BUREAU VERITAS CERTIFICATION CZ, s. r. o. (Ministerstvo zemědělství, 2020 c)

### **3.2 Trh s biopotravinami**

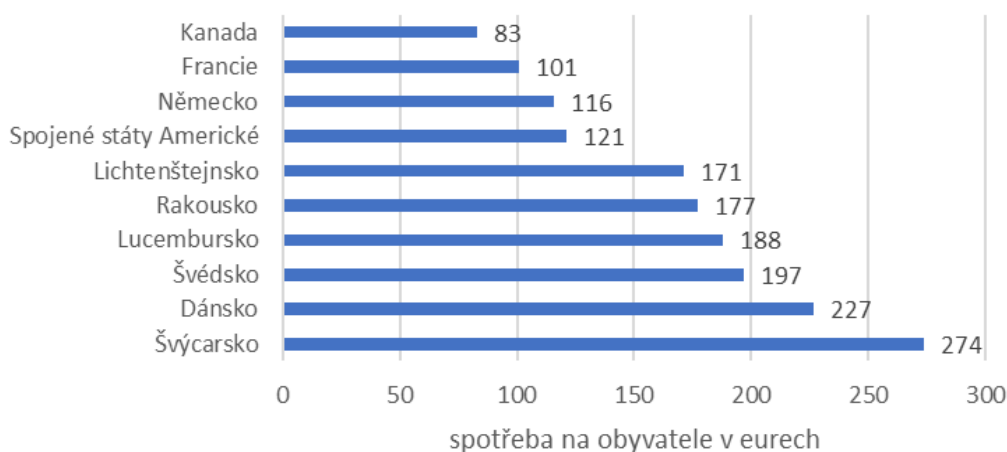
V této kapitole je vysvětleno, jak vypadá trh s biopotravinami, jak ve světovém, tak v evropském i tuzemském měřítku.

### 3.2.1 Světový trh s biopotravinami

V roce 2018 se celosvětové prodeje biopotravin poprvé dostaly přes 100 miliard dolarů. Největšími světovými odbytími pro biopotraviny zůstávají Severní Amerika a Evropa. Společně se na celosvětových prodejkách biopotravin podílejí 90 procenty (Vohralíková, 2020)

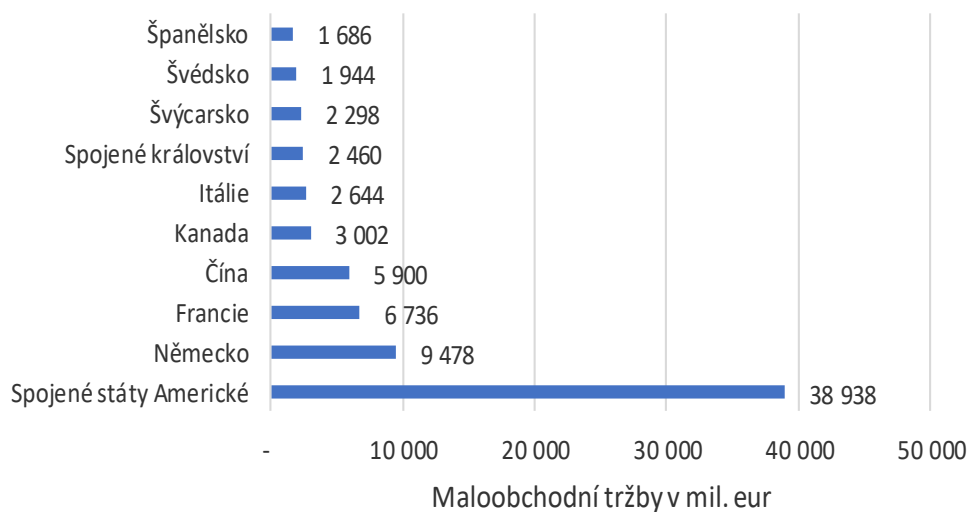
Na grafu č. 1 je znázorněno deset států s nejvyšší spotřebou biopotravin na obyvatele. Největší zastoupení zde má Evropský kontinent. Nejvyšší spotřebu na obyvatele mají ve Švýcarsku se 274 eury, následuje je Dánsko s 227 eury, poté je Švédsko s 197 eury, dále je Lucembursko s 188 eury, Rakousko s 177 eury, Lichtenštejnsko s 171 eury, Spojené státy Americké s 121 eury, Německo s 116 eury, Francie s 101 eury a Kanada s 83 eury (FiBL, 2019).

**Graf 1 Země s nejvyšší spotřebou biopotravin na obyvatele (FiBL, 2019, vlastní zpracování)**



Na grafu číslo 2 je vidět, že největší trh s biopotravinami je ve Spojených státech Amerických s celkovými tržbami 38,9 miliardy eur, s velkou odchylkou je následuje Německo s tržbami 9,5 miliardy eur, dále je Francie s 6,7 miliardy eur, poté Čína s 5,9 miliardy eur, Kanada s 3,0 miliardy eur, Itálie s 2,6 miliardy eur, Spojení království s 2,5 miliardy eur, Švýcarsko s 2,3 miliardy eur, Švédsko s 1,9 miliardy eur a Španělsko s 1,7 miliardy eur. Celkový součet pro trh biopotravin v Evropě činí 27,2 miliardy eur (FiBL, 2019)

**Graf 2 Země s největšími trhy s biopotravinami (FiBL, 2019, vlastní zpracování)**



Na světě je přes 71,5 milionu hektarů farem hospodařících v ekologickém zemědělství. Rok 2018 byl pro globální ekologické zemědělství dalším rekordním rokem. Podle nejnovějšího průzkumu FiBL o ekologickém zemědělství na celém světě se ekologická zemědělská půda zvýšila o 2,0 milionu hektarů, dále rostl také ekologický maloobchodní prodej, který dosáhl dalšího historického maxima, jak ukazují údaje ze 186 zemí (údaje z konce roku 2018). 21. vydání studie „The World of Organic Agriculture“ (Svět ekologického zemědělství) vydané společnostmi FiBL a IFOAM – Organics International ukazuje pokračování pozitivního trendu zaznamenaného v minulých letech. Tento každoroční průzkum o ekologickém zemědělství po celém světě je podporován švýcarským státním sekretariátem pro hospodářské záležitosti (SECO), Mezinárodním obchodním střediskem (ITC), Fondem udržitelnosti Coop Switzerland a NürnbergMesse, organizátory veletrhu BIOFACH (IFOAM, 2020)

### **3.2.2 Evropský trh s biopotravinami**

Celková ekologická plocha v EU-28 činila v roce 2018 13,4 milionu hektarů a očekává se, že v následujících letech ještě poroste. Nárůst organických ploch mezi lety 2012 a 2018 činil 34 %. Celková ekologická plocha je součtem „oblasti v procesu přeměny“ a „certifikované oblasti“. Než může být plocha certifikována jako „ekologická“ musí projít procesem přeměny, který může trvat 2-3 roky v závislosti na plodině (Eurostat, 2020).

Ekologická zemědělská půda se ve srovnání s rokem 2016 zvýšila o více než 1 milion hektarů. Zeměmi s největšími ekologickými zemědělskými plochami bylo Španělsko (2,1 milionu hektarů), Itálie (1,9 milionu hektarů), a Francie (1,7 milionu hektarů). V deseti zemích je nejméně 10 procent zemědělské půdy ekologického zemědělství: V čele je Lichtenštejnsko (37,9 procenta), následuje Rakousko (24 procent) a Estonsko (20,5 procenta). Maloobchodní prodej ekologických produktů činil v roce 2017 celkem 37,3 miliardy eur (Evropská unie: 34,3 miliardy eur), což představuje nárůst o 10,5 procenta od roku 2016. Největším trhem s ekologickými produkty bylo v roce 2017 Německo s maloobchodními prodeji ve výši 10 miliard eur, následovala Francie (7,9 miliardy eur) a Itálie (3,1 miliardy eur).

**Tabulka 1 Rozloha organické půdy v Evropě (FiBL, 2018, vlastní zpracování)**

<b>Země</b>	<b>Organická půda v ha</b>	<b>Země</b>	<b>Organická půda v ha</b>
Albánie	746	Moldavsko	17151
Belgie	89025	Německo	1521314
Bosna a Hercegovina	896	Nizozemsko	63809
Bulharsko	128839	Norsko	46377
Česká republika	538893	Polsko	484676
Dánsko	256711	Portugalsko	213118
Estonsko	206590	Rakousko	637805
Finsko	297442	Rumunsko	326260
Francie	2035024	Rusko	606974
Chorvatsko	103166	Řecko	492627
Irsko	118699	Severní Makedonie	4409
Island	24855	Slovensko	188986
Itálie	1958045	Slovinsko	47848
Kosovo	160	Spojené království	457377
Kypr	6022	Srbsko	19254
Lichtenštejnsko	1413	Španělsko	2246475
Litva	239691	Švédsko	608758
Lotyšsko	280383	Švýcarsko	160991
Lucembursko	5782	Turecko	646247
Maďarsko	209382	Ukrajina	309100
Malta	47	-	-

Čtyřicet dva zemí v Evropě má právní předpisy o ekologickém zemědělství a jedna země právě připravuje právní předpisy. Rusko i Ukrajina schválily své organické zákony v roce 2018. Evropští spotřebitelé utratili v roce 2017 za ekologické potraviny na osobu 47 eur (Evropská unie 67 eur). Výdaje spotřebitelů na biopotraviny na obyvatele se za posledních deset let zdvojnásobily. Švýcaři utratili nejvíce peněz za biopotraviny na obyvatele (288 eur) (IFOAM, 2019).

V tabulce číslo 1 jsou znázorněny státy a jejich rozloha ekologického zemědělství. Státy s největší rozlohou pro ekologické zemědělství jsou: Španělsko (2,25 milionu hektarů), Francie (2,04 milionu hektarů), Itálie (1,96 milionu hektarů), Německo (1,52 milionu hektarů) a Turecko (0,65 milionu hektarů).

### **3.2.3 Český trh s biopotravinami**

ČR v dlouhodobém horizontu patří k zemím, kde průměrná velikost ekologické farmy výrazně převyšuje evropský průměr, který se pohybuje přibližně okolo 40 ha. V roce 2001 byla zjištěna nejvyšší průměrná výměra ekologické farmy 333 ha. Od té doby průměrná velikost farem trvale klesala. V posledních letech je průměrná velikost ekologické farmy stabilní a na konci roku 2014 činila 127 ha. V roce 2016 to bylo 119 ha a v roce 2017 byl zaznamenán další pokles na 118 ha. Snížení průměrné výměry je způsobeno především dělením stávajících farem na menší celky (např. dělení farmy v rámci rodiny apod.), anebo vstupem nových farem, která mají nižší výměru. I přes výše uvedené však platí, že výměra průměrné ekofarmy je stále větší než průměrná výměra farmy konvenční (cca 76,5 ha v roce 2017) (Ministerstvo zemědělství, 2019 b).

Domácí spotřeba biopotravin v roce 2017 byla 3,33 miliardy korun, meziročně tedy vzrostla o 30,5 % a byla nejvyšší od roku 2008. V Evropě tento nárůst 10,5 %. Vyplývá to z dotazníkového šetření mezi výrobci a distributory biopotravin registrovanými na Ministerstvu zemědělství (MZe) k 31. 12. 2017. Výsledky průzkumu, který dělá Ústav zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI), shrnuje Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2017. Nejvíce biopotravin nakoupili čeští spotřebitelé v maloobchodních řetězcích, tedy v supermarketech a hypermarketech, kde utratili 1,4 miliardy korun (Ministerstvo zemědělství, 2019 a).

Tabulka 2 Vývoj trhu biopotravin v ČR, 2009-2018 (MZe, 2020 a)

Ukazatel	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Celkový obrat s biopotravinami včetně vývozu (mld. Kč)</b>	1,98	2,1	2,24	2,4	2,72	3,19	3,73	4,19	5,7	7,02
<b>Vývoz (mld. Kč)</b>	0,37	0,51	0,57	0,62	0,77	1,17	1,48	1,64	2,37	2,59
<b>Spotřeba biopotravin v ČR (mld. Kč)</b>	1,61	1,6	1,67	1,78	1,95	2,02	2,25	2,55	3,33	4,43
<b>Meziroční změna obratu biopotravin v ČR (%)</b>	-10	-1	4,6	6,7	9,5	3,9	11,4	13,5	30,5	33
<b>Podíl na celkové spotřebě potravin a nápojů (%)</b>	0,65	0,63	0,65	0,66	0,71	0,72	0,81	0,9	1,17	1,58
<b>Spotřeba na obyvatele a rok (Kč)*</b>	154	151	158	169	185	191	213	241	314	416
<b>Podíl na dovozu na obratu biopotravin (%)</b>	n. d.	46	46/60	46/60	46/57	43/49	39/62	46/60	46/57	47/60
<b>Podíl řetězců na obratu biopotravin (%)</b>	68	67	64	64	64	57	61	62	58	51

\* Podíl dovozu distributorů/ Podíl dovozu distributoru a "mix" subjektů

V tabulce číslo 2 ve zvýrazněném řádku je možno vidět, jak rostla spotřeba biopotravin v České republice. V roce 2009 byla spotřeba biopotravin ve výši 1,61 mld. Kč, v roce 2010 tato suma nepatrně klesla na 1,6 mld. Kč. Oproti tomu v roce 2011 vzrostla na 1,67 mld. Kč. Od této chvíle to bylo stále vzrůstající až do roku 2018, zde jsou totiž poslední data, kdy tato suma činila 4,43 mld. Kč.



### **3.3 Chování spotřebitele**

Tato kapitola je zaměřena na samotného spotřebitele a jeho chování na trhu.

#### **3.3.1 Spotřebitel**

Samotný pojem spotřebitel je pak definován v § 419, dle kterého je spotřebitelem každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná. Veřejnoprávní definice pojmu spotřebitel je pak uvedena v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Spotřebitel je definován jako „fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání“ (Hadaš, 2014).

Evropská komise vytyčila v oblasti spotřebitelské politiky a ochrany spotřebitele několik hlavních cílů, a to zejména posílení postavení spotřebitelů v EU, zvýšení blahobytu spotřebitelů v EU a účinnou ochranu spotřebitele před závažnými riziky a hrozbami. Jedním ze základních principů politiky ochrany spotřebitele EU je uznání spotřebitelů jako rovnoprávných a odpovědných účastníků obchodu na vnitřním trhu, kterým má být umožněno činit informovaná rozhodnutí ohledně nákupu zboží a služeb. Zájmy spotřebitelů mají být chráněny zejména s ohledem na zvyšující se komplexitu a růst maloobchodních trhů a rovněž s ohledem na rozmach elektronického obchodování (Vozár, 2013)

#### **3.3.2 Spotřební chování**

Spotřební chování lidí – konečných spotřebitelů, které se vztahuje k získávání, užívání a odkládání spotřebních výrobků - produktů. Spotřební chování zahrnuje jak jednání spojené s bezprostředním nákupem nebo užití výrobků, tak i okolí, které jej podmiňuje. Odráží se v něm jakási všeobecnější „spotřební podstata“ každého člověka, jež je podmíněn částečně geneticky, částečně získávána během života v dané (lidské) společnosti. Spotřební chování nelze vytrhnout z jeho vazeb na ostatní aspekty lidského chování (Koudelka, 2006)

Chování lidí související se spotřebou statků – hmotných či nehmotných představuje obecné velmi důležitou rovinu lidského chování. Tato rovina představuje proces zahrnující:

- příčiny, které vedou lidské bytosti k užívání určitého zboží (výrobků, služeb, ...)
- způsoby, kterými zboží získávají, užívají a odkládají
- vlivy, které tento proces provázejí (Regnerová, Šálková, 2004)

I chování českých spotřebitelů se vlivem globalizačních trendů neustále rozvíjí. Důkazem toho jsou výsledky průzkumu kritérií, která zákazníci při rozhodování o nákup nejvíce preferují a která se neustále mění. Znalost těchto preferencí vytváří v produkční sféře i v obchodě konkurenční výhodu a představuje vlivné motivační i stimulační faktory efektivnosti obchodu. Dynamicky roste počet nových obchodních zařízení, bylo otevřeno několik desítek nových hypermarketů, supermarketů, diskontů, hobbymarketů, nákupních center uvnitř i mimo městské lokality. Konkurenčním tlakem silné využívajícím cenovou konkurenci a prostorovou expanzí zajištěnou zahraničním kapitálem se stabilizuje postavení velkých nadnárodních obchodních společností na trhu. Růst životní úrovně obyvatel, přesun obyvatel do měst (proces urbanizace), pokles naturální spotřeby, lepší mobilita obyvatelstva, to vše vede k postupnému, ale k soustavnému velmi rychlému rozvoji prodeje. Roste velikost prodejních ploch, hledají se nové přístupy k zákazníkovi především směrem k individualizaci jeho požadavků a je kladen důraz na nové prodejní techniky (např. na internetové prodeje, zásilkové prodeje aj.). To vše se odráží ve změně chování spotřebitelů, zejména v jejich přístupu k nákupu potravin (Schiffman, 2004).

Velký vliv na takového spotřebitele má reklama, která na něj působí ze všech stran a nepřetržitě. Málokdo dokáže nepodlehnout reklamě, která nás informuje o tom, že daný výrobek je nejlevnější, nejvýhodnější nebo při koupi tří výrobků zaplatí pouze dva. Reklama je založena na tom, že pocit z dobrého obchodu se stává pro spotřebitele rozhodujícím motivačním faktorem k nákupu. Nákupní chování se též liší v přístupu mužů a žen podle toho, co nakupují, ale i tím, co prožívají. Průzkumy prokázaly, že v obecném měřítku ženy nakupují spíše oděvy, kosmetiku, základní potraviny a muži elektroniku, zboží, které „posilují jejich mužství“ a z potravin především pochutiny a gurmánské novinky. Ženy si v klidu prochází obchod, vybírají si, ukládají do košíku, aniž se jejich tepová frekvence zvýší. Výsledkem je, že obvykle nakupují více, než původně zamýšlely. Muži se při nákupu chovají racionálně a přímočaře nakupují zboží, které potřebují (Hes, 2009).

### 3.3.3 Trh

Trh je pojem, který označuje prostor, kde dochází ke směně statků a služeb / nebo financí (peněz). Obchod mohou mezi sebou uskutečnit dva subjekty (lidé, organizace, podniky), ale trh musí tvořit alespoň tři subjekty tak, aby mohla vzniknout konkurence (Managementmania, 2017)



Obrázek 3 Tržní rovnováha (Managementmania, 2017)

Obrázek č. 3 je grafickým znázorněním spojení křivky poptávky (D) a křivky nabídky (S). Kde se na trhu setkává nabídka a poptávka. Střet těchto dvou křivek se vytvoří rovnovážný bod, který ukazuje rovnovážné množství ( $Q'$ ) a rovnovážnou cenu ( $P'$ ). Rovnovážený bod označuje, jaké množství je vhodné prodat za „rozumnou“ cenu.

### 3.3.4 Spotřeba potravin

Celková spotřeba potravin, včetně potravinových ztrát a odpadů, dosáhla v roce 2019 hodnoty 796,5 kg na obyvatele. Jde o vůbec nejvyšší spotřebu od roku 1993, meziroční nárůst byl 6,9 kg. Soběstační jsme dlouhodobě ve výrobě obilovin, mléka, hovězího masa, cukru a piva (Český statistický úřad, 2020).

Tabulka 3 Spotřeba potravin v roce 2019 – meziroční změna (ČSÚ, 2020, vlastní zpracování)

<b>Obiloviny (v hodnotě mouky)</b>	<b>+ 0,3 kg</b>	<b>+ 0,2 %</b>
<b>Maso (v hodnotě na kosti)</b>	+ 0,8 kg	+ 1,0 %
<b>Mléko a mléčné výrobky (bez másla)</b>	+ 3,2 kg	+ 1,3 %
<b>Tuky a oleje</b>	+ 0,2 kg	+ 0,8 %
<b>Ovoce (v hodnotě čerstvého)</b>	+ 0,4 kg	+ 0,4 %
<b>Brambory</b>	+ 1,8 kg	+ 2,7 %
<b>Cukr</b>	+ 0,2 kg	+ 0,4 %
<b>Zelenina (v hodnotě čerstvé)</b>	- 0,1 kg	- 0,1 %
<b>Luštěniny</b>	- 0,1 kg	- 1,8 %

V tabulce číslo 3 je možné vidět, jak se pohybovala meziroční změna spotřeby potravin v České republice za rok 2019. Spotřeba vzrostla až na výjimku zeleniny (0,1 %) a luštěniny (1,8 %) ty naopak klesaly. Největší nárůst spotřeby jsou u brambor (2,7 %), naopak nejnižší nárůst je u obilovin (0,2 %) (Český statistický úřad, 2020)

## 4. VÝSLEDKY A DISKUSE

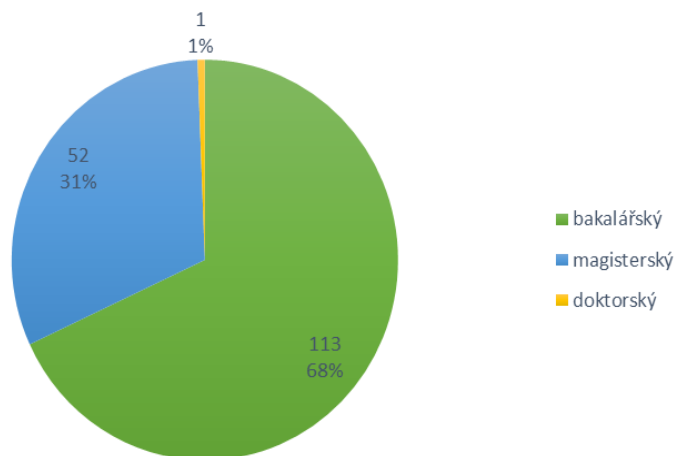
### 4.1 Výsledky dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření k této bakalářské práci proběhlo v období od 8. února do 28. února 2021 prostřednictvím sociální sítě Facebook. Dotazník byl rozeslán do skupin vysokoškolských studentů na území České republiky. Metodika zpracování dat je popsána v kapitole 2.2 této práce.

Po odebrání odpovědí znějících, že nejsou studenty vysokých škol se celkem zapojilo 166 respondentů z toho bylo 140 žen a 24 mužů, 2 respondenti na tuto otázku neodpověděli.

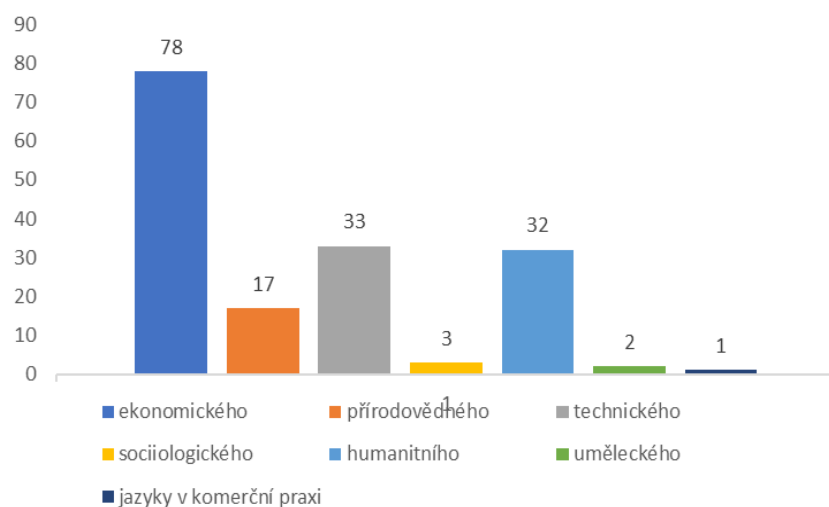
Vzdělání všech respondentů je minimálně středoškolské, protože dotazníkové šetření vyplňovali studenti vysokých škol, bakalářského, magisterského i doktorského studia. V následujícím grafu č. 3 je zobrazen typ studia. Bakalářský typ studia 113 respondentů, 52 magisterského studia a 1 doktorského studia.

Graf 3 Typ studia respondentů (vlastní zpracování, 2021)



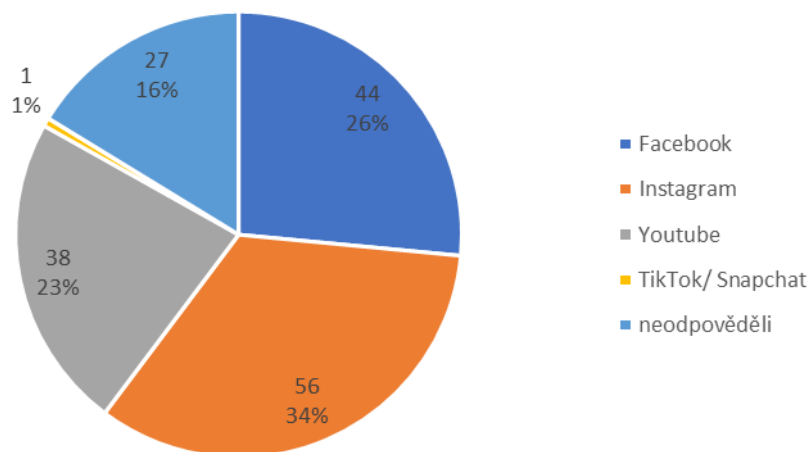
Obor studií respondentů je velice široký. Jak je zobrazeno v grafu č. 4. Nejvíce je jich z ekonomického směru, dále pak technického směru a humanitního směru. Poté se také zúčastnili studenti humanitního směru, přírodovědného směru, uměleckého směru.

**Graf 4 Obor studia respondentů (vlastní zpracování, 2021)**



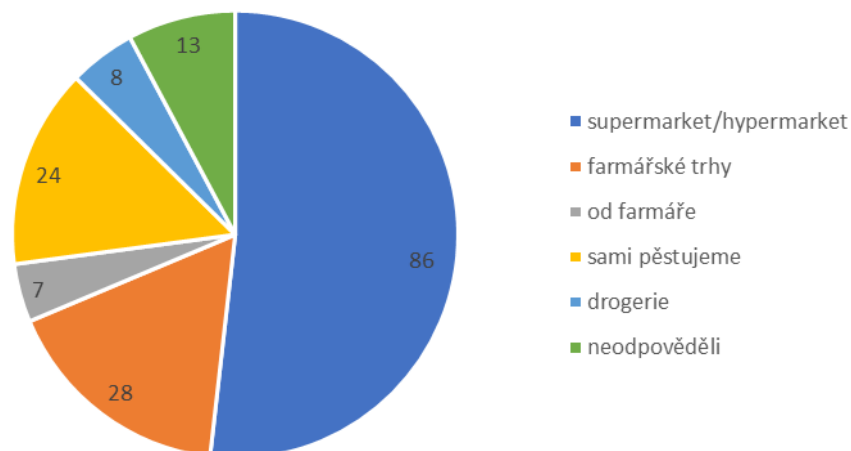
Respondenti byly také dotazováni, zda a jak by chtěli být informováni o bezpečnosti biopotravin. Jak je zobrazeno na grafu č. 5, přes 30 % respondentů odpovědělo, že by chtělo být informováno prostřednictvím příspěvků na Instagramu. Kolem 26 % respondentů chce být informováno prostřednictvím příspěvků na Facebooku, 23 % chce být informováno přes videa na youtube a necelé 1 % přes TikTok či Snapchat.

**Graf 5 Jakým prostřednictvím chtějí být informováni (vlastní zpracování, 2021)**



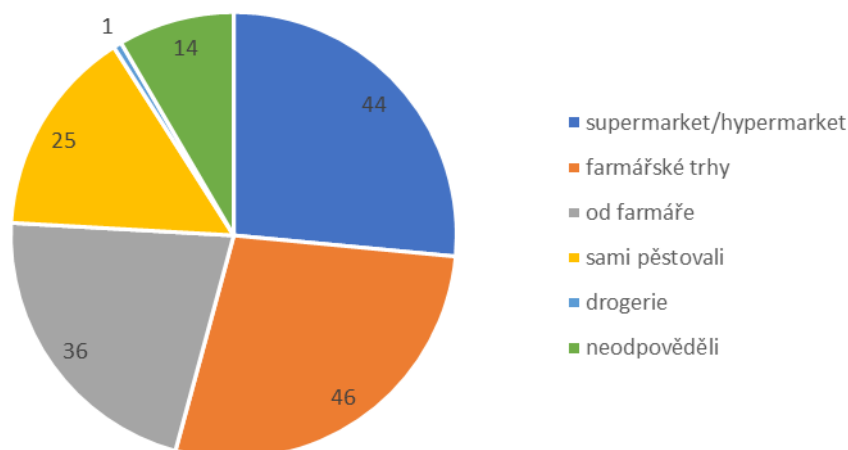
Graf č. 6 zobrazuje, že většina respondentů nakupuje biopotraviny v supermarketu či hypermarketu, dále nejvíce respondenti nakupují na farmářských trzích, poté jsou zde respondenti, kteří si sami pěstují biopotraviny. Dále jsou zde zmíněny nákupy v drogerii a někteří respondenti dokonce neodpověděli na tuto otázku.

**Graf 6 Kde respondenti nakupují biopotraviny (vlastní zpracování, 2021)**



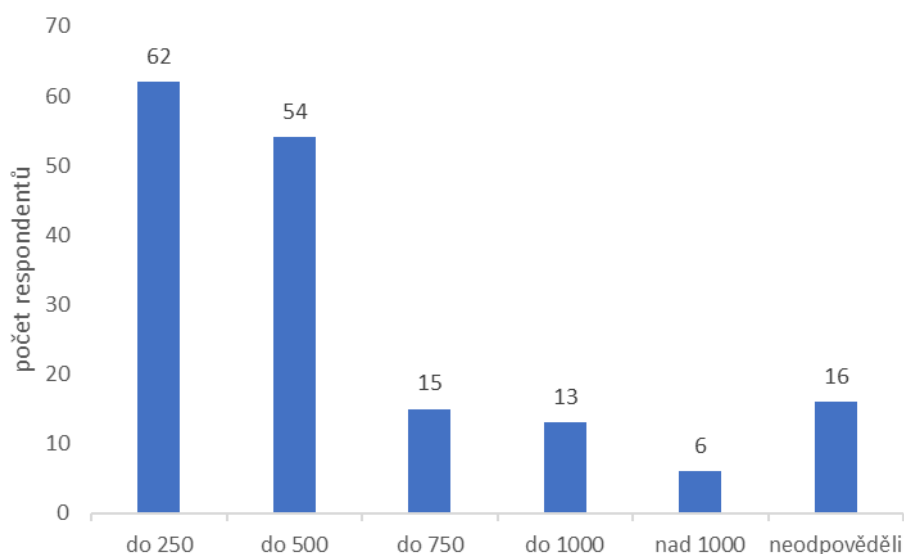
Na grafu č. 7 je zobrazeno, kde by nejraději respondenti nakupovali biopotraviny. Nejvíce jich chce nakupovat biopotraviny na farmářských trzích, dále pak v supermarketech či hypermarketech, někteří však chtějí mít biopotraviny přímo od farmáře či si je sami pěstovat. Pouze 1 respondent je chce nakupovat v drogerii a 14 jich na tuto otázku neodpovědělo.

**Graf 7 Kde by nejraději nakupovali biopotraviny (vlastní zpracování, 2021)**



Na grafu č. 8 je kolik jsou respondenti ochotni utratit za biopotraviny. Nejvíce respondentů je ochotno utratit nejvíce do 250 Kč, dále pak jsou ochotní utratit do 500 Kč, avšak jsou zde i respondenti, kteří jsou ochotni utratit nad 1000 Kč na nákup biopotravin. Někteří respondenti nebyly ochotni odpovědět či biopotraviny nekupují.

**Graf 8** Kolik jsou respondenti ochotni utratit za biopotraviny (vlastní zpracování, 2021)



## 4.2 Testování hypotéz

### 4.2.1 Testování hypotézy č. 1

Zkoumaným jevem pro ověření první hypotézy „Neexistuje souvislost mezi důvěryhodností biopotravin a místem, kde respondent strávil většinu života.“ Vstupní data jsou uvedena v tabulce č. 4.

**Tabulka 4** Asociační tabulka pro výpočet hypotézy č. 1 (vlastní zpracování, 2021)

Důvěřujete biopotravinám	Většinu života strávili na		celkem
	město	obec	
Ano	39	18	57
Ne	70	37	107
Celkem	109	55	164

Nejprve je důležité formulovat nulovou hypotézu:

$H_0$ : Neexistuje souvislost mezi důvěryhodností biopotravin a místem, kde respondenti strávili většinu života.

$H_1$ : Existuje souvislost mezi důvěryhodností biopotravin a místem, kde respondenti strávili většinu života.

Pro test je zvolena hladina významnosti  $\alpha = 0,05$

Následuje ruční výpočet Chí-kvadrát:

$$\chi^2 = \frac{164 * (39 * 37 - 18 * 70)^2}{57 * 107 * 109 * 55}$$

$$\chi^2 = 0,1502$$



$$x_{\alpha}^2 = 3,841$$

$$x^2 < x_{\alpha}^2 \Rightarrow H_0 \text{ se nezamítá}$$

Testem bylo prokázáno, že nulová hypotéza – Neexistuje souvislost mezi důvěryhodností biopotravin a místem, kde respondenti strávili většinu života, platí.

#### 4.2.2 Testování hypotézy č. 2

Tato hypotéza zahrnuje možnost souvislosti mezi ekonomickou situací spotřebitele (resp. domácnosti, ve které žije) a cenou biopotravin. Pro účely testování došlo ke sloučení odpovědí podle významu do dvou skupin v rámci ekonomické situace, a to na ekonomickou situaci dobrou a špatnou. Vstupní data jsou uvedena v tabulce č. 5.

**Tabulka 5 Asociační tabulka pro výpočet hypotézy č. 2 (vlastní zpracování, 2021)**

Ekonomická situace	Cena		celkem
	ano	ne	
Dobrá	116	11	127
Špatná	27	3	30
celkem	143	14	157

$H_0$  = neexistuje souvislost mezi ekonomickou situací a cenou biopotravin

$H_1$  = existuje souvislost mezi ekonomickou situací a cenou biopotravin

$$x^2 = \frac{157 * (116 * 3 - 11 * 27)^2}{116 * 3 * 11 * 27}$$

$$x^2 = 3,951$$

$$x_{\alpha}^2 = 3,841$$

$$x^2 > x_{\alpha}^2 \Rightarrow H_0 \text{ se zamítá}$$

V tomto případě se nulová hypotéza zamítá a platí, že „Existuje souvislost mezi ekonomickou situací a cenou biopotravin.“

#### 4.2.3 Testování hypotézy č. 3

Tato hypotéza zahrnuje možnost souvislosti mezi dostupností biopotravin a místem, kde respondent tráví většinu času. Vstupní data jsou uvedena v asociační tabulce č. 6.

**Tabulka 6 Asociační tabulka pro výpočet hypotézy č. 3 (vlastní zpracování, 2021)**

dostupnost	Většinu života strávili na		celkem
	vesnice	město	
Ano	29	42	71
Ne	26	69	95
celkem	55	111	166

$H_0$  = Neexistuje souvislost mezi dostupností a tím, kde respondenti strávili většinu života.

$H_1$  = Existuje souvislost mezi dostupností a tím, kde respondenti strávili většinu života.

$$\chi^2 = \frac{166 * (29 * 69 - 26 * 42)^2}{29 * 69 * 26 * 42}$$

$$\chi^2 = 62,7720$$

$$\chi^2_{\alpha} = 3,841$$

$$\chi^2 > \chi^2_{\alpha} \Rightarrow H_0 \text{ se zamítá}$$

Zde se nulová hypotéza  $H_0$  zamítá a platí alternativní hypotéza  $H_1$  Existuje souvislost mezi dostupností biopotravin a tím, kde respondenti strávili většinu života.

#### 4.2.4 Testování hypotézy č. 4

Vstupní data pro hypotézu jsou uvedena v asociační tabulce č. 7. Je předpoklad, že ženy nakupují biopotraviny častěji než muži, a proto je otázkou, zda je zde statisticky významná závislost

**Tabulka 7 Asociační tabulka pro testování hypotézy č. 4 (vlastní zpracování, 2021)**

Kdo nakupuje	pohlaví		Celkem
	žena	muž	
Já	97	13	110
Někdo jiný	33	7	40
Celkem	130	20	150

$H_0$  = Neexistuje souvislost mezi pohlavím a tím kdo nakupuje.

$H_1$  = Existuje souvislost mezi pohlavím a tím kdo nakupuje.

$$\chi^2 = \frac{150 * (13 * 33 - 97 * 7)^2}{13 * 33 * 97 * 7}$$

$$\chi^2 = 32,1843$$

$$\chi^2_{\alpha} = 3,841$$

$$\chi^2 > \chi^2_{\alpha} \Rightarrow H_0 \text{ se zamítá.}$$

To znamená, že existuje souvislost mezi pohlavím a tím, kdo biopotraviny nakupuje.

#### 4.2.5 Testování hypotézy č. 5

Vstupní data pro hypotézu jsou uvedena v tabulce č.8.

Tabulka 8 Asociační tabulka pro testování hypotézy č. 5 (vlastní zpracování, 2021)

Informovanost o biopotravinách	Bezpečnost potravin		celkem
	ano	ne	
Ano	48	5	53
Ne	84	19	103
Celkem	132	24	156

$H_0$  = Neexistuje souvislost mezi nedostatečné informovanosti a bezpečností biopotravin.

$H_1$  = Existuje souvislost mezi nedostatečné informovanosti a bezpečnosti biopotravin.

$$x^2 = \frac{156 * (48 * 19 - 5 * 84)^2}{48 * 5 * 84 * 19}$$

$$x^2 = 98,585$$

$$x_{\alpha}^2 = 3,841$$

$$x^2 > x_{\alpha}^2 \Rightarrow H_0 \text{ se zamítá a platí alternativní hypotéza } H_1.$$

#### 4.3 Diskuze

Faktory ovlivňující zájem o biopotraviny je možno rozdělit do dvou skupin. V jedné skupině jsou faktory ekonomické, související zejména s úrovní důchodové situace spotřebitelů, dané úrovní jejich příjmů a s cenami biopotravin, ve druhé skupině faktory související jednak s preferencí spotřebitelů ve vztahu k jejich životnímu stylu, jednak však i s úrovní informací, které mají příslušných komoditách k dispozici (Petr, 2007).

To také potvrdilo testování hypotéz, kde hypotéza č. 2 zahrnovala testování možnosti souvislosti mezi ekonomickou situací spotřebitele (resp. domácnosti, ve které žije) a cenou biopotravin. Potvrdila se hypotéza alternativní, tj. že tato závislost mezi ekonomickou situací a cenou biopotravin skutečně existuje.

Dle výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že necelých 90 % respondentů biopotraviny nakupuje či je sami pěstují. Nákup biopotravin provádí především ženy, což mohlo být způsobeno vyšším množstvím žen ve vzorku respondentů, a proto byla testována hypotéza, zda (ne)existuje souvislost mezi pohlavím a tím, kdo biopotraviny nakupuje. Potvrdilo se, že nákup potravin na pohlaví závisí.

Zbýlých 10 % respondentů odůvodnilo svůj nezájem nakupovat biopotraviny tím, že jsou velmi drahé. Z 83 respondentů, kteří momentálně pořizují biopotraviny v supermarketu, je 27 z nich stále chce nakupovat především v supermarketu. To může souviset s životním stylem a současně i s tím, kde respondent tráví většinu času či strávil většinu svého dosavadního života. Takové místo bylo pro účely této práce charakterizováno jako město, tj. místo s vyšším počtem obyvatel, lepší nákupní dostupností a menším kontaktem s přírodou a zemědělstvím. Opakem pak byla charakterizována vesnice. Testování hypotézy ukázalo, že platí alternativní hypotéza, a tedy existuje souvislost mezi dostupností biopotravin a tím, kde respondenti strávili většinu života.

Při výběru potravin je důležité i informovanost o podstatě biopotravin, jejich vzniku a aspektech jejich vzniku. S tím souvisí i vnímání bezpečnosti potravin, tj. zda jsou biopotraviny vnímány i jako bezpečnější s ohledem na nižší obsah potenciálních kontaminantů, jako jsou rezidua pesticidů a antibiotik. Opět se zde jevil jako předpoklad, že lidé z vesnice by mohli mít k biopotravinám blíže a vnímat tuto důvěryhodnost spíše, než lidé z města. Nicméně testování hypotézy prokázalo, že platnost nulové hypotézy, tj. že neexistuje souvislost mezi důvěryhodností biopotravin a místem, kde respondenti strávili většinu života. Na druhé straně se ukázala souvislost mezi nedostatečnou informovaností o biopotravinách, a právě výše uvedeným vnímáním bezpečnosti potravin, kdy platí alternativní hypotéza, a tedy existuje souvislost mezi nedostatečné informovaností a bezpečností. Na tuto oblast je tedy třeba se více zaměřit a spolu s výše uvedenými informacemi využívat různé formy propagace, které povedou i ke zvýšení edukace u této skupiny respondentů.

Pro prodejce biopotravin či výrobce biopotravin může být zajímavá informace, jakými prostředky chtějí být mladí konzumenti informováni o bezpečnosti biopotravin, jejich výrobě a zpracování. Nejvíce jich chce být informováno prostřednictvím sociální sítě Instagram, dále pomocí sociální sítě Facebook a v neposlední řadě videi na Youtube. Forma této propagace nemusí být drahá, a přitom může jasnou a srozumitelnou formou oslovovat budoucí i stávající mladé konzumenty. Také by s velkou pravděpodobností oslovila i konzumenty starší, zejména pokud by prezentace pomocí těchto kanálů podporovala koncept biopotravin jako „potravin s příběhem“. Formou edukačních videí je možné ukázat biopotraviny od vzniku primární suroviny po finální zpracování. Také ukázka jednoduchých receptů by mohla mladší spotřebitele zaujmout. V neposlední řadě je možné edukaci směřovat k aspektům životního prostředí, cirkulární ekonomice,

možnostem aktivit zerowaste včetně bezobalového nakupování a problematice plýtvání potravinami.

## 5. ZÁVĚR

Právě mladí a vzdělaní spotřebitelé představují ve spotřebě biopotravin potenciál pro tvorbu nákupního koše v budoucnosti. Zvyky, které si odnáší spotřebitel z dětství, z mládí či školního vzdělávání může v budoucnu ovlivnit jeho spotřebitelské chování s dopadem na další členy rodiny. Mladí a vzdělaní spotřebitelé biopotravin byly již v minulosti mnohokrát označeni za potenciál tohoto sektoru. Proto byla práce zaměřena na identifikaci spotřebitelských zvyklostí a postojů při nákupu a spotřebě biopotravin u studentů vysokých škol a na základě této identifikace pak bylo třeba formulovat doporučení pro prodejce a výrobce.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že mladí spotřebitelé nakupují rádi biopotraviny na farmářských trzích či v supermarketech a za biopotraviny jsou měsíčně ochotni utratit přibližně od 250 do 500 Kč. Zároveň se ale ukázala určitá neinformovanost spotřebitele, zejména v souvislosti s vnímáním důvěryhodnosti biopotravin k zajištění větší bezpečnosti potravin.

Na tuto oblast by se tedy producenti a prodejci biopotravin mohli více zaměřit a spolu s výše uvedenými informacemi využívat různé formy propagace, které povedou i ke zvýšení edukace nejen u této skupiny respondentů. Na základě výsledků šetření lze doporučit, jako formou mohou být konzumenti informováni o bezpečnosti biopotravin a jejich výrobě a zpracování. Nejvíce respondentů uvedlo, že chtějí být informováni prostřednictvím sociální sítě Instagramu, dále pomocí sociální sítě Facebook a v neposlední řadě videi na Youtube. Zároveň by bylo vhodné zaměřit tuto edukační kampaň především na ženy a podporovat koncept „potraviny s příběhem. Opomíjené by nemělo být ani hledisko ovlivnění životního prostředí, problematika bezobalového nakupování či možnosti cirkulární ekonomiky.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. Bioinstitut (2020), *Ekologické zemědělství: Co je ekologické zemědělství?* [online] tisková zpráva, [cit. 2020-04-25] Dostupné z: <http://bioinstitut.cz/cz/ekologicke-zemedelstvi>
2. Čejka, P., (12.9.2014) *Potravinové právo a jeho zajímavosti* [online] článek [cit. 2021-01-10] Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/ostatni-pravo/potravinove-pravo-a-jeho-zajimavosti>
3. Český statistický úřad (2020), *Spotřeba potravin byla nejvyšší od vzniku Česka* [online] článek [cit. 2021-01-15] Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-byla-nejvyssi-od-vzniku-ceska>
4. Dlouhý, J., Urban, J., *Ekologické zemědělství bez mýtů: Fakta o ekologickém zemědělství a biopotravinách pro média* [online] Olomouc, Bioinstitut, 2011, [2020-12-11], Dostupné z: [http://bioinstitut.cz/documents/myty\\_EZ\\_final.pdf](http://bioinstitut.cz/documents/myty_EZ_final.pdf)
5. Hadaš, J., (2014), *Definice spotřebitele dle NOZ – některé aspekty průměrného spotřebitele dle současné judikatury* [online] článek portálu epravo.cz [cit. 2021-01-08] Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/definice-spotrebitel-dle-noz-nektere-aspekty-prumerneho-spotrebitel-dle-soucasne-judikatury-94146.html>
6. Eurostat (2020) *Organic farming statistics* [online] statistické údaje Eurostat [2020-12-28] Dostupné z: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Organic\\_farming\\_statistics#cite\\_note-1](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Organic_farming_statistics#cite_note-1)
7. FiBL (2018), *Organic area* [online], statistické údaje FiBL [2020-12-28] Dostupné z: [https://statistics.fibl.org/europe/area.html?tx\\_statisticdata\\_pi1%5Bcontroller%5D=Element2Item&cHash=72cfbc753cb538a4b246661c521cf598](https://statistics.fibl.org/europe/area.html?tx_statisticdata_pi1%5Bcontroller%5D=Element2Item&cHash=72cfbc753cb538a4b246661c521cf598)
8. FiBL (2019), *The world of organic agriculture: statistics & emerging trends 2018* [online] PDF výroční zpráva, BIOFACH, Německo, Nuremberg, ISBN: 978-3-03736-068-2
9. Gallas, J., (2017) *Ekologické zemědělství: Rozšíření kontrol ekologické produkce* [online] PDF tisková zpráva z časopisu Zemědělec [cit. 2020-05-07] Dostupné z: [https://aa.ecn.cz/img\\_upload/8d8825f1d3b154e160e6e5c97cf9b8b3/kontroly\\_ez\\_15\\_2\\_017.pdf](https://aa.ecn.cz/img_upload/8d8825f1d3b154e160e6e5c97cf9b8b3/kontroly_ez_15_2_017.pdf)

10. Hes, A., a kol. 2009, *Chování spotřebitele při nákupu potravin*, 2009 kniha, Alfa str. 26, [cit. 2021-01-11] ISBN: 978-80-87197-20-2
11. IFOAM (2020), *Global Organic Area Continues to Grow* [online] tisková zpráva, Bonn [2020-12-20] Dostupné z: <https://www.ifoam.bio/global-organic-area-continues-grow>
12. IFOAM (2019) *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2019*, [online] PDF ročenka, str. 351, [2020-12-28] ISBN: 978-3-03736-119-1
13. Jelínková, N., (2020), *Certifikáty pro biopotraviny* [online] tisková zpráva, [cit. 2020-05-06] Dostupné z: <https://bio-infoweb.webnode.cz/products/certifikaty-pro-biopotraviny/>
14. Kadlíková, L., (2020), *Význam slova „Ekofarma“* [online] slovník, [2020-04-18] Dostupné z: <https://www.priroda.cz/slovník.php?detail=978>
15. KEZ (2020), *Ekologické zemědělství: Historie a současnost EZ, jeho metody, EZ v České republice* [online] pdf tisková zpráva, [cit. 2020-04-21] Dostupné z: [https://orgprints.org/21924/8/Ekologie\\_02.pdf](https://orgprints.org/21924/8/Ekologie_02.pdf)
16. Koudelka (2006) *Spotřební chování a segmentace trhu*, [online] kniha str. 12 [cit. 2021-01-08] Praha 2006, Vysoká škola ekonomie a managementu ISBN: 80-86730-01-8
17. Managementmania 2015, *Nabídka (v Ekonomii)*, 2015 [online] článek [cit. 2021-01-10] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/nabidka-v-ekonomii>
18. Managementmania 2017, *Trh (Market)*, 2017 [online] článek [cit. 2021-01-10] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/trh>
19. Managementmania 2018, *Poptávka (v Ekonomii)*, 2018 [online] článek [cit. 2021-01-10] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/poptavka-v-ekonomii>
20. Ministerstvo zemědělství ČR (2017), *Kontrola biopotravin* [online] článek, [cit. 2020-05-06] Dostupné z: <http://www.agricrplus.cz/kontrola-biopotravin>
21. Ministerstvo zemědělství (2019a), *Trh s biopotravinami roste* [online] tisková zpráva MZe ČR [2020-12-30] Dostupné z: <https://www.bezpecnostpotravin.cz/trh-s-biopotravinami-roste.aspx>
22. Ministerstvo zemědělství, (2019b), *Zemědělství, Ekologické zemědělství 2015* [online] tisková zpráva, Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, [2020-12-20] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>



23. Ministerstvo zemědělství ČR (2020) a, *Trh s biopotravinami v roce 2018 dynamicky roste* [online] PDF tisková zpráva, Praha Ministerstvo zemědělství ČR [2020-12-30] Dostupné z: [https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa\\_anon%2Fcs%2Fzpravy%2Fzpravy\\_o\\_fondu%2Ftiskove\\_zpravy%2F1588061317322.pdf](https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fzpravy%2Fzpravy_o_fondu%2Ftiskove_zpravy%2F1588061317322.pdf)
24. Ministerstvo zemědělství ČR (2020) b, *Biopotraviny* [online] tisková zpráva, [cit. 2020-04-18] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktualni-temata/biopotraviny/>
25. Ministerstvo zemědělství ČR (2020) c, *Certifikační organizace* [online] tisková zpráva [cit. 2020-05-07] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/certifikacni-organizace/>
26. Ministerstvo zemědělství ČR (2020) d, *Loga pro ekologické zemědělství* [online] tisková zpráva [cit. 2020-05-02] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>
27. Moudrý, J., (2020), *Ecologica: Základní principy ekologického zemědělství* [online] pdf tisková zpráva, [cit. 2020-04-18] Dostupné z: <http://www2.zf.jcu.cz/~moudry/ecologica/principy.pdf>
28. Patočková, A., (31.1.2017), *Češi si dopřávají dopolední svačinku 2x více než ve světě* [online] tisková zpráva, [cit. 2020-04-15] Dostupné z: <https://www.gfk.com/insights/cesi-si-dopravaji-dopoledni-svacinu-2x-vice-nez-lide-ve-svete>
29. Petr, J., a kolektiv autorů (2007), *Ekologické zemědělství, Organic farming*, Česká zemědělská univerzita v Praze, str. 5 [cit. 2021-03-10] ISBN: 978-80-213-1611-9
30. Pro-Bio Liga (18.7.2017) *Biopotraviny- nejbezpečnější a nejvíce kontrolované potraviny* [online] tisková zpráva organizace Pro-Bio Liga, z. s. [cit. 2020-05-02] Dostupné z: <https://www.probio.cz/cs/probio-svet/blog/biopotraviny-jsou-nejbezpecnejsi-a-nejvice-kontrolovane-potraviny-na-trhu-10013>
31. Pro-Bio Liga (2020), *Právní předpisy pro ekologické zemědělství* [online] článek Lovime.bio [cit. 2020-04-25] Dostupné z: <https://www.lovime.bio/knihovna/pravni-predpisy-pro-ekologicke-zemedelstvi/>

32. Regnerová, M., Šálková, D., *Globalizace a její dopad na chování spotřebitele* [online] článek [cit. 2021-01-07] Brno, Computer Press 2004 ISBN: 80-1336-585-1
33. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., (2004) *Nákupní chování* [online] kniha pdf [cit. 2021-01-11] ISBN: 80-251-0094-4
34. Sever (2011), *Bioprodukt* [online] článek, [cit. 2020-04-18] Dostupné z: <https://www.ekologickavychova.cz/node/1056>
35. Stříbrná M., Mikula P. (2003) *Potravinářské informace – Agroturistika a biopotraviny*, brožura [2020-12-11], Praha 2, Ústav zemědělských a potravinářských informací, str, 51, ISBN: 80-7271-137-7
36. Valeška, J., (11.1.2015), *Co všechno vedlo ke vzniku ekologického zemědělství?* [online] tisková zpráva, [2020-04-21] Dostupné z: <https://www.lovime.bio/poradna-prehled/co-vsechno-vedlo-ke-vzniku-ekologickeho-zemedelstvi/>
37. Vohralíková, M., (2020), *Prodej biopotravin ve světě: Světové prodeje biopotravin překonaly v roce 2018 poprvé hranici 100 miliard dolarů* [online] pdf měsíčník, [cit. 2020-12-18] Dostupné z: [http://www.bio-mesicnik.cz/clanky/bio20\\_01\\_2\\_3.pdf](http://www.bio-mesicnik.cz/clanky/bio20_01_2_3.pdf)
38. Vozár, J., (2013) *Spotřebitelské smlouvy v NOZ* [online] článek [cit. 2021-01-11] Dostupné z: <https://www.epravo.cz/top/clanky/spotrebitelske-smlouvy-v-noz-92749.html>

# PŘÍLOHY

Příloha 1: Dotazník

## PŘÍLOHA 1

### Dotazník

# Spotřeba biopotraviny studenty VŠ

Dobrý den,

ráda bych Vás poprosila o několik minut času pro vyplnění tohoto dotazníku. Tento dotazník slouží pro vypracování mé bakalářské práce, která se zabývá spotřebou biopotravin u studentů vysokých škol. Veškeré odpovědi jsou zcela anonymní a slouží výhradně k vypracování závěrečné práce. Vyplnění tohoto dotazníku Vám zabere přibližně 5 minut.

Tento dotazník je výhradně pro studenty Vysokých škol.

Mnohokrát děkuji za Vaši ochotu.

**\*Povinné pole**

1. Jste studentem vysoké školy? \*

V případě, že na tuto otázku odpovíte NE, prosím opusťte tento dotazník.

*Označte jen jednu elipsu.*

Ano

Ne

2. Typ Vašeho studia?

*Označte jen jednu elipsu.*

Bakalářský

Magisterský

Doktorský

3. Charakter Vašeho studia?

*Označte jen jednu elipsu.*

prezenční

dálkový

4. Obor Vašeho studia?

*Označte jen jednu elipsu.*

- přírodovědného směru
- technického směru
- ekonomického směru
- sociologického směru
- humanitního směru
- Jiné: \_\_\_\_\_

5. Z jakého kraje pocházíte?

*Označte jen jednu elipsu.*

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Zlínský kraj
- Moravskoslezský kraj
- Jihočeský kraj

6. V jakém kraji studujete?

*Označte jen jednu elipsu.*

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Zlínský kraj
- Moravskoslezský kraj
- Jihočeský kraj

7. Většinu života jsem strávil/a na

*Označte jen jednu elipsu.*

- vesnici
- malé obci
- větší obci
- menší město
- větší město

8. Víte co to jsou biopotraviny?

*Označte jen jednu elipsu.*

- Ano
- Ne

9. Jak často konzumujete biopotraviny?

Pokud je Vaše odpověď NEKUPUJI, vyplňte prosím poslední 3 otázky.

Označte jen jednu elipsu.

- nekupuji
- příležitostně (méně než 4x do roka)
- 1x měsíčně
- 1x týdně
- více než 1x týdně
- sami pěstujeme plodiny/chováme zvířata

10. Proč jste se rozhodli konzumovat biopotraviny?

Označte jen jednu elipsu.

- jsou zdravější, neobsahují pesticidy
- chci žít ekologicky
- jsou chuťově lepší
- ze zvyku z domova (rodina žije ekologicky)
- Jiné: \_\_\_\_\_

11. Jaké jsou pro Vás překážky pro nákup biopotravin? \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	určitě ano	spíše ano	spíše ne	určitě ne
Cena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Špatná dostupnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Důvěryhodnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedostatečná informovanost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Kolik jste ochotni utratit za biopotraviny?

Označte jen jednu elipsu.

- do 250 Kč
- do 500 Kč
- do 750 Kč
- do 1000 Kč
- nad 1000 Kč

13. Které biopotraviny kupujete a jak často? \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	Velmi často	Občas	Příležitostně	Náhodně	Zřídka	Nikdy
Ovoce a zelenina	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>
Maso a uzeniny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pečivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sladkosti (čokoláda)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vejsce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Těstoviny a rýže	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mouka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dětská výživa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cukr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Máslo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



14. Kde nejčastěji nakupujete biopotraviny?

*Označte jen jednu elipsu.*

- supermarket/hypermarket
- drogerie
- farmářské trhy
- přímo od farmáře (na farmě)
- sami pěstujeme

15. Kde byste nejraději nakupovali biopotraviny?

*Označte jen jednu elipsu.*

- supermarket/hypermarket
- drogerie
- farmářské trhy
- přímo od farmáře (na farmě)
- sami pěstovali

16. Kdo nakupuje biopotraviny?

*Označte jen jednu elipsu.*

- především já
- partner/ka
- rodiče
- občas já
- nekupujeme, sami pěstujeme

17. Jaká je Vaše ekonomická situace

*Označte jen jednu elipsu.*

- velmi dobrá
- spíš dobrá
- spíš špatná
- velmi špatná

18. Jak jste se dozvěděli o biopotravinách?

*Označte jen jednu elipsu.*

- od rodiny
- od přátel
- z reklamy v televizi
- v tisku (noviny, časopisy)
- na internetu
- Jiné: \_\_\_\_\_

19. Byly byste rádi, kdyby Vás informovali o bezpečnosti biopotravin přímo výrobci?

*Označte jen jednu elipsu.*

- Ano
- Ne

20. Jakým prostřednictvím byste chtěli aby Vás informovali?

*Označte jen jednu elipsu.*

- videa na youtube
- příspěvky na Facebooku
- příspěvky na Instagramu
- klip na TikToku/Snapchatu

21. Proč nekupujete biopotraviny?

Vyplnit v případě, že otázka "Jak často konzumujete biopotraviny?" byla Vaše odpověď "NEKUPUJI"

*Označte jen jednu elipsu.*

- nedůvěra v ně
- malá informovanost o nich
- vysoká cena
- nedostupnost v místě bydliště/práce/školy

22. Věk

---

23. Pohlaví

*Označte jen jednu elipsu.*

- Muž
- Žena

---

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře