

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomických teorií



Bakalářská práce

Vývoj spotřebitelských preferencí v ČR

Babenko Ekaterina

© 2020 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ekaterina Babenko

Hospodářská politika a správa
Podnikání a administrativa

Název práce

Spotřebitelské preference a jejich vývoj v ČR

Název anglicky

Evolution of consumer preferences in CR

Cíle práce

Cílem mé bakalářské práce je analýza a rovněž objektivní zhodnocení konkrétních případů vývoje spotřebitelských preferencí na trhu v mléčné produkci.

Mezi základní prameny a zdroje této bakalářské práce patří odborná literatura a údaje z nezávislých a ověřených internetových zdrojů. Téma, které jsem si zvolila, se bezprostředně týká spotřebitelských preferencí v České republice a odvozuje požadavky a chování spotřebitele.

Metodika

Bakalářská práce bude mít dvě části.

V teoretické části práce jsem se zaměřila na mikroekonomický a také psychologický pohled této problematiky. V praktické části jsem využila dotazníkové šetření a statistické údaje.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

Preference, spotřebitel , mikroekonomie, statek, psychologie, trh

Doporučené zdroje informací

HES, A. *Chování spotřebitele při nákupu potravin*. Praha: Alfa, 2008. ISBN 978-80-87197-20-2.

HOLMAN, R. *Ekonomie*. V Praze: C.H. Beck, 2011. ISBN 978-80-7400-006-5.

KARLÍČEK, M. *Základy marketingu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4208-3.

ŠTIKOVÁ, O. *Spotřeba potravin a analýza základních faktorů, které ji ovlivňují*. Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 1999. ISBN 80-85898-79-9.

VYSEKALOVÁ, J. *Psychologie spotřebitele : jak zákazníci nakupují*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0393-9.



Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Alexandr Soukup, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomických teorií

Elektronicky schváleno dne 5. 11. 2019

doc. PhDr. Ing. Lucie Severová, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 7. 11. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 12. 03. 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Vývoj spotřebitelských preferencí v ČR" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 12.03.2020

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Alexandru Soukupovi, CSc., za pomoc a rady při zpracování této práce.

Vývoj spotřebitelských preferencí v ČR

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je vysvětlit chování spotřebitelů na trhu mléčné produkce v České republice. První část práce je zaměřena především na teoretická východiska, které se týkají zvoleného tématu. V této části jsou definovány pojmy jako je spotřebitel, spotřební chování a preference. Dále jsou stručně popsány ekonomické teorie a principy nakupování. Druhá část se orientuje na trh mléčné produkce v České republice.

V praktické části této práce jsou popsány jednotlivé druhy mléčné produkce. Dále následuje charakteristika trhu mléčné produkce a analýza jeho vývoje. Podkladem pro zpracování je dotazníkové šetření a statistické údaje. Na závěr je uvedeno celkové zhodnocení trhu mléčné produkce v České republice.

Klíčová slova: Český spotřebitel, preference, konzumace, užitek, rozpočtové omezení, mléčná produkce, vývoj nabídky a poptávky, dovoz, bioprodukce.

Evolution of consumer preferences in CR

Abstract

The aim of this bachelor's thesis is to explain the behaviour of consumers in the dairy market in the Czech Republic. The first part of the thesis is focused on the theoretical bases, which are related to the chosen topic. This section describes the terms: consumer, consumer behaviour, preferences. Further, the economic theory and principles of shopping are briefly described. The second part is focused on the dairy market in the Czech Republic.

In the practical part of this work, the individual types of a dairy production are described. Then, the characteristics of the dairy market and analysis of its development follows. The basis for the research is a questionnaire survey and statistical data. In the conclusion, a general assessment of the market is given.

Keywords: Czech consumer, preferences, consumption, utility, budget constraint, dairy production, supply and demand development, import, organic production.

Obsah

1 Úvod.....	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce	12
2.2 Metodika	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Spotřebitel	13
3.1.1 Spotřebitel z ekonomického hlediska	13
3.1.2 Spotřebitel z psychologického hlediska.....	13
3.1.3 Spotřebitelské potřeby	13
3.1.4 Osobnost a spotřební chování.....	15
3.1.4.1 Vnímání a pozornost	16
3.1.4.2 Učení, paměť a zapomínání.....	16
3.1.4.3 Potřeby a motivace	16
3.2 Závislost spotřebitelských preferencí.....	17
3.2.1 Preference	17
3.2.2 Ordinalistická a kardinalistická teorie	17
3.2.2.1 Kardinalistická teorie.....	17
3.2.2.2 Ordinalistická teorie	19
3.2.3 Rozpočtové omezení spotřebitele	22
3.3 Nakupování	23
3.3.1 Nákupní rozhodovací proces	23
3.4 Reklama	24
4 Analytická část	26
4.1 Specifika mléčné produkce	26
4.2 Vývoj nabídky a poptávky po mléčné produkci	27
4.2.1 Vývoj nabídky	27
4.2.1.1 Požadavky na mléka a mléčné výrobky	29
4.2.2 Vývoj poptávky	30
4.3 Dovoz.....	32
4.4 Vývoj cen mléčné produkce.....	34
4.5 BIO.....	37
4.5.1 Mléčná produkce bio původu	37
4.6 Rostlinné mléko	41
4.7 Marketingový průzkum.....	42
5 Výsledky a diskuse	60

6 Závěr	63
7 Seznam použitých zdrojů	66
8 Přílohy	68

Seznam obrázků

Obrázek 1: Maslowova hierarchie potřeb	14
Obrázek 2: Čtvero zakotvení	15
Obrázek 3: Mezní a celkový užitek	18
Obrázek 4: Indiferenční křivky	19
Obrázek 5: Substituty	20
Obrázek 6: Komplementy	20
Obrázek 7: Dokonalé komplementy	21
Obrázek 8: Nežádoucí statky	21
Obrázek 9: Rozpočtové omezení	23
Obrázek 10: Kupní rozhodovací proces.....	23
Obrázek 11: Model nákupního chování.....	24

Seznam tabulek

Tabulka 1: Potraviny a výživa – složení stravy	26
Tabulka 2 Vývoj výroby mléka 1989-2018.....	28
Tabulka 3: Spotřeba biopotravin 2005-2017	39

Seznam grafů

Graf 1 Stav skotu (ks)	27
Graf 2 Vývoj mlékárenské výroby (t).....	29
Graf 3 Spotřeba mléčných výrobků(kg/obyv.)	32
Graf 4 Dovoz mléčné produkci(t).....	33
Graf 5 Vývoj CZV v mléčné produkci (kč/l).....	34
Graf 6 Vývoj CPV v mléčné produkci (kč)	35
Graf 7 Vývoj SC v mléčné produkci(kč).....	35
Graf 8 Počet ekofarem s produkcí kravského mléka	38
Graf 9 Podíl potravin na celkovém obratu biopotravin (%)	39
Graf 10 Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obratu biopotravin (%)	40
Graf 11 Pohlaví (%).....	42
Graf 12 Věk (%)	43
Graf 13 Ekonomická činnost (%)	43
Graf 14 Oblast ekonomické činnosti (%)	44
Graf 15 Kraj (%).....	45
Graf 16 Měsíční příjem (%).....	46
Graf 17 Počet členů domácnosti (%)	46
Graf 18 Procenta ze příjmu, které utrací za potraviny (%).....	47
Graf 19 Podíl ve výdajích za mléčnou produkci (%).....	48
Graf 20 Považujete mléčné výrobky živočišného původu za zdravé potraviny? (%)	49
Graf 21 Konzumujete mléčné výrobky živočišného původu? (%).....	50

Graf 22 Důvod, proč nekonzumujete mléčnou produkci živočišného původu (počet osob)	51
.....	51
Graf 23 Preference v oblasti rostlinného mléka (počet osob).....	52
Graf 24 Konzumujete mléčné výrobky BIO původu? (%).....	53
Graf 25 Jak často konzumujete mléčné výrobky? (%).....	54
Graf 26 Preference u výrobků mléčné produkce (počet osob).....	55
Graf 27 Místo nákupu mléčné produkce (%).....	56
Graf 28 Kontrolujete původ mléčného výrobků při nákupu? (%).....	57
Graf 29 Má na nákup mléčné produkce vliv reklama a aktuální trendy (%).....	58
Graf 30 Hodnocení osobní konzumace mléčné produkce v posledních pěti letech (%)	59

1 Úvod

V průběhu lidského života se musí člověk stravovat, oblékat, dbát o své zdraví a uspokojovat řadu svých dalších potřeb. Lidské potřeby jsou bezmezné. Vždy ale existují omezení pro jejich uspokojení, a těmi jsou půda, práce a kapitál.

Proto existuje pojetí spotřebitelských preferencí, které jsou určeny různými faktory, například psychologickými, kulturními a společenskými, a které se liší u jednotlivých spotřebitelů. Hlavní myšlenkou je, že je nutné přidělit dostupné zdroje takovým způsobem, aby bylo možné uspokojit vlastní potřeby pomocí různých statků a služeb.

Vývoj spotřebitelských preferencí je velmi aktuálním tématem. Změny ve spotřebitelských preferencích jsou velmi dynamické a jsou závislé na mnoha faktorech. Kromě vnitřních faktorů, které jsou popsány v předchozím odstavci, existují faktory vnější. Do vnějších faktorů patří zejména tržní, ekonomické, politické, klimatické změny a podobně. V České republice proběhla největší ekonomická změna v roce 1989. Následující významná změna nastala v roce 2004 po vstupu ČR do Evropské unie, tato změna nebyla ale tak zásadní jako ta v 90. letech. V letech 2007–2008 došlo k světové hospodářské krizi, a následky této krize v ČR nastaly až v roce 2010.

Specifikum mléčné produkce je její velká spotřeba, a to i přes působení všech výše uvedených faktorů, přes občasné diskuse o tom, že mléčné výrobky špatně působí na lidský organismus, a také přes rostoucí ceny výrobků a vysoký objem importu.

Příčina je v tom, že problémy, které se v této oblasti řeší, mají obrovský praktický význam jak pro každého jednotlivého člověka a skupiny spotřebitelů, tak i výrobců, ale i pro celou společnost a pro celkový ekonomický systém.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je analýza a rovněž objektivní zhodnocení konkrétních případů vývoje spotřebitelských preferencí na trhu s mléčnou produkcí.

Mezi základní prameny a zdroje této bakalářské práce patří odborná literatura a údaje z nezávislých a ověřených internetových zdrojů. Téma, které jsem si zvolila, se bezprostředně týká spotřebitelských preferencí v České republice a odvozuje požadavky a chování spotřebitele.

2.2 Metodika

Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. V teoretické části práce jsem se zaměřila na mikroekonomický a také psychologický pohled na tuto problematiku. V praktické části jsem využila dotazníkové šetření a statistické údaje, které se bezprostředně týkají tématu spotřeby mléčné produkce v České republice.

3 Teoretická východiska

3.1 Spotřebitel

3.1.1 Spotřebitel z ekonomického hlediska

Spotřebitel je jednotlivec, který získává a využívá spotřební zboží anebo služby pro osobní, veřejné nebo jiné potřeby. Následující subjekty mohou působit jako spotřebitelé v ekonomice:

- domácnosti – osobní spotřeba;
- firmy – výrobní spotřeba;
- stát – veřejná spotřeba.

3.1.2 Spotřebitel z psychologického hlediska

Termín osobnost z psychologického hlediska se využívá pro všechny spotřebitele. To je odvozeno z toho, že každý člověk má vlastní neopakovatelnou osobnost. Pokud se budeme zabývat konkrétně osobností člověka, jde o jeho specifika, potřeby, schopnosti, zájmy, jednotlivé rysy, charakter i temperament.

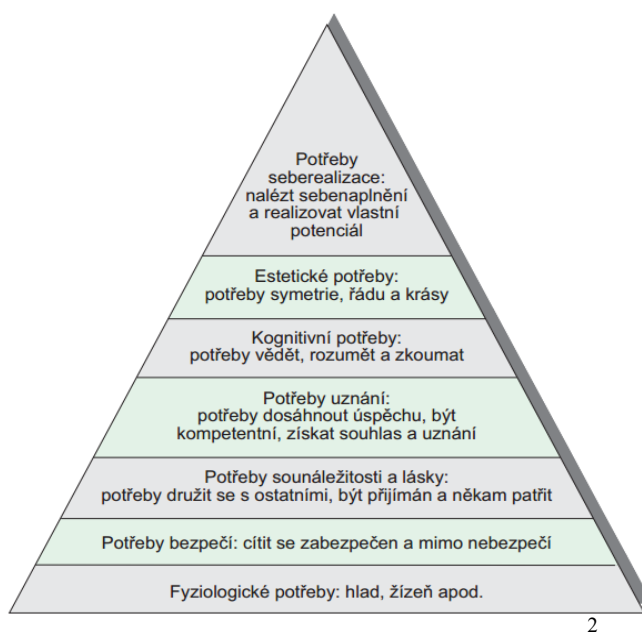
3.1.3 Spotřebitelské potřeby

„S vymezením a vysvětlením potřeb úzce souvisí spotřeba jako kladný výsledek rozhodnutí uspokojit potřeby. Proces rozhodování o nákupu je ovlivňován zejména osobními charakteristikami spotřebitelů, jejich osobností, která je determinována zejména kulturou a subkulturou. Kultura a vyspělost spotřebitele jsou významnými faktory, které ovlivňují proces rozhodování se o nákupu. Další faktory ovlivňující proces rozhodování u spotřebitelů vycházejí z jejich sociálních charakteristik jako je věk, pohlaví, zdravotní a rodinný stav, sociální a profesní zařazení.“¹

Jedná ze základních teorií, která popisuje lidské potřeby, je Maslowova pyramida. Abraham vytvořil hierarchii základních kategorických potřeb (obrázek č. 1). Na začátku pyramidy jsou nezbytné fyziologické potřeby, dále jsou potřeby bezpečí, potřeby sounáležitosti a lásky, potřeby uznání, kognitivní potřeby, estetické potřeby a na závěr jsou potřeby

¹ HES, Aleš, Daniela HRUBÁ a Marta REGNEROVÁ. *Obchodní nauka*, 2004.

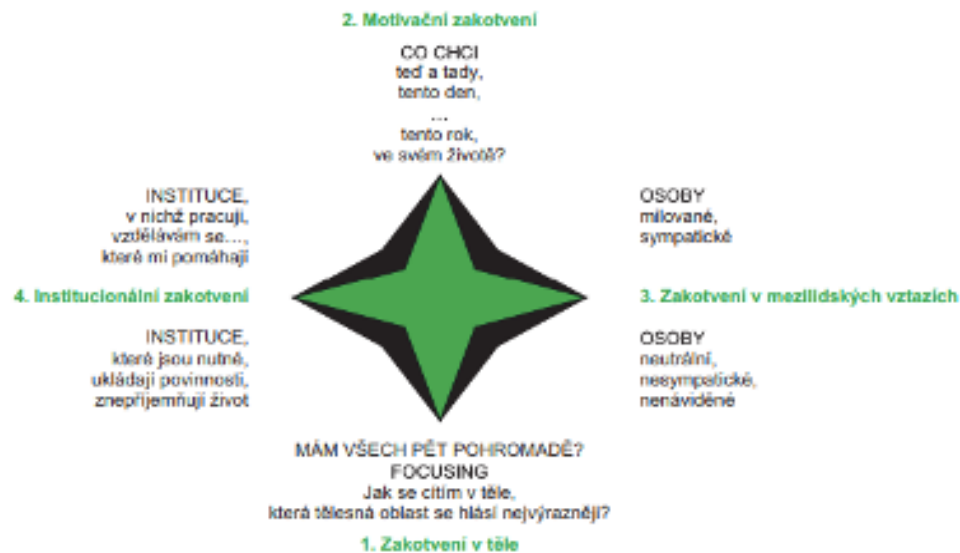
seberealizace. Podstata této hierarchie spočívá v tom, že jen v případě uspokojení potřeb na nižší úrovni se člověk může posunout k vyšším potřebám.



Obrázek 1: Maslowova hierarchie potřeb

Další teorie, která popisuje závislost spotřebitelských preferencí na lidské osobnosti, je „čtvero zakotvení“ (obrázek č. 2). Na základě této teorie můžeme rozdělit duševní svět do čtyř tzv. zakotvení. První a nejdůležitější je zakotvení v těle. Tato oblast popisuje souvislost mezi emocionálním a fyzickým stavem člověka. Druhé je zakotvení v cíli. To označuje, jak vidíme smysl života, čeho chceme dosáhnout a kam směřujeme. Třetí zakotvení je v mezilidských vztazích, přičemž na prvním místě jsou vztahy k nejbližším osobám. Jako poslední je popisováno zakotvení institucionální. Tato oblast nám ukazuje celou řadu povinností a hodnot, které se ve společnosti vyskytují. Patří tam jak povinnosti občana a zaměstnance, tak i různé etické povinnosti.

² VYSEKALOVÁ, Jitka, Daniela HRUBÁ a Marta REGNEROVÁ. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*, 2011.



Obrázek 2: Čtvero zakotvení ³

Je zřejmé, že všechna popsaná zakotvení mají vliv na spotřebitelské preference a ovlivňují proces nakupování. Motivační zakotvení nám ukazuje, jak se člověk rozhoduje při každém nákupu. Má přímý dopad na to, co má spotřebitel ve spotřebitelském koší a na celkové spotřební chování. Zakotvení v těle pro nás znamená prožitek spojený s nákupem a spotřebou. Podobně zakotvení v mezilidských vztazích má také velký dopad na preference, protože potřeba uznání patří k základním potřebám.

3.1.4 Osobnost a spotřební chování

Vysekalová a spol. se domnívají, že naše spotřební chování ovlivňují „psychické procesy, kterými se projevují naše duševní vlastnosti, jejichž individuální skladba vytváří charakter naší osobnosti. Jde o rozpoznání psychických zvláštností jedince, jeho charakteristiku v pojmech psychických vlastností či rysů osobnosti.“ ⁴

Pro pochopení spotřebního a nákupního chování je důležité porozumět pojům:

- vnímání a pozornost;
- učení, paměť a zapomínání;
- potřeby a motivace.

^{3,4} VYSEKALOVÁ, Jitka, Daniela HRUBÁ a Marta REGNEROVÁ. *Chování zákazníka: jak odhalit tajemství "černé skříňky"*, 2011.

3.1.4.1 Vnímání a pozornost

Vnímání je odrážením reality prostřednictvím smyslových orgánů, podílejí se na něm ale také postoje, emoce, zájmy, hodnoty a očekávání.⁵

Podle Vysekalové je vnímání selektivním procesem. Podněty jsou zpracovány a vnímány podle osobního hodnotového systému každého člověka. V hodnotovém systému jednotlivých osobností se nachází potřeby, zájmy, očekávání a zkušenosti. Do vnímání se také promítají vlivy sociálního a kulturního prostředí.⁶

„Selektivnost našeho vnímání ovlivňuje pozornost. Pozornost je schopnost při zpracování informací dát jedné informaci přednost před jinou. Můžeme ji také charakterizovat jako zaměřenost a soustředěnost duševní činnosti na určitý objekt nebo děj. Může být řízena volně, je ale v podstatě omezená. Průběh procesů zpracování informací je závislý na tom, jaký stupeň pozornosti těmto procesům věnujeme.“⁷

3.1.4.2 Učení, paměť a zapomínání

Učení je podle Vysekalové proces v průběhu kterého člověk získává nové zkušenosti a nové způsoby chování.⁸

„Paměť nám umožňuje zapamatovat, uchovat a vybavovat to, co jsme v minulosti vnímali, prožívali a dělali, umožňuje nám shromažďovat zkušenosti, z kterých vycházíme při našem jednání. Jen na základě informací uložených do paměti si můžeme vybavit, že tento billboard nám něco připomíná nebo že motiv použitý v televizní nebo tiskové reklamě nebo vlastní zkušenost s určitým výrobkem se nám vybaví při výběru zboží během nakupování.“⁹

3.1.4.3 Potřeby a motivace

„Pod pojmem motivační struktura rozumíme relativně stálé dispozice člověka jednat v určitých životních situacích svým osobitým způsobem.“¹⁰

Lze říct, že motivace se utváří během celého života a vyvíjí se spolu s osobností člověka. Všechny osobnostní charakteristiky člověka mají vliv na nákupní a spotřební chování. Výsledná motivace je součtem všech motivů, které jsou v dané chvíli aktuální.

Základním zdrojem motivace jsou potřeby člověka.

⁵ ČÁP, Jan a Jiří MAREŠ. *Psychologie pro učitele*, 2001.

^{6,7,8,9,10} VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MAREŠ. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*, 2011.

3.2 Závislost spotřebitelských preferencí

3.2.1 Preference

„Jedním ze základních problémů, které spotřebitel řeší, je, kolik určitého statku má kupovat a jak má svůj důchod mezi různé statky rozdělit.“¹¹

Preference znamená přednost, kterou lidé dávají preferovanému zboží či službám. Funguje na principu výběru zboží či služby, která přináší spotřebiteli co největší užitek.

3.2.2 Ordinalistická a kardinalistická teorie

„Chování jednotlivce, stejně jako všech ekonomických subjektů, je možno vysvětlit na základě porovnání efektů ekonomické aktivity a „újm“ (výdajů, nákladů) s touto aktivitou spojených. Efektem je v případě jednotlivce užitek plynoucí ze spotřeby jednotlivých statků, „újmou“ je vynaložení důchodu (příjmu) na nákup těchto statků.“¹²

Cílem každého spotřebitele je maximalizace užitku ze spotřeby statku či služby. Užitek přitom plyne z preferencí spotřebitele. Existují dvě teorie měřitelnosti užitku: ordinalistická a kardinalistická.

3.2.2.1 Kardinalistická teorie

Kardinalistická teorie vychází z toho, že užitek lze měřit. Prosazuje myšlenku, že každý užitek se dá kvantifikovat.

„Uspokojení spotřebitele z celého množství statku nazýváme celkovým užitekem. Čím víc spotřebitel spotřebuje, tím bude jeho celkový užitek vyšší. Celkový užitek se zvyšující se spotřebou statku roste stále pomaleji až do bodu nasycení a poté začíná klesat.“¹³

$$TU = f(q_i)$$

Podle Holmana zvýšení uspokojení pomocí dodatečné jednotky statku nazýváme mezním užitekem.¹⁴

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta q_i}$$

Mezní užitek s rostoucí spotřebou statku klesá. Tomu říkáme zákon klesajícího mezního užitku.¹⁵

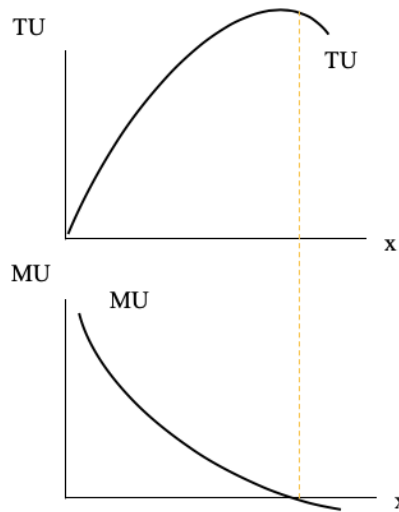
¹¹ HOLMAN, Robert. *Ekonomie*, 2016.

¹² HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*, 2010.

¹³ PALÍČKOVÁ, Irena. *Znalosti pro tržní praxi*, 2012.

^{14,15} HOLMAN, Robert. *Ekonomie*, 2016.

„Zákon klesajícího mezního užitku definuje vztah potřeb domácností k jejich poptávce po zboží, které uspokojuje tyto potřeby. Říká, že se stupněm nasycení většiny potřeb domácností klesá význam, který připisují jejich dalšímu uspokojování.“¹⁶



Obrázek 3: Mezní a celkový užitek

17

¹⁶ SOJKA, Milan. *Dějiny ekonomických teorií*, 2000.

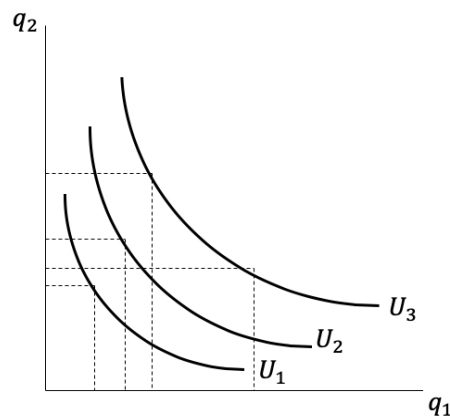
¹⁷ Vlastní zpracování

3.2.2.2 Ordinalistická teorie

Ordinalistická teorie užitku vychází z toho, že užitek nelze měřit. Spotřebitel je jen schopen vytvořit několik spotřebních košů, mezi kterými bude volit, aby dosáhl co největšího užitku, ale velikost tohoto užitku není schopen určit, a ani kvantifikovat rozdíl v užitku ze spotřeby jednotlivých kombinací statků. Tato metoda pracuje s indifferenčními křivkami.

3.2.2.2.1 Indifferenční křivky

Kombinace statků, které přinášejí spotřebiteli stejné uspokojení, nazýváme indifferenční body. Spojíme-li je, dostaneme křivky, které se nazývají indifferenční křivky. Jak vidíme z obrázku č. 4, tvoří tyto křivky indifferenční mapu.



Obrázek 4: Indifferenční křivky

18

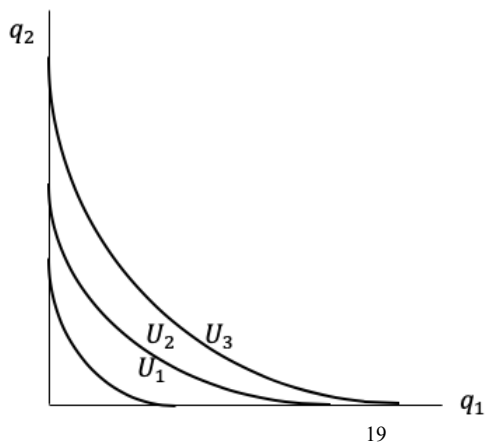
Pokud si má spotřebitel vybrat jeden bod, který leží na téže indifferenční křivce, je mu jedno, jaký zvolí, protože všechny body na stejné křivce mají stejnou užitkovou hodnotu pro spotřebitele. Spotřebitel bude preferovat body, které leží na vyšší křivce, protože čím se bod nachází výš, tím větší je uspokojení.

3.2.2.2.2 Druhy spotřebitelských preferencí

1) Substituty

Indifferenční křivky mají u substitutů konvexní tvar kvůli tomu, že statky se mohou navzájem substituovat (obrázek č. 5). Substitute spočívá v tom, že jeden statek lze nahradit statkem jiným. V tomto případě je nutné, aby indifferenční křivka protla obě osy.

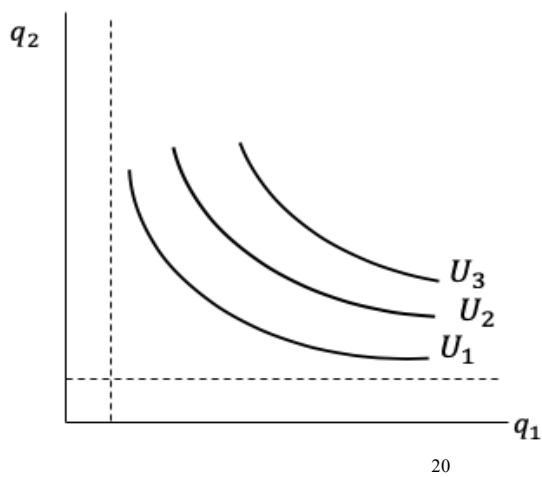
¹⁸ Vlastní zpracování



Obrázek 5: Substituty

2) Komplementy

Statky, které se navzájem doplňují, jsou tzv. komplementární statky (obrázek č. 6). Množství spotřeby obou statků musí nabývat kladných hodnot. Indiferenční křivka bude mít dvě asymptoty a nebude nikdy protnuta s osami.

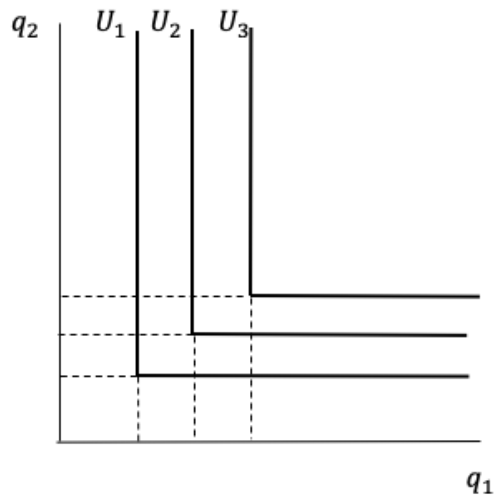


Obrázek 6: Komplementy

^{19,20} Vlastní zpracování

3) Dokonalé komplementy

Dokonalé komplementy jsou statky, které se doplňují v poměru 1:1. To znamená, že jeden bez druhého nemůže existovat a jiná kombinace taky není možná (obrázek č. 7).

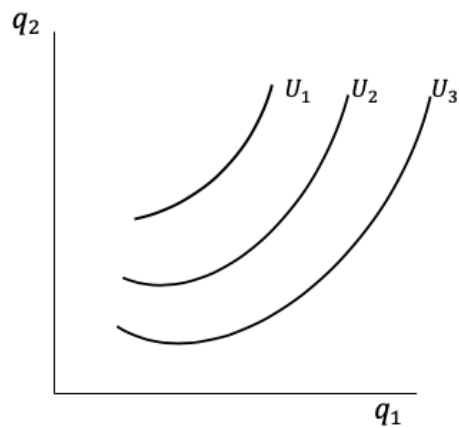


21

Obrázek 7: Dokonalé komplementy

4) Nežádoucí statky

Při užívání dvou statků je jeden z nich nežádoucí (obrázek č. 8). Spotřebitel ho nespotřebovává rád a se spotřebou tohoto statku se míra uspokojení snižuje.



22

Obrázek 8: Nežádoucí statky

^{21,22} Vlastní zpracování

3.2.2.2.3 Mezní míra substituce

Směrnice indifferenční křivky se nazývá mezní míra substituce ve spotřebě (MRS_C). Jedná se o poměr, v němž je statek Y nahrazován statkem X při konstantním celkovém užitku, tj. při pohybu po indifferenční křivce.

$$MRS_{\frac{1}{2}} = \frac{\Delta q_2}{\Delta q_1} = \frac{MU_1}{MU_2}$$

„Pojem mezní užitek Hicks nahradil pojmem mezní míra substituce, který považoval za méně zavádějící pro potřeby ekonomické teorie. Dospěl k závěru, že substituční a důchodový efekt mohou na poptávkovou křivku působit shodně i protikladně, protože konečná reakce závisí na tom, který z nich převáží. Snížení ceny nemusí nutně zvýšit poptávku, spotřebitelé totiž mohou své nákupy naopak omezit. Pokles ceny vede ke zvýšení reálných důchodů domácností, a ty pak mohou začít preferovat dražší zboží.“²³

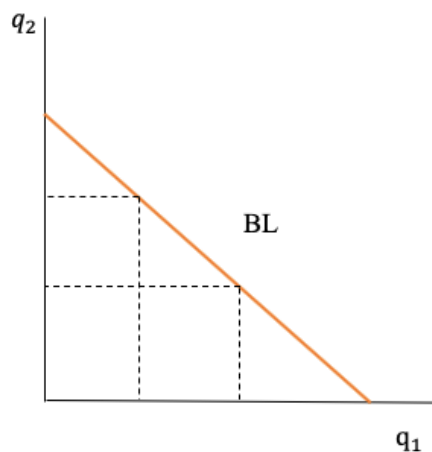
3.2.3 Rozpočtové omezení spotřebitele

Racionální chování spotřebitele předpokládá, že v zájmu každého člověka je maximalizace užitku. Znamená to, že každý člověk se snaží najít takovou kombinaci statků a služeb, která mu přinese co největší uspokojení, ale setkává se s omezeními: důchodem spotřebitele a cenami statků.

„Spotřebitel je při nákupu statků a služeb konfrontován s cenami statků. Tyto ceny určují objem finančních prostředků, které daný spotřebitel potřebuje k nákupu určitého množství daných statků. Toto omezené množství finančních prostředků jež může spotřebitel vynaložit na nákup určitého spotřebního koše, označujeme jako rozpočtové omezení spotřebitele.“²⁴

²³ SOJKA, Milan. *Dějiny ekonomických teorií*, 2000.

²⁴ TULEJA, Pavel, Pavel NEZVAL a Ingrid MAJEROVÁ. *Základy mikroekonomie*, 2011.



25

Obrázek 9: Rozpočtové omezení

3.3 Nakupování

3.3.1 Nákupní rozhodovací proces

Existuje mnoho různých modelů, které vysvětlují rozhodování spotřebitele při nákupu. Všechny tyto modely popisují jednotlivé fáze, kterými prochází každý spotřebitel při nákupu. Jeden ze základních modelů je pětifázový model Kotlera a Kellera (obrázek č. 10)²⁶.



27

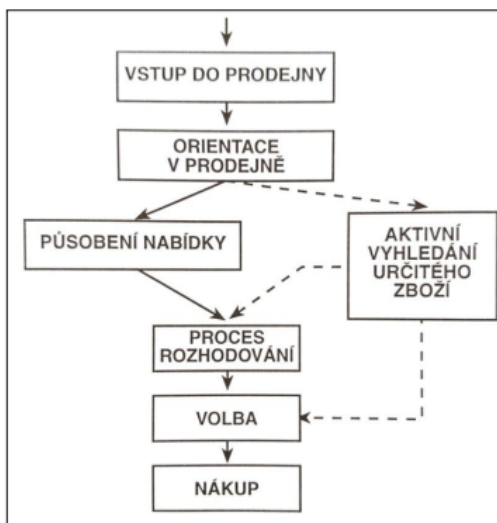
Obrázek 10: Kupní rozhodovací proces

Nejdříve se spotřebitel setkává s tím, že identifikuje určitou potřebu, jež chce uspokojit. Další fází je hledání informací o tom, jak tuto existující potřebu vyřešit. Následně probíhá vyhodnocení všech možných variant uspokojení této potřeby. Dále v úspěšném případě probíhá nákup, po kterém následuje ponákupní chování. V neúspěšném případě se spotřebitel zase vrátí k druhé fázi "hledání informace", a projde všechny další fáze znovu.

²⁵ Vlastní zpracování

^{26,27} KOTLER, Philip. *Moderní marketing*, 2007.

Další model nákupního rozhodovacího procesu představila Vysekalová a kol. (obrázek č. 11). Tento model popisuje chování spotřebitele od vstupu do prodejny až do nákupu, a zahrnuje i působení nabídky, což nebylo znázorněno v předchozím modelu.



28

Obrázek 11: Model nákupního chování

První fází, jak jsem už uvedla, je vstup do prodejny, následujícím krokem je orientace v prodejně. Délka trvání této fáze je důležitá, protože má také dopad na nákup a obchody se snaží zajistit co možná nejjednodušší a nejkomfortnější rozmístění zboží v prodejnách a zároveň umístit na regály co nejvíce zboží. Tím docházíme ke třetí fázi, tedy působení nabídky. Zákazník se snaží najít zboží, kvůli kterému přišel do obchodu, a mezitím do jeho rozhodování vstupuje nabídka ostatního zboží. Rozhodování každého zákazníka na sebe pak bere jedinečnou, neopakovatelnou podobu, kvůli specifické psychologii osobnosti, kterou jsem popisovala dříve. Z toho plyne, že stejná nabídka v prodejnách vyvolává u každého spotřebitele různé pocity a pak různé chování.

3.4 Reklama

„Reklama je placená nebo neplacená propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky. Poslání reklamy je ovlivnění silových skupin v konkrétním tržním

²⁸ VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MAREŠ. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*, 2011

segmentu. Cílem je dosažení většího objemu prodeje nebo služeb v nejkratším čase a výsledky reklamní kampaně jsou většinou měřitelné.“²⁹

„Cíle reklamy lze klasifikovat podle jejího primárního účelu – zda má reklama informovat, přesvědčovat, nebo připomínat.

- Reklama s cílem informovat se využívá při zavádění nové kategorie produktů. V takovém případě je úkolem vytvořit primární poptávku.
- Přesvědčovací reklama nabývá na významu ve chvíli, kdy roste konkurence. Tento druh reklamy je využíván k vytvoření selektivní poptávky po značce a k přesvědčení spotřebitelů, že nabízí za jejich peníze nejvyšší kvalitu.
- Reklama s cílem upomínat je velice důležitá pro vyzrálé výrobky, protože nedovolí spotřebitelům, aby na ně zapomněli. Firmy se tímto druhem reklamy mohou také snažit ujistit stávající zákazníky, že učinili správnou volbu.“³⁰

²⁹ ŠÁLKOVÁ, Daniela. *Obchodní nauka*, 2019.

³⁰ KOTLER, Philip. *Moderní marketing*, 2007.

4 Analytická část

4.1 Specifika mléčné produkce

Výživa každého člověka je závislá na příjmu výživových látek (tabulka č. 1). Tyto látky potřebuje organismus pro růst, získání energie, obnovení buněk, tkání a orgánů. Potřebné látky člověk získává prostřednictvím konzumace konkrétních potravin nebo pomocí potravinových doplňků.

Tabulka 1: Potraviny a výživa – složení stravy³¹

Pekárenské výrobky, obiloviny, luštěniny, brambory	Sacharidy, bílkoviny, vlákniny, vitamín B, minerály
Zelenina, ovoce	Vitamín C, kyselina listová, kalium, vlákniny, biogenní prvky
Mléčné výrobky, vejce, maso, ryba	Bílkoviny, železo, vápník, vitamín B, mastné kyseliny
Oleje, tuky	Vitamín A, vitamín D, vitamín E, esenciální mastné kyseliny
Nealkoholické nápoje	Voda

Z výše uvedené informace se dá odvodit nezbytnost potravinářského průmyslu v lidském životě. Jelikož mléčné výrobky živočišného původu obsahují rozsáhlé množství nezbytných látek, poptávka po těchto statcích se v dlouhodobém období bude zvyšovat v důsledku rostoucí velikosti populace. Další příčinou rostoucí poptávky je to, že v dnešní době lze substituovat živočišné výrobky mlékárenského průmyslu jen mlékem rostlinného původu a doplňky stravy. Z důvodu nedostatku informací a konfrontujících názorů odborníků ohledně výzkumu o působení rostlinné mléčné produkce a doplňků stravy na organismus člověka se lidé obávají zavádět tyto substituty do svého stravování. Příčinou volby nákupu mléčné produkce rostlinného původu mohou být například zdravotní potíže (intolerance laktózy, alergie), osobnostní preference a motivace v nákupu, společenské trendy a reklama.

Na posun nabídky mléčné produkce má vliv více faktorů. Do těchto faktorů patří zejména ekonomické, politické a klimatické podmínky. V historii České republiky se stalo několik důležitých událostí, které měly značný vliv na nabídku v potravinářském průmyslu. Největší změnu v hospodářství způsobila Sametová revoluce, která proběhla v roce 1989. Následující významná změna nastala v roce 2004 po vstupu ČR do Evropské unie, tato změna

³¹ JAMES, Hughes. *Velká obrazová všeobecná encyklopedie*. 1999.

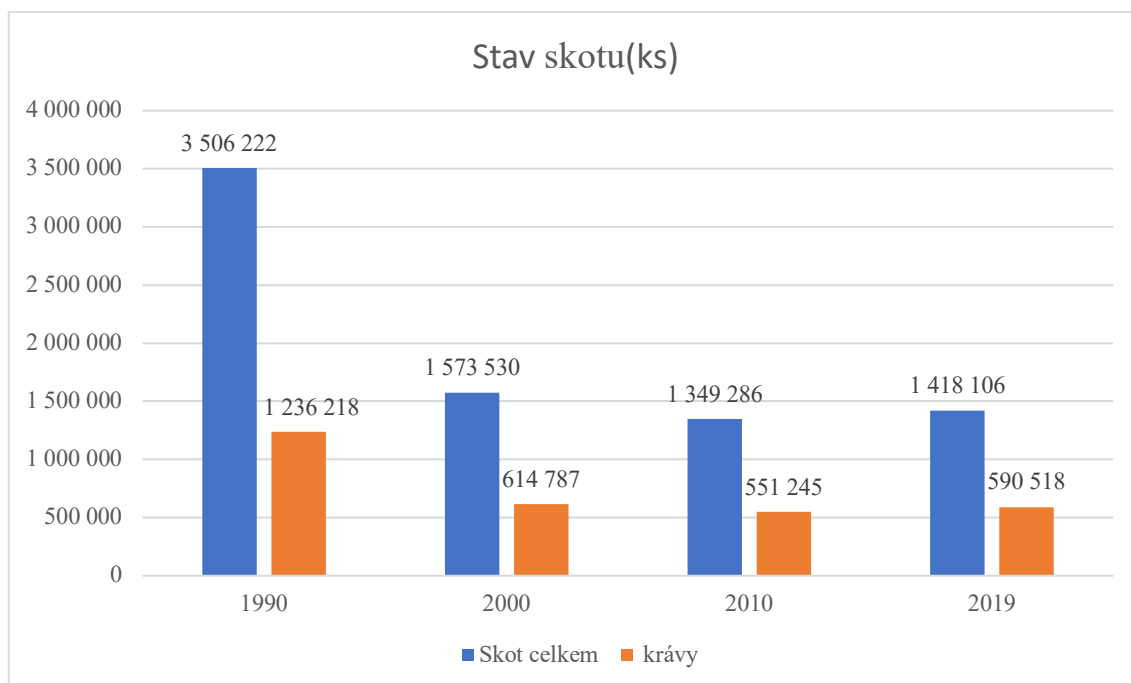
nebyla ale tak zásadní jako ta v 90. letech. V letech 2007–2008 došlo k světové hospodářské krizi, a následky této krize v ČR nastaly až v roce 2010.

4.2 Vývoj nabídky a poptávky po mléčné produkci

Jedním z hlavních specifíků agrárního sektoru z ekonomického hlediska je to, že poptávka po zemědělských produktech je neelastická, a ovlivňuje ji počet obyvatel a růst populace. Nabídku výrazně ovlivňují vnější faktory. V mléčné produkci můžeme mezi podmínky, které působí na změny nabídky, zařadit změny klimatu, zdravotní stav zvířat, trvanlivost produkce a další. V následující kapitole je stručně popsán vývoj nabídky a poptávky po mléčné produkci za vybrané časové období.

4.2.1 Vývoj nabídky

Zemědělská a potravinářská výroba patří mezi hlavní odvětví národního hospodářství. Po roce 1989 proběhly v těchto dvou odvětvích i v celkovém národním hospodářství majetkové a ekonomické změny, které pak měly velký vliv na kvalitu a kvantitu jednotlivých komodit. Soběstačnost se v řadě těchto oblastí snížila, naopak u jiných komodit došlo k růstu vývozního potenciálu, a to například u mléka, zvířat, obilovin, cukru a sladu.³²



Graf 1 Stav skotu (ks)³³

³² Zemědělská výroba. Zemědělství. *Eagri.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/zemedelstvi.html>

³³ ČSU, Soupis hospodářských zvířat k 1. 4. (1990-2019), vlastní zpracování

Charakter zemědělství se po roce 1989 značně proměnil. Trendy v politice, hospodářství, ekonomice a agrárním sektoru měly značný vliv na trh mléčné produkce. V uvedeném grafu č. 1 je znázorněn stav skotu od roku 1990. K poklesu počtu skotu skoro o dvojnásobek došlo v důsledku změny orientace zemědělství v oblasti chovu na jiné výrobní a produkční preference.

Dnešní trend v chovu krav je takový, že se každoročně počet dojnic snižuje. Souběžným trendem je dlouhodobý růst dojivosti.

Rozsypal Roman, který je poradcem v oblasti zemědělství, uváděl ve svém článku na dané téma, že příčinou poklesu stavu dojnic byl vývoj cen zemědělských výrobců. „Jestliže se obecně uvádí, že náklady na výrobu mléka jsou okolo 8,50 Kč/l, pak celý sektor je pod touto hranicí od poloviny roku 2008. Koncem roku 2008 klesla výkupní cena pod 7 Kč/l a v polovině roku 2009 klesla výkupní cena na (nebo i pod) úroveň 6 Kč/l.“ Druhou příčinou poklesu stavu dojnic je podle Rozsypala stagnující objem mléčné suroviny a pokles vývozu.³⁴

Tabulka 2 Vývoj výroby mléka³⁵

Rok	1989	2002	2009	2018
Stav dojnic v tis. ks	1 228,5	447,0	394,1	361,1
Dojivost l/ks	3 982,0	5 718,0	6 896,9	8 525,7
Výroba mléka v mil. l	4 892,5	2 727,6	2 707,6	2 998,3

Růst dojivosti a snížení počtu dojnic nemá velký vliv na nabídkovou křivku na trhu mléčné produkce (tabulka č. 2).

Níže provedená analýza poukazuje na produkční vývoj výroby mlékárenské produkce v ČR. V roce 1989 došlo ke změně režimu, následně proběhly privatizace a restituce majetku. Docházelo také ke vzniku menších hospodářských podniků.

Ministerstvo zemědělství uvádí, že „situace v mléčném sektoru v roce 2004 byla především ovlivněna vstupem České republiky na jednotný trh Evropské unie, kde trh s mlékem a mléčnými výrobky je přísně regulován od produkce až po obchod. Vstupem na jednotný trh se zároveň otevřela příležitost jak pro české producenty mléka, tak pro zpracovatele. Producenti získali případnou možnost odbytu syrového mléka zahraničním zpracovatelům, čeští zpracovatelé možnost uplatnění svých produktů na společném evropském trhu.“³⁶

³⁴ ROZSYPAL, Roman. Produkce kravského mléka v ekologickém zemědělství. *Eagri.cz* [online]. 2013 [cit. 2020-02-29]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/87408/Produkce_mleka_v_EZ_final.pdf

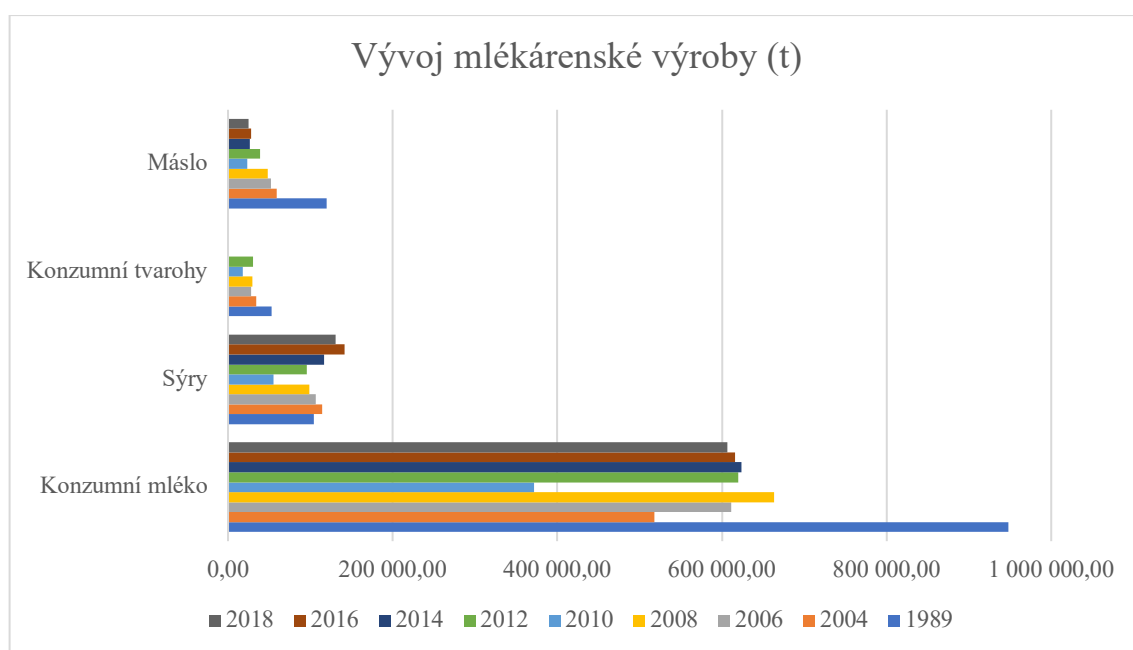
³⁵ ČSÚ, celní statistika, rezortní statistika MZe (1989-2018), vlastní zpracování

³⁶ Zemědělství 2004. *Eagri.cz* [online]. 2005 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/17456/Z_2004___pro_tisk.pdf

V roce 2004 byly zavedeny kvóty, ze kterých plynula řada omezení ve výrobě produkce pro jednotlivá období. Přeměna českého trhu po vstupu ČR do EU již nebyla tak významná jako v 90. letech. Docházelo jen k přechodu na evropské podmínky. K dalšímu propadu došlo v roce 2010, kdy byl způsoben dopady hospodářské krize z přelomu let 2007/2008.

Vývoj mléčné produkce byl sledován u konzumního mléka, sýru, tvarohu a másla (graf č. 2). Produkce konzumního mléka v průběhu 21. století pozitivně roste. V roce 2004 produkce mléka tvořila 518 225 tun, v roce 2008 již tvořila 663 410 tun. Tento fakt je určen pokrokem v dojitosti krav a stanovením kvót od EU, která se snažila o zvýšení produkce mléka.

Produkce sýru každoročně roste úměrně s poptávkou. V roce 2014 bylo vyrobeno 116 640 tun sýra, v roce 2016 již o 25 080 tun více. Výroba konzumního tvarohu zaznamenává od roku 1989 mírný pokles. Z grafu je vidět, že ve výrobě másla taky proběhl pokles. Od roku 1989 do roku 2018 se snížila produkce másla o 95 208 tun. Největší propad byl v letech 2008 až 2010, přičemž jeho příčinou byla hospodářská krize.



Graf 2 Vývoj mlékárenské výroby (t)³⁷

4.2.1.1 Požadavky na mléka a mléčné výrobky

Mléčný průmysl je omezen řadou legislativ a nařízení. Tyto požadavky jsou popsány ve vyhlášce Ministerstva zemědělství ČR č. 397/2016 Sb., která obsahuje požadavky na mléko a mléčné výrobky, mražené krémy a jedlé tuky a oleje.

³⁷ Situační a výhledová zpráva mléko (2003-2018), vlastní zpracování

„Tato vyhláška zpracovává příslušné předpisy Evropské unie, zároveň navazuje na přímo použitelné předpisy Evropské unie a upravuje:

- a) způsob označování potravin, v návaznosti na jejich členění podle druhu, skupiny nebo podskupiny, a složení potraviny,
- b) druhy potravin s členěním na skupiny a podskupiny,
- c) pro jednotlivé druhy potravin požadavky na jakost, technologické požadavky, požadavky na jakost vztahující se k názvu a přípustné záporné hmotnostní a objemové odchylky balení,
- d) pro jednotlivé druhy potravin, jež jsou uvedeny v této vyhlášce,
 - 1. teplotní režimy při uchovávání či zmrazování potravin,
 - 2. způsoby uchovávání a manipulace s potravinami během jejich uvádění na trh,
 - 3. zvláštní požadavky na přepravu,
 - 4. minimální technologické požadavky. “³⁸

4.2.2 Vývoj poptávky

Lidé začali konzumovat živočišnou produkce od chvíle, kdy se jim podařilo dosáhnout ochočení zvířat. Předpokládá se, že nejprve byl dobytek ochočen v Asii (8 až 9 tisíc let př. n. l.), následně v Evropě (5 až 6 tisíc let př. n. l.) Skot byl přitom domestikován především pro získání zásob masa, až později dobytek začali používat k výrobě mléka (před 3 až 4 tisíci let).

Předpoklady pro průmyslové zpracování mléka nastaly až v době, kdy zvýšená výroba mléka stačila nejen pro pokrytí vlastní potřeby zemědělců, ale vytvářely se i jeho přebytky.

V 50. letech 20 století byly vypracovány technologické postupy, technologicko-hospodářské normy a jakostní normy pro všechny vyráběné mléčné výrobky. V 60. letech byla orientace na kontinuitu výrobních procesů a zjišťování vlastností mléčných výrobků. V 70. letech byla činnost orientovaná na vývoj průmyslových technik při zvyšování efektivnosti výroby. V 80. letech byly vytipovány nejvhodnější kultury pro sýry, dále byl kladen důraz na prověrku jakosti másla. V 90. letech byly studovány bifidogenní kultury. Tehdy byly vyvinuty mléčné výrobky pro těhotné matky, sportovce a starší generaci.³⁹

“Nejvýznamnější vzrůst zaznamenal sortiment sýrů, který se postupně rozšiřoval. Základem byly sýry eidamského a ementálského typu, jejichž prodej byl podpořen jejich tržní úpravou, vhodnou pro samoobsluhu. V oblasti čerstvých sýrů byly velmi oblíbené smetanové

³⁸ Vyhláška č. 397/2016 Sb. *Zakonyprolidi.cz* [online]. 2016 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2016-397#Top>

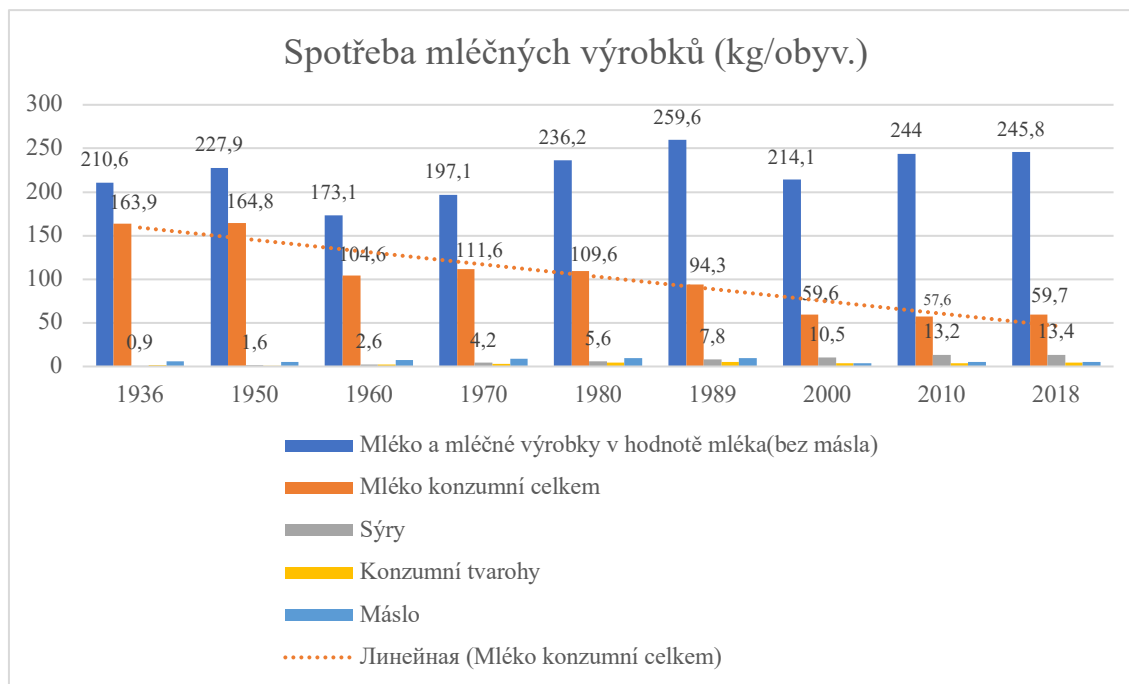
sýry nahrazeny plně mechanizovanou výrobou Lučiny. Z plísňových sýrů byla rozšířena výroba Hermelínu na vysoce mechanizovaných výrobních linkách. Velmi významný sortiment představovaly tavené sýry, jejichž obliba vzrostla zejména po rozšíření výroby smetanových tavených sýrů s roztíratelnou konzistencí a s různým ochucením. V sortimentu konzumních tvarohů byly vyvinuty tvarohové speciality, mezi které patří smetanové krémy. Významným přínosem bylo zavedení výroby tvarohových dezertů – termixů, které se vyznačovaly oproti jiným tvarohovým výrobkům podstatně zvýšenou trvanlivostí. Mezi další přínosy inovace lze zahrnout výrobu trvanlivého mléka, pomazánkového másla, instantních sušených výrobků a rozvoj sortimentu mražených smetanových krémů.⁴⁰

Pro analýzu poptávky v mlékárenské produkci jsem zpracovala údaje týkající se dlouhého časového úseku (graf č. 3). Od roku 1936 má spotřeba mléka a mléčných výrobků (bez másla) rostoucí tendenci. Od začátku sledovaného období spotřeba na jednoho člověka vzrostla o 35,2 kg ročně. Tato situace vychází z možností České republiky, která má relativně velký potenciál ke zvyšování spotřeby mléčných výrobků.

Největší podíl na spotřebě mléka a mléčných výrobků má konzumní mléko, a to především kravské. Z grafu je vidět, že spotřeba konzumního mléka má poměrně výrazně klesající trend, ale v posledních 20 letech se spotřeba téměř ustálila a její vývoj je víceméně konstantní.

Trend spotřeby sýrů je rostoucí. Spolu s vývojem ve výrobě sýrů roste následně i poptávka. Na začátku sledovaného období jednotlivec konzumoval jen 0,9 kg ročně. Nyní spotřeba jednotlivce tvoří 13,4 kg ročně. Tento spotřební trend lze vysvětlit jako důsledek vyšších příjmů obyvatel. Jejich vyšší důchod jim umožňuje nákup produktů s vyšší přidanou hodnotou.

^{23, 40} LIKLER, Ladislav. *Historie mlékárenství v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*, 2001.

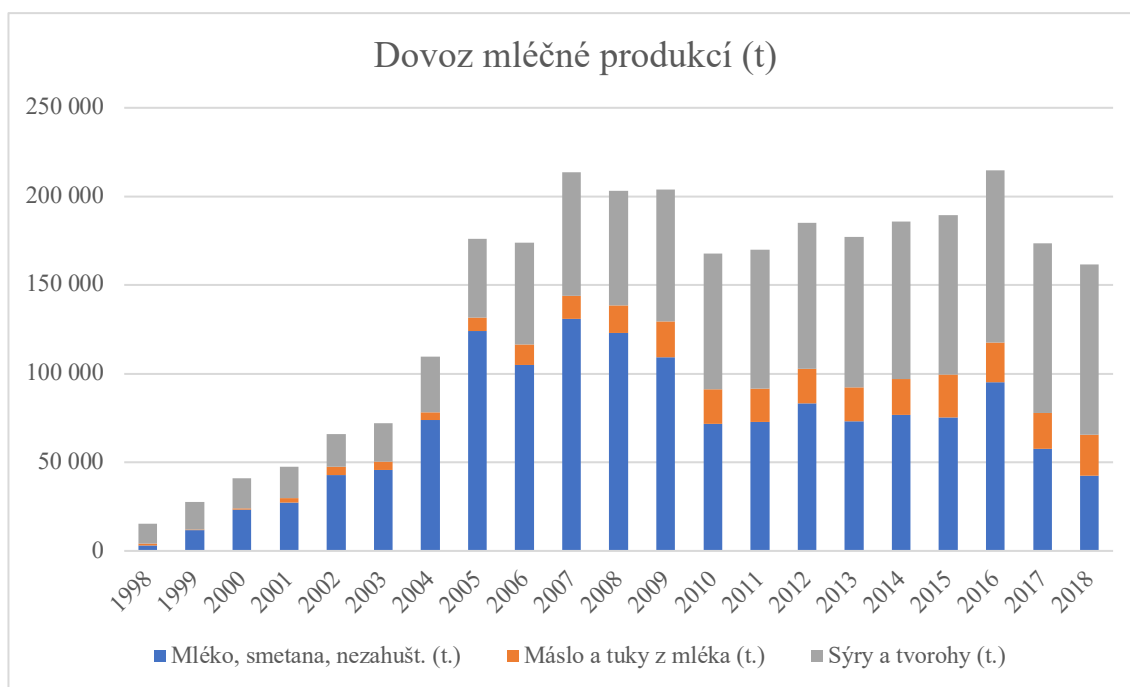


Graf 3 Spotřeba mléčných výrobků(kg/obyv.)⁴¹

4.3 Dovoz

Problémem českých mlékáren je neschopnost čelit dovozu některých mléčných produktů, přičemž se to týká především sýru. České mlékárny nedokážou v prodeji sýrů konkurovat zahraničním producentům. Dovoz v této oblasti po vstupu do EU každoročně roste. Paradoxem je to, že výroba mléka v ČR má rostoucí tendenci. Z domácí produkce se vyváží do zahraničí mléko, které by mohli domácí producenti zpracovat na výrobky s vyšší přidanou hodnotou (graf č. 4).

⁴¹ ČSU, Spotřeba potravin a nealkoholických nápojů (1920 až 2018), vlastní zpracování



Graf 4 Dovoz mléčné produkcí(t)⁴²

Do vstupu ČR do Evropské unie se růst dovozu zvyšoval postupně. Největší část dovozu tvořila komodita "mléko a nezahuštěná smetana". Mírně vzrůstal dovoz sýrů a tvarohů.

Česká republika proti nadměrným dovozům uplatňovala celní opatření, snažila se zaměřit na podporu vývozu kravského mléka, na podporu spotřeby zpracovatelsky upraveného mléka a na systém produkčních kvót.

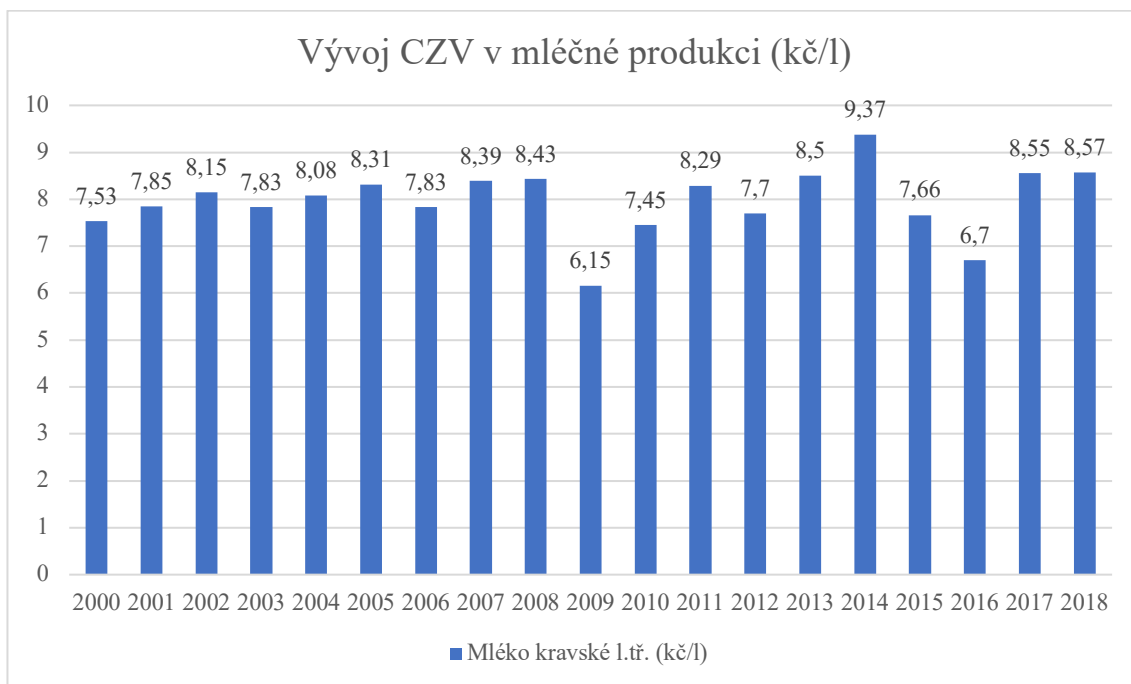
V roce 2004 se hodnota dovozu mléka a mléčných výrobků meziročně zvýšila o 41,1 % v důsledku vyšších dovozních objemů, které byly způsobeny vstupem na jednotný evropský trh. Zvýšil se především dovoz tekutého mléka, sýrů a tvarohů. Do roku 2007 se import zvyšoval každoročně průměrně o 27,7 %. Již v roce 2008 se dovoz snížil o 5,3 %, přičemž růstovou tendenci měl jen dovoz másla. Důsledky krize v sektoru mléka se projevily v roce 2010. Snížil se objem dovozu mléčné suroviny ke zpracování, ale dovoz sýrů a tvarohů se zvýšil o 2 332 t.

Dodnes pokračuje růst importu sýrů a tvarohů, který v roce 2018 představuje 64,1 % objemu domácí výroby sýrů a tvarohů. Naopak dovoz mléčné suroviny se v posledních letech snižuje.

⁴² ČSU, Celní statistika – MZe, statistika zahraničního obchodu (1998-2018), vlastní zpracování

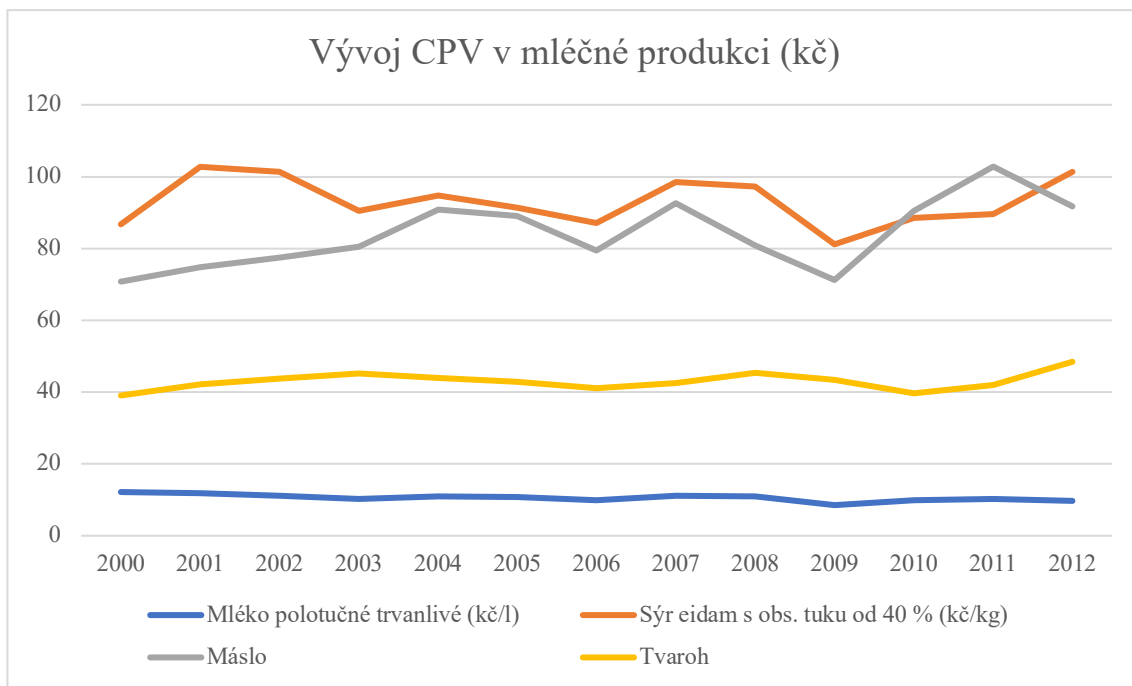
4.4 Vývoj cen mléčné produkce

Ceny jsou důležitým činitelem hospodářství. Důsledky způsobené změnami cen jsou patrné na každé dílčí úrovni obchodování s mléčnou produkcí. Změny cen v potravinářském průmyslu může ovlivnit ekonomická situace, politická situace, přírodní podmínky a další vlivy, které působí na stanovení farmářských cen, tedy na ceny zemědělských výrobců (CZV) (graf č. 5). Dále se to odráží na cenách průmyslových výrobců (CPV) (graf č. 6) a spotřebitelských cenách (SC) (graf č. 7).

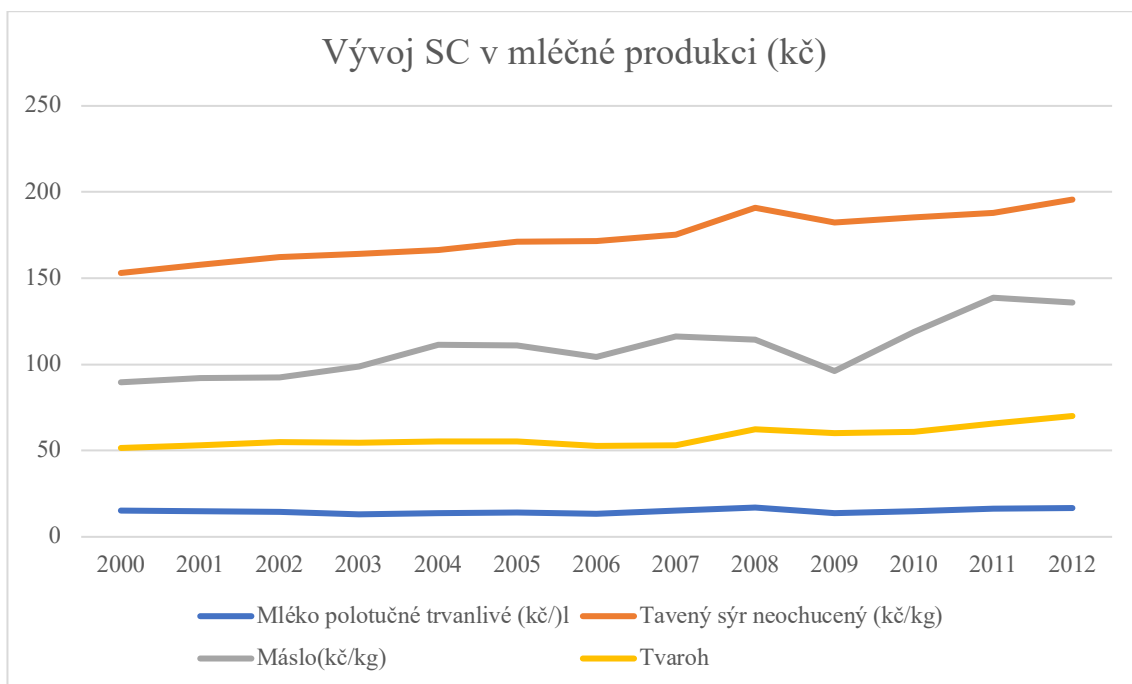


Graf 5 Vývoj CZV v mléčné produkci (kč/l)⁴³

⁴³ ČSÚ celní statistika (2000 do 2018), vlastní zpracování



Graf 6 Vývoj CPV v mléčné produkci (kč)⁴⁴



Graf 7 Vývoj SC v mléčné produkci (kč)⁴⁵

Vstup na regulovaný evropský trh odstranil negativní ekonomické dopady související s nadprodukcí. Pozitivní je skutečnost, že došlo k rozšíření vývozu českých výrobků na evropské trhy. Zvýšil se vývoz nejen vysoce objemných výrobků, ale i zakysaných výrobků a sýrů. Zároveň se rozšířil i vývoz mléčné suroviny. Zvýšený zájem zahraničních zpracovatelů se

^{44,45} Situační a výhledová zpráva – Mléko (2002-2012), vlastní zpracování

promítl v růstu cen zemědělských výrobců. Vlivem růstu CZV se následně zvýšily ceny průmyslových výrobců a spotřebitelské ceny.

V roce 2005 pokračovala u cen zemědělských výrobců rostoucí tendence. Vyšší ceny surovin pak negativně ovlivnily český mlékárenský průmysl, protože zvýšení ceny se nepodařilo obchodním řetězcům promítnout do cen finálních výrobků, jejichž úroveň se naopak snížila. U průmyslových výrobců se ceny snížily: u mléka o 0,21 Kč, u sýrů eidam o 3,38 Kč, u másla a tvarohu přibližně o 2 Kč. Tento tlak je dále prohlouben i narůstajícím dovozem konkurenčních výrobků. Vývoj spotřebitelských cen byl rozdílný od cen průmyslových výrobců, SC naopak vzrostly, a to nejvíce u sýrů.

V roce 2006 byl u cen průmyslových výrobců propad. Jednou z hlavních příčin byl opět vyšší dovoz konkurenčních zahraničních výrobků. Spotřebitelské ceny v tomto roce taky poklesly.

Situace na evropském trhu s mlékem byla na konci roku 2008 a v první polovině roku 2009 kritická. Pokles poptávky a pokles cen ovlivnil trh mléčné produkce v České republice. Nejnižší cena mléka u zemědělských výrobců za celé sledované období byla v roce 2009, konkrétně 6,15 Kč/l. Ceny u průmyslových výrobců klesly u mléka o 2,5 Kč, u sýru eidam o 16,03 Kč, u másla o 9,64 Kč.

Do roku 2014 docházelo pod vlivem příznivého vývoje na světových trzích k postupnému nárůstu spotřeby i vývozu, a nárůstu farmářských cen na rekordní výši od roku 2008. Vlivem výrazného růstu cen mléčných surovin a mimořádně příznivých podmínek v posledních letech došlo k nárůstu dodávek mléka. V následujících rocích ale CZV poklesly kvůli nadprodukcí.

V posledních letech CZV se nachází na stejném úrovni. Průměrná roční cena za mléčnou surovinu vyplacená mlékárnami na území České republiky za rok 2018 dosáhla 8,57 Kč/l. Za sledované období je průměrná cena mléka za rok 2018 druhou nejvyšší dosaženou roční realizační cenou za mléko.

4.5 BIO

Podle Českého statistického úřadu se ekozemědělství v České republice stalo oceňovanou alternativou ke klasickému zemědělství. Základní koncept spočívá v přirozeném koloběhu přírody a úsporném postupu zpracování. Za počátky zpracovávání produkce ekologickým zemědělstvím se považuje období po první světové válce. Příčiny, které přispěly k pokroku v této oblasti byly spojené s industrializací a urbanizací (v druhé polovině 19. století a začátku 20. století). V 70. letech 20. století byla stoupenci ekozemědělství vytvořena Mezinárodní federace sdružení za organické zemědělství.⁴⁶

Na oficiálních stránkách Ministerstva zemědělství České republiky je uvedeno, že v letošním roce se podíl ve spotřebě ekologických zemědělských výrobků na celkové spotřebě potravin pohybuje kolem 1 %, to znamená, že každý obyvatel utrací ročně kolem 200 Kč za biopotravinu. Jako důvody, co české spotřebitele odrazuje od nákupu biopotravin, jsou uváděny cenová hladina a nedostatečná informovanost. Ministerstvo zemědělství také uvádí, že Česká republika je jedna z nejnávštěvnějších zemí v dané oblasti ve střední a východní Evropě.⁴⁷

„Aby bylo zaručeno spolehlivé rozpoznání ekologických potravin, je přesně stanoven způsob jejich označování. Každá potravinu na českém trhu, která je uváděna slovy BIO, eko či organic, musí nést na obalu řadu informací: evropské logo, kód kontrolní organizace, informaci o původu surovin, z nichž se skládá, v případě, že byla potravinu vyprodukována v ČR, musí nést také české národní logo tzv. biozebru.“⁴⁸

Podle nařízení vlády všechny subjekty, které uvádí svou produkci na trh pod názvem biopotravinu, musí být kontrolovány a registrovány. Všichni výrobci a provozovatelé obchodní činnosti musí být zaregistrovaní v Registru ekologických podnikatelů. Povinnost registrace se nevztahuje jen na maloobchodníky, kteří prodávají své výrobky BIO původu konečnému spotřebiteli.⁴⁹

4.5.1 Mléčná produkce bio původu

Významným produktem rozvíjejícím se již několik desítek let je biomléko. Situace na trhu biomléka není stabilní, a to z důvodů změn ze strany počtu zemědělců, kteří se zabývají jeho výrobou.

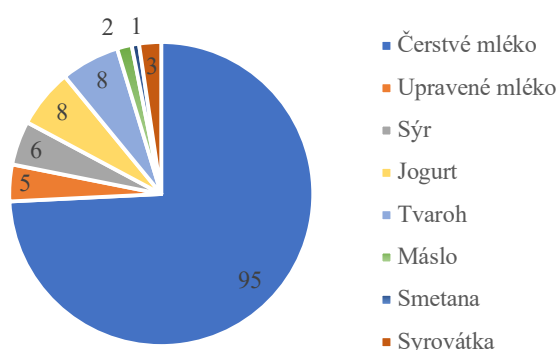
⁴⁶ Česko vyniká v ekologickém zemědělství: Století statistiky. *Czso.cz* [online]. 2016 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/stoletistatistiky/cesko-vynika-v-ekologickem-zemedelstvi>

^{47,27,28} Biopotravinu: Ekologicke-zemedelstvi. *Eagri.cz* [online]. 2018 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktualni-temata/biopotravinu/>

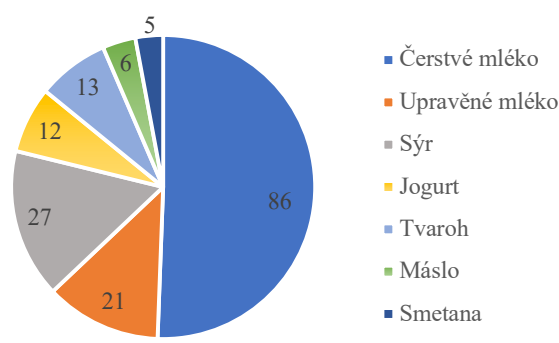
Níže je uvedeno grafické znázornění vývoje počtu ekofarem (graf č. 8), které se zabývají výrobou mlékárenské produkce z kravského mléka. Na začátku 21. století se ekozemědělci zaměřovali na výrobu čerstvého mléka a počet ekofarem specializujících se na jeho výrobu se v roce 2012 rovnal 95. Mnohem méně bylo ekofarem, které provazovaly svou činnost v oblasti zpracování mléka na výrobky s vyšší přidanou hodnotou. Počet ekofarem s výrobou sýrů bylo pouze 5, s výrobou tvarohu 8 a s výrobou másla pouze 2.

V důsledku každoročního zvýšení poptávky po sýru, tvarohu a jogurtu, se ekozemědělci zaměřili více na výrobu těchto produktů. V roce 2017 oproti roku 2012 se počet ekofarem, které vyrábí čerstvé mléko, snížil o 10 %, naopak počet farem, které zpracovávají mléko na sýry, tvaroh, jogurty a máslo má rostoucí tendenci.

Počet ekofarem s produkcí kravského mléka rok 2012



Počet ekofarem s produkcí kravského mléka rok 2017



50

Graf 8 Počet ekofarem s produkcí kravského mléka

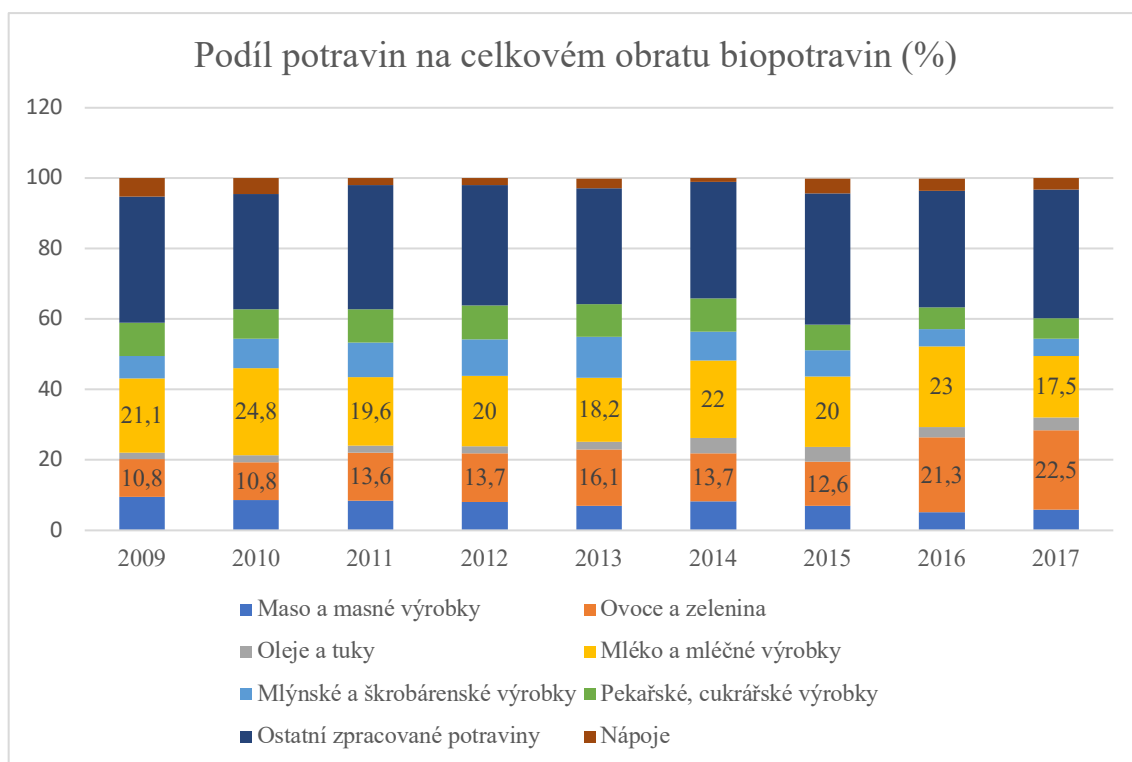
V následující tabulce č. 3 jsem uvedla několik důležitých statistik, které ukazují na pozitivní tendenci narůstající spotřeby biopotravin v České republice. Dodnes ale velkou část BIO produkce tvoří dovoz z EU.

⁵⁰ Ročenka Ekologické zemědělství (2012–2018), vlastní zpracování

Tabulka 3: Spotřeba biopotravin⁵¹

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Spotřeba biopotravin v ČR (mlrd. Kč)	0,51	0,76	1,29	1,80	1,613	1,592	1,665	1,776	1,95	2,02	2,25	2,55	3,33
Podíl na celkové spotřebě potravin a nápojů (%)	0,18	0,35	0,55	0,75	0,65	0,63	0,65	0,66	0,71	0,72	0,81	0,90	1,17

Struktura hlavních kategorií biopotravin je dlouhodobě stabilní (graf č. 9). Největší zájem je o "ostatní zpracované potraviny". Na druhém místě ve sledovaném období bylo mléko a mléčná produkce, ale v posledních letech můžeme vidět zvýšení obrátu u ovoce a zeleniny, které odsunulo mléčné produkty na třetí místo.



Graf 9 Podíl potravin na celkovém obrátu biopotravin (%)⁵²

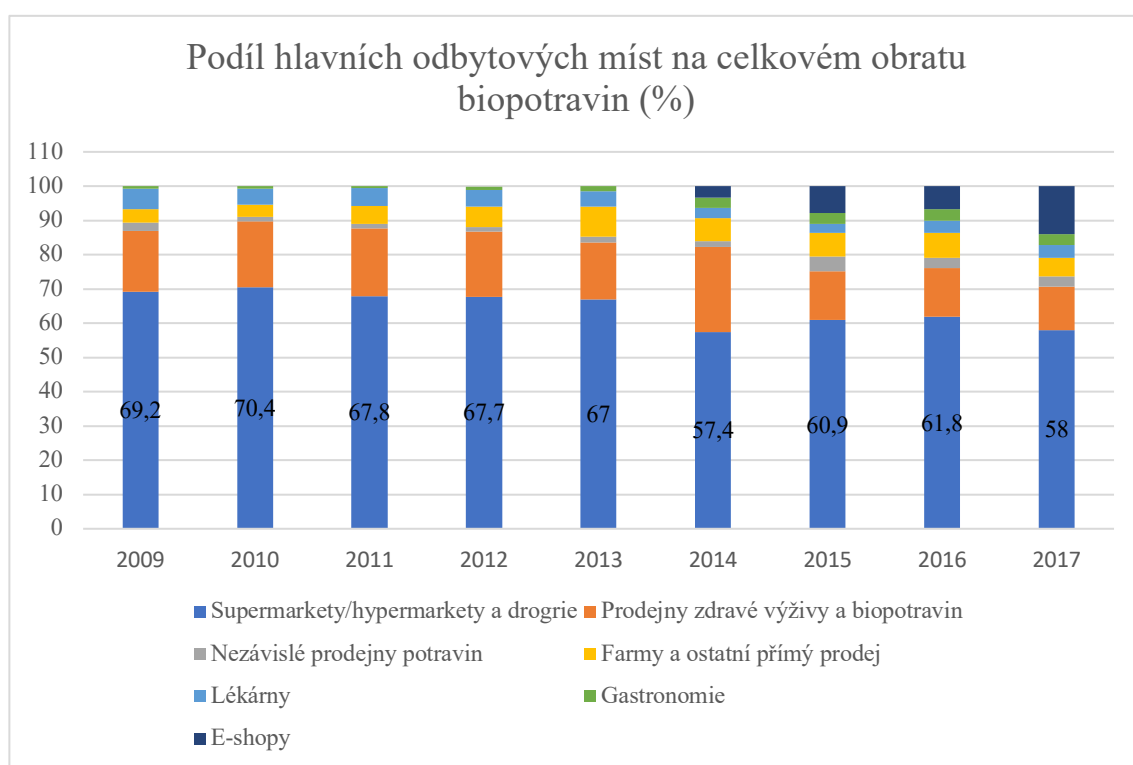
V následujícím grafu č. 10 jsou zpracovány údaje o hlavních odbytových místech v oblasti biopotravin. Od roku 2009 byly hlavními místy, kde Češi nakupovali biopotraviny, byly supermarkety, hypermarkety a drogerie. Ve stejném roce se začal prosazovat trend přímé

⁵¹ Ročenka Ekologické zemědělství (2005-2017), vlastní zpracování

⁵² Ročenka Ekologické zemědělství (2009-2017), vlastní zpracování

distribuce biopotravin spojený s novou alternativní kulturou nákupu potravin a stravování spojenou s obnovou farmářských tržišť a prodějí ze dvora.

V následujících letech můžeme sledovat mírně klesající tendenci nákupu bioprodukce v supermarketech, hypermarketech a drogeriích, v prodejnách zdravé výživy a biopotravin a v lékárnách. Lidé naopak začali více nakupovat biopotraviny v „nezávislých prodejnách“ a přímo u farmářů. Vzhledem k rychlému růstu podílu prodeje přes e-shopy je tento způsob odbytu sledován od roku 2014 odděleně od přímého prodeje. E-shopy však provozují převážně přímo sami producenti, tedy lze je považovat za určitou formu přímého prodeje. Za sledované období se procentuální podíl odbytu přes e-shop zvýšil čtyřnásobně. Prodej u položky „gastronomie“ má pomalu rostoucí tendenci, ale jejich podíl na obrátu prodeje biopotravin stále zůstává pod hranicí 4 %.



Graf 10 Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obrátu biopotravin (%)⁵³

⁵³ Ročenka Ekologické zemědělství (2009-2017), vlastní zpracování

4.6 Rostlinné mléko

V dnešní době můžeme sledovat rychlý rozvoj v oblasti rostlinných nápojů, k jejichž výrobě se využívají luštěniny a cereálie. Tato tendence se v současnosti rozvíjí kvůli společenským trendům, který jsou spojené se zdravím, pohodlím a negativním postojem ke spotřebě mléka a rychlým rozvojem v oblasti rostlinných nápojů. Dlouhou dobu bylo kravské mléko považováno za zázračný nápoj. Ačkoliv během posledních 10 let stále docházelo k růstu tržeb mlékárenských produktů živočišného původu, tak se image mléka zhoršila.

Informační centrum bezpečnosti potravin tvrdí, že „nedávné studie prokázaly, že v zemích s vyšší spotřebou mléka byla zjištěna vyšší incidence rakoviny a přínos vápníku z mléka byl zpochybněn. U mnohem většího počtu osob byla zjištěna intolerance na mléko, což zřejmě souvisí s rostoucím uvědoměním si podmínek jejího působení. Ještě o jednu generaci dříve téměř nikdo skutečně neznal, co to intolerance na laktózu je. Když se problému více rozumí, byla tato intolerance diagnostikována u 20 % Evropanů a obyvatel Severní Ameriky. Ještě vyšší prevalence je u Afričanů a Asijců.“⁵⁴ Západní spotřebitele řeší problém tím, že substituují živočišné mléko rostlinným.

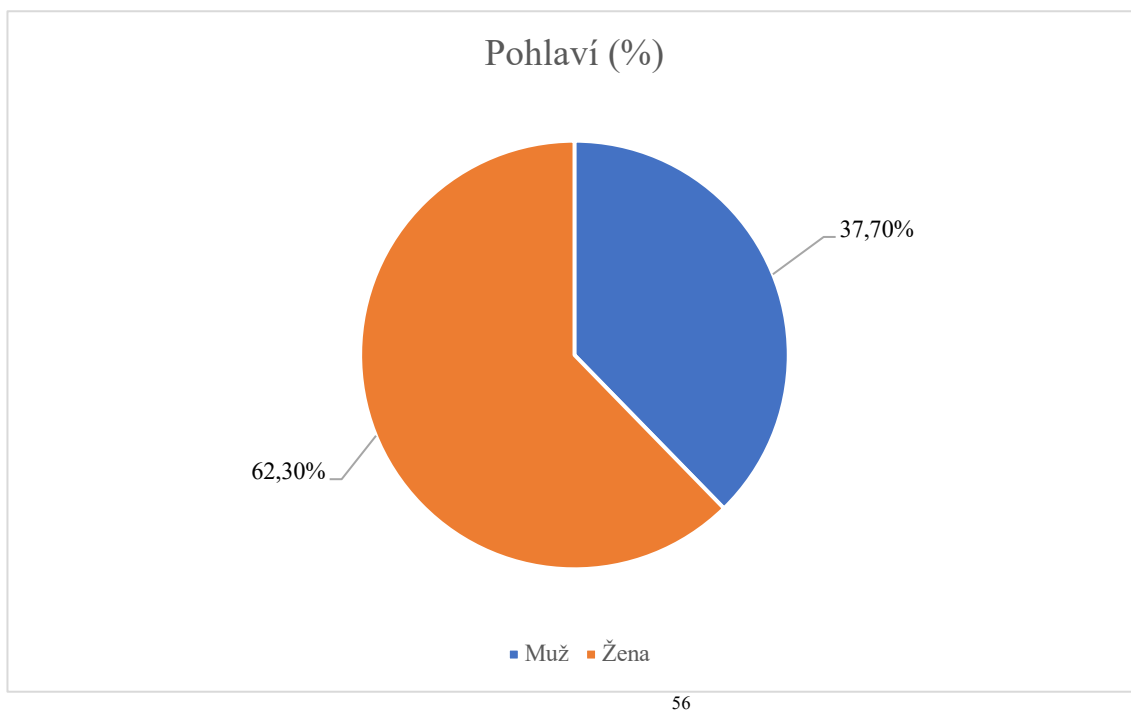
Existuje různé druhy rostlinného mléka: sójové, mandlové, rýžové, kokosové, ovesné, konopné, makové, pistáciové a kešu mléko. S konzumací těchto nápojů je spojena řada omezení. Odborníci nedoporučují pít sójové mléko několikrát denně, protože jsou v něm oproti nezpracovaným pokrmům (fazole edamame, tempeh, nebo sójové oříšky) koncentrovanější sójové bílkoviny. Doporučují kontrolovat, jestli v mandlovém mléce je větší obsah mandlí než 10 % až 12 %, pokud ano, tak to znamená, že v produktu je příliš mnoho kalorií. U rýžového mléka je nutné sledovat obsah cukru.⁵⁵

Mnoho lidí, kteří z různých důvodů substituují mléko živočišného původu rostlinným, o těchto opatřeních ani nevědí a konzumují je jen kvůli trendům a reklamě. U odborníků neexistuje jednotný názor na tuto problematiku, a dnešní výzkumy nemohou dát přesnou odpověď, jestli je rostlinné mléko dobrým substitutem mléka živočišného. Každý jedinec má při nákupu rozdílné preference.

^{54,31} Rostlinné nápoje s luštěninami a obilovinami. *Bezpecnostpotravin.cz* [online]. 27.3.2008 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.bezpecnostpotravin.cz/roslinne-napoje-s-lusteninami-a-obilovinami.aspx>

4.7 Marketingový průzkum

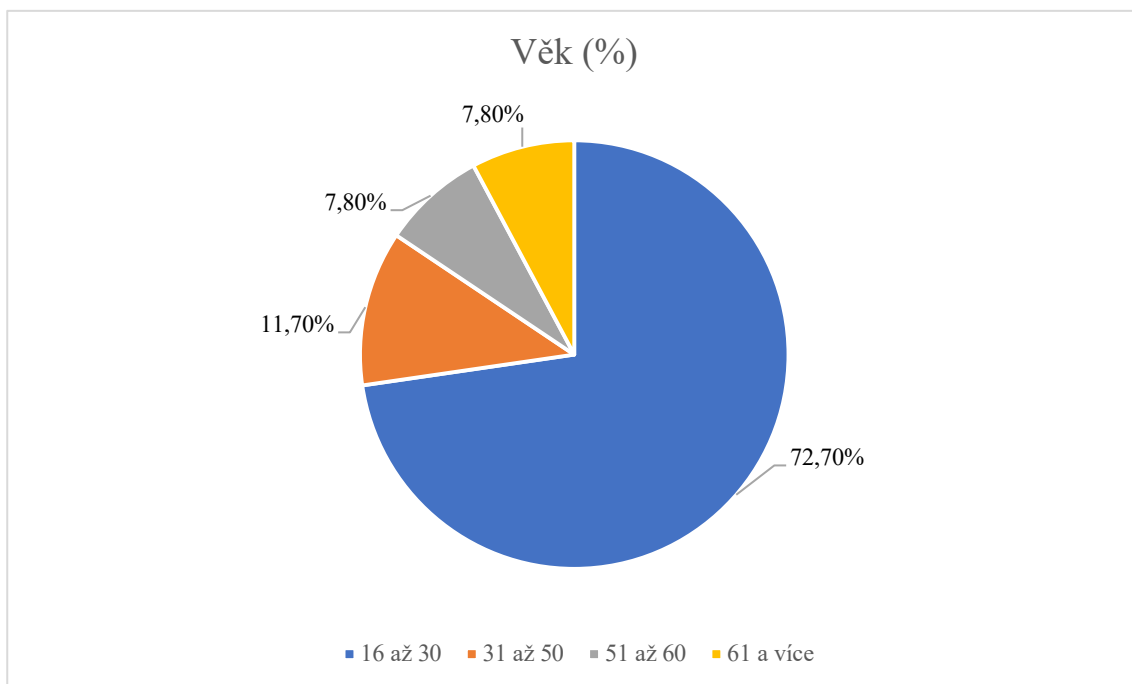
Tato kapitola se zaměřuje na výzkum preferencí spotřebitelů ve vztahu k nákupu mléčné produkce. Prostřednictvím výsledků dotazníku, který jsem vytvořila na survio.com, jsem chtěla podpořit argumenty představené v dřívějších částech práce. Důležité otázky, na které jsem se respondentů ptala, byly: „Jaký podíl ve výdajích za potraviny mají mléčné výrobky?“ „Pijete rostlinné mléko? Z jakého důvodu?“ Má na nákup vliv reklama a dnešní trendy?“ „Pijete biomléko?“ Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 78 lidí, a to v podílu 48 žen a 29 mužů. (graf č. 11).



Graf 11 Pohlaví (%)

Věková struktura byla rozdělená do čtyř kategorií (graf č. 12). Nejvíce zastoupená kategorie byla 16 až 30 let, která tvořila 72,7 % (56 dotazovaných). Další skupina byla věku 31 až 50 let (11,7 %) a poslední dvě skupiny (51 až 60 let, 61 a více let) byly zastoupeny ve stejném poměru 7,8 %.

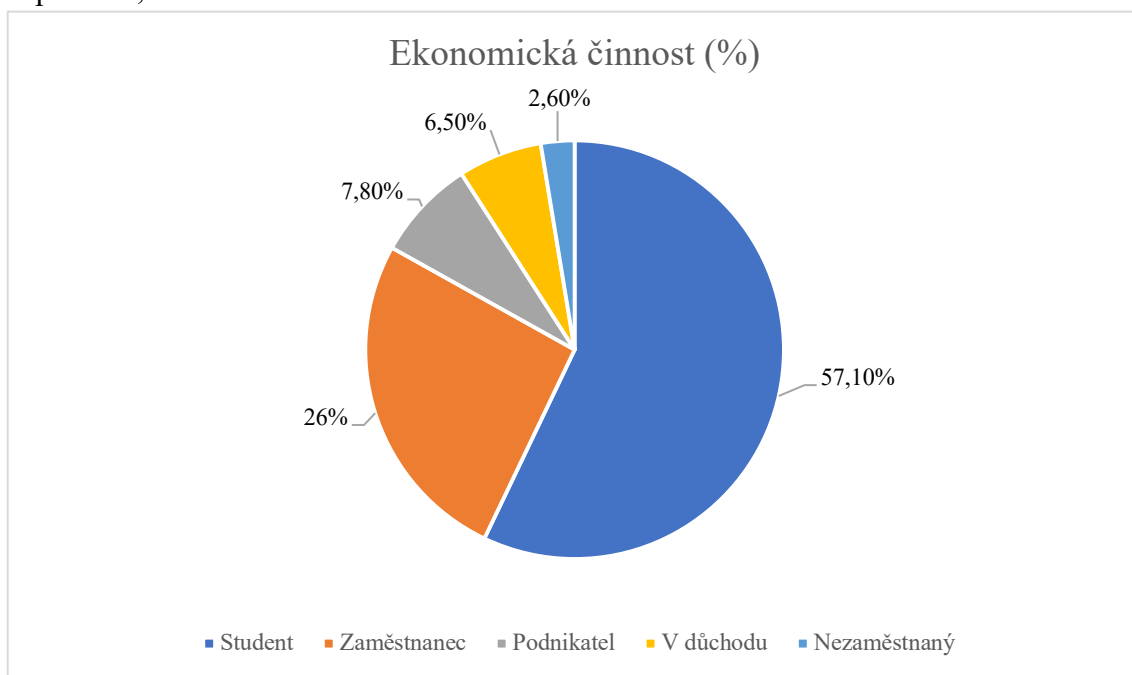
⁵⁶ Survio.com, vlastní zpracování



57

Graf 12 Věk (%)

Další otázka, na kterou byli respondenti tázáni, se týkala jejich ekonomické činnosti (graf č. 13). Více než polovina dotazovaných odpovědělo, že jejich hlavní činností je studium (57,1 %). Další velkou část tvořili zaměstnaní respondenti (26 %). Odpověď „podnikatel“ zvolilo 6 lidí, což je 7,8 %. Položku „v důchodu“ vybralo jen 5 lidí (6,5 %), a nezaměstnaných bylo pouze 2,6 %.



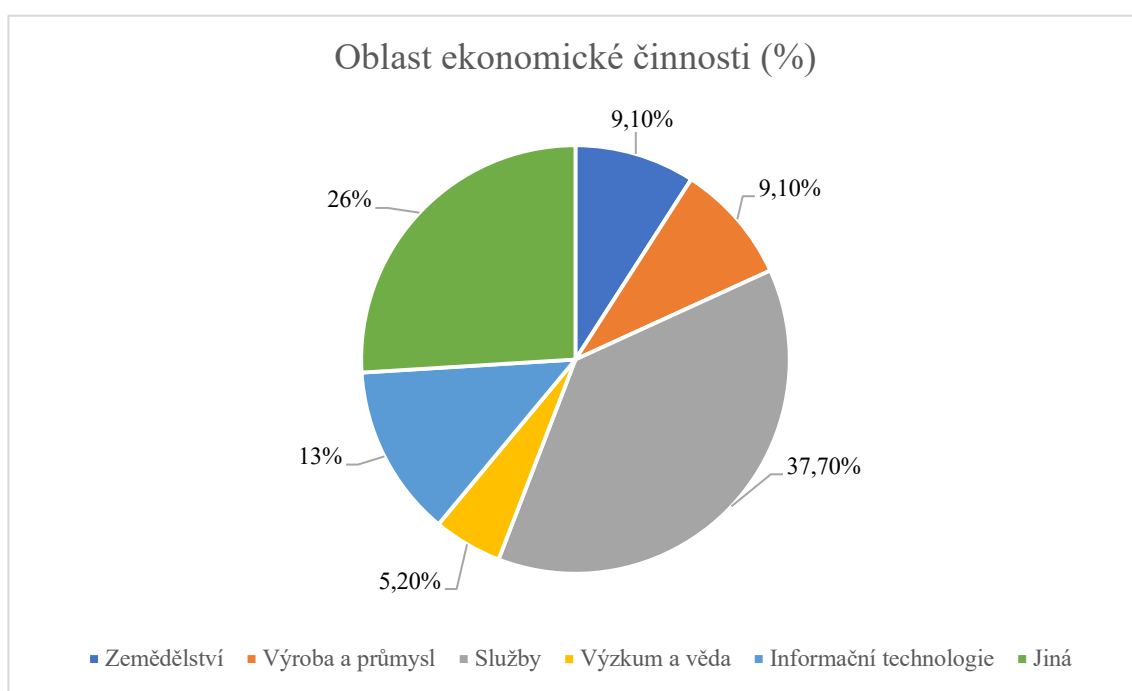
58

Graf 13 Ekonomická činnost (%)

^{57,58} Survio.com, vlastní zpracování

Respondenti byli dále dotazováni, na jakou oblast je zaměřena jejich ekonomická činnost (graf č. 14). „Zemědělství“ zvolilo 7 lidí, „výrobu a průmysl“ také 7 lidí, „služby“ vybralo 29 respondentů, „výzkum a vědu“ 4 dotazovaní, „informační technologie“ 10 lidí a položku „jiná“ vybralo 20 lidí. Dále jsem prostudovala jednotlivé odpovědi, a dozvěděla jsem se, že největší počet studentů za oblast své ekonomické činnosti považuje „služby“ (16 lidí), na druhém místě je položka „jiná“, kterou vybralo 11 studentů, na třetím místě je zastoupená odpověď „IT“ (8 lidí) a na čtvrtém je „zemědělství“ (6 lidí).

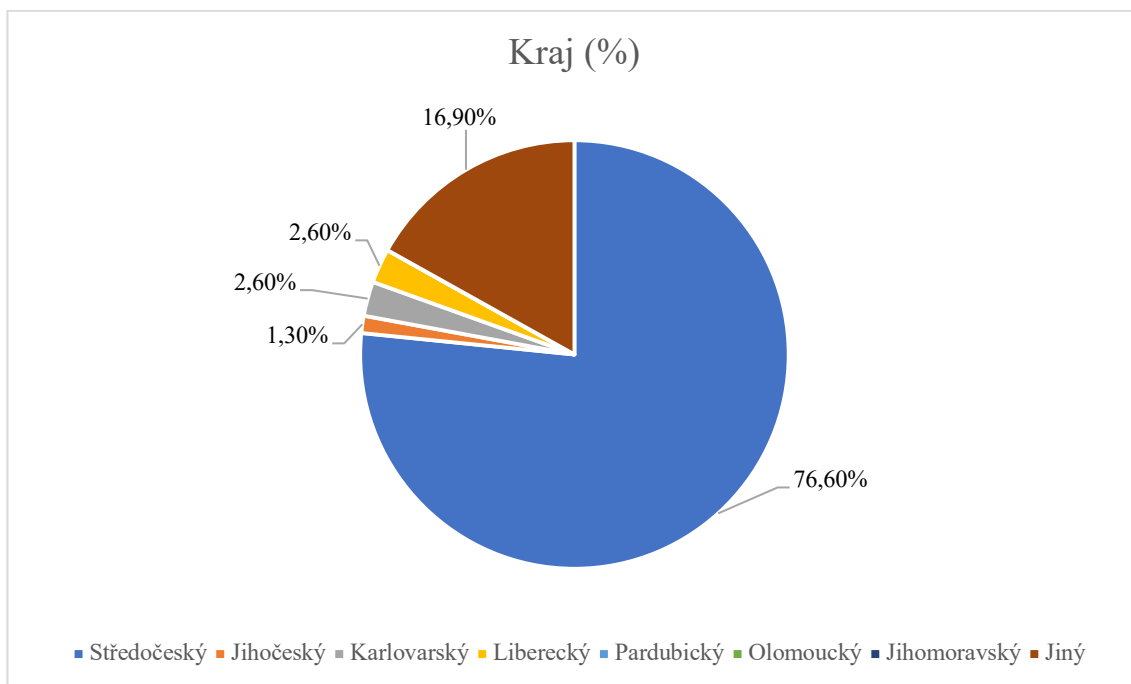
Většina zaměstnaných respondentů odpovědělo, že pracuje v oblasti služeb. Ve stejném poměru je zastoupená „výroba a průmysl“, „výzkum a věda“ a „IT“ (po dvou lidech). Podnikatelé, kteří se zúčastnili tohoto dotazníku, provozují svou činnost v oblasti služeb.



Graf 14 Oblast ekonomické činnosti

⁵⁹ Survio.com, vlastní zpracování

Respondenti byli dále rozděleni podle bydliště (graf č. 15). Ve Středočeském kraji bydlí 59 respondentů, v Karlovarském kraji a Libereckém kraji v každém dva respondenti, v Jihočeském kraji jeden respondent, ostatní zvolili odpověď "jiný".

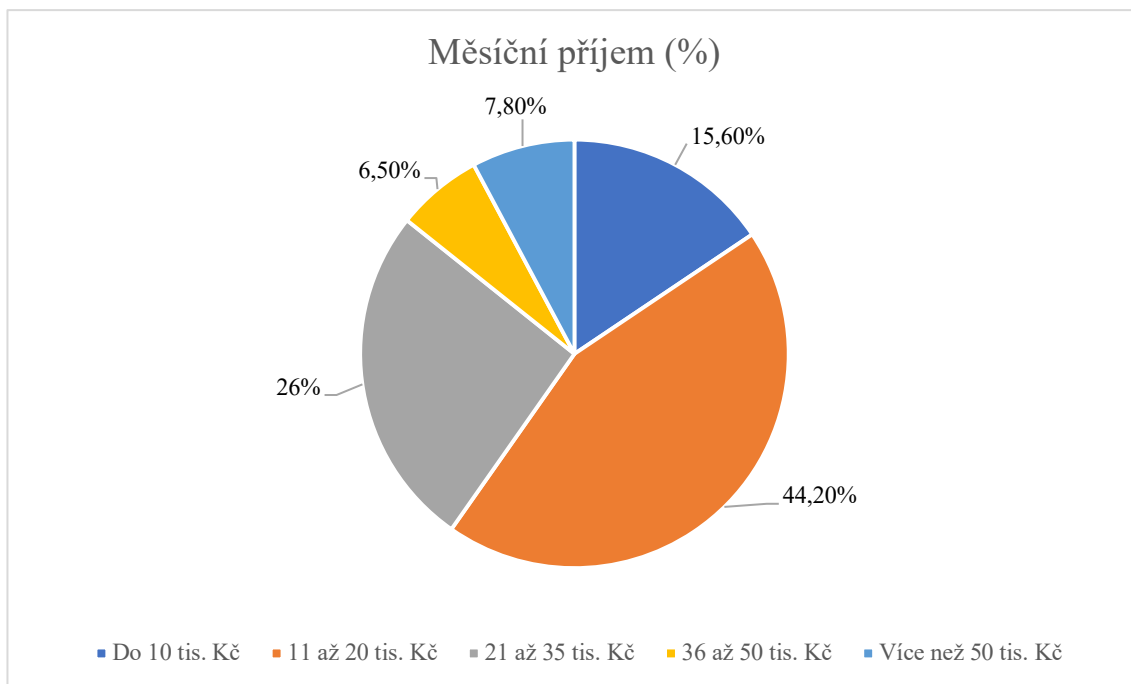


Graf 15 Kraj (%)⁶⁰

Abychom zcela pochopili zkoumanou problematiku a dozvěděli se, kolik lidé utrácení peněz za mléčnou produkci, bylo nejdříve třeba zjistit měsíční příjem respondentů, počet členů v jejich domácnostech, a také podíl celkových útrat za potraviny z příjmu.

Měsíční příjem většiny respondentu se pohybuje kolem 11 až 20 tis. Kč (graf č. 16). Nejvíce tuto skupinu zastupují studenti, kteří pracují v oblasti služeb, IT a jiné. Tuto odpověď také zvolili zaměstnaní, kteří pracují v oblasti služeb. Do 10 tis. Kč mají příjem studenti, kteří pracují v oblasti služeb nebo v ostatních oblastech („jiná“ oblast). Příjem 21 až 35 tis. Kč mají studenti a zaměstnaní, kteří pracují v oblasti IT a zemědělství. Příjem více než 50 tis. Kč v rámci tohoto šetření mají jen podnikatelé.

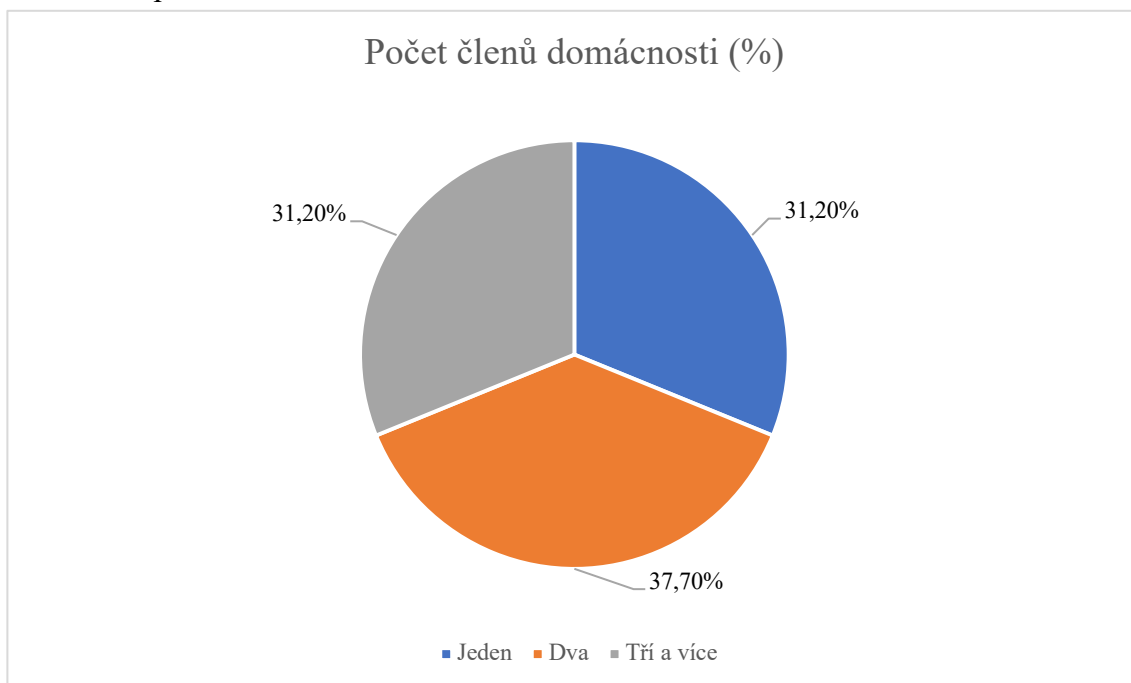
⁶⁰ Survio.com, vlastní zpracování



61

Graf 16 Měsíční příjem (%)

Na otázku „Kolik členů je ve vaší domácnosti?“ (graf č. 17) respondenti odpověděli skoro ve stejném poměru: 24 dotazovaných odpovědělo, že jejich domácnost tvoří jen jeden člověk, 29 lidí odpovědělo, že jejich domácnosti mají dva členy a položku „tří a více“ členů vybralo 24 respondentů.

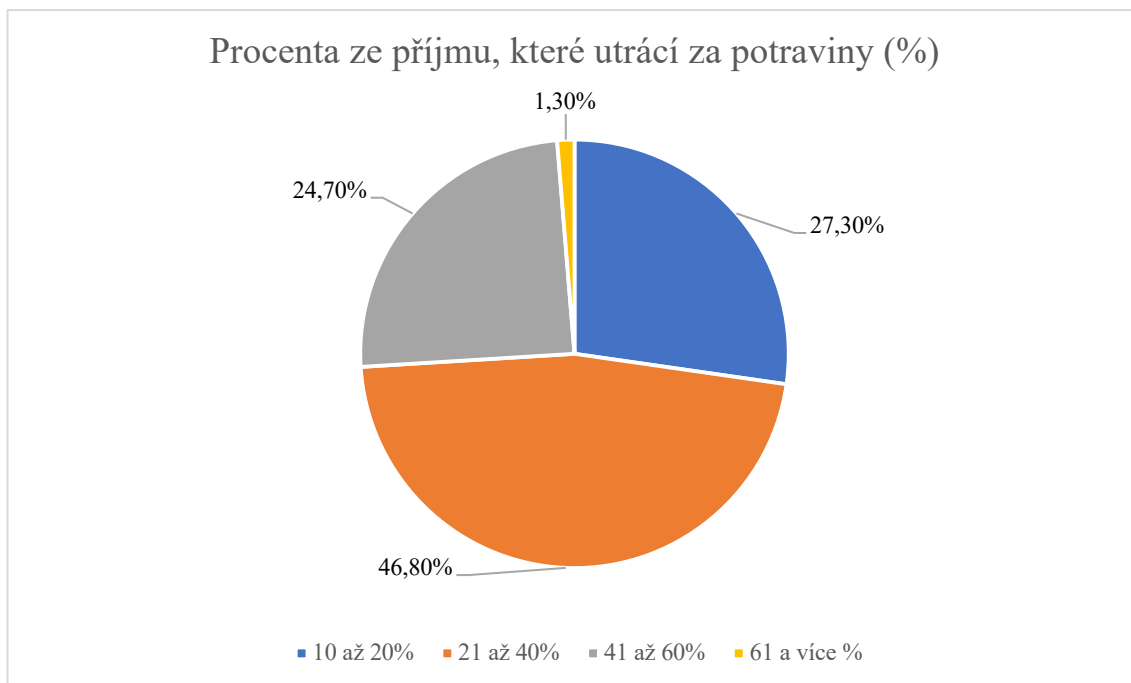


62

Graf 17 Počet členů domácnosti (%)

^{61,62} Survio.com, vlastní zpracování

Na otázku „Kolik procent přibližně utrácíte za potraviny?“ (graf č. 18) měli dotazovaní čtyři varianty odpovědí. Většina respondentů za potraviny utrácí 21 % až 40 % (36 lidí), další velkou skupinu tvoří lidé, kteří utrácí 10 % až 20 %, 41 % až 60 % utrácí 19 respondentů a pouze jeden respondent utrácí více než 61 %.



63

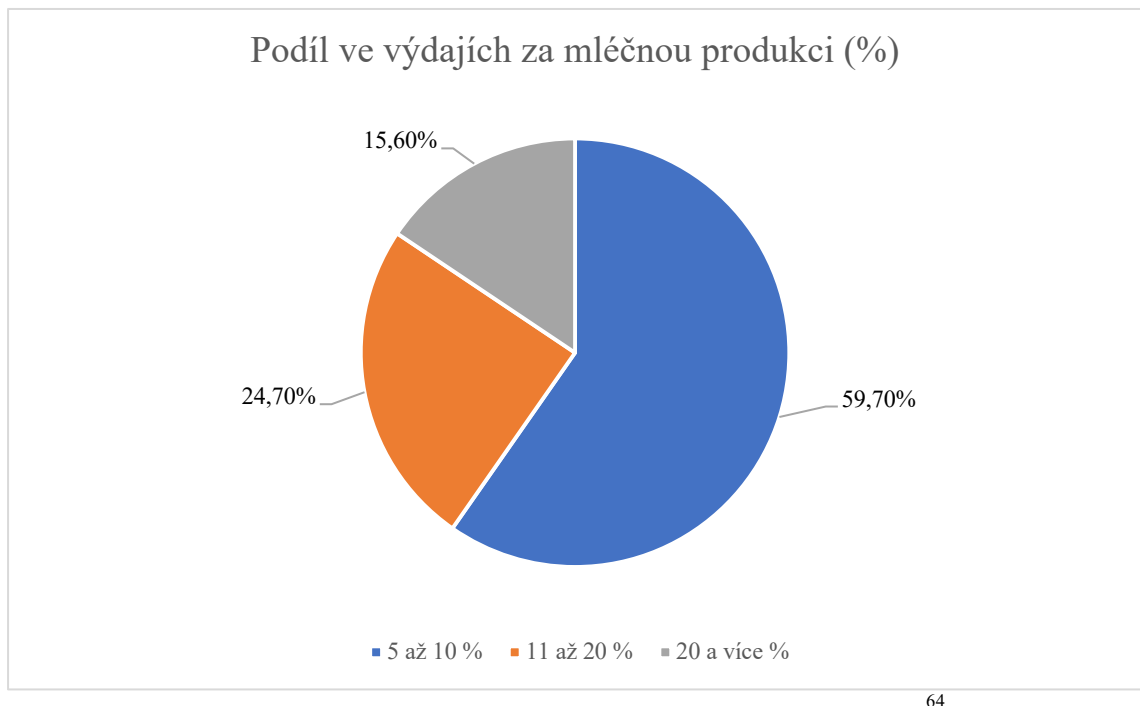
Graf 18 Procenta ze příjmu, které utrácí za potraviny

Další otázky se budou bezprostředně týkat mléčné produkce, její spotřeby a preference spotřebitelů v oblasti nákupu této produkce. První otázkou, která se zaměřuje na spotřebu mléka, je „Jaký podíl ve výdajích za potraviny mají mléčné výrobky?“ (graf č. 19). Respondenti měli na výběr tři odpovědi. Skoro polovina z dotazovaných vybrala odpověď 5 % až 10 % (46 lidí). Devatenáct lidí utrácí za mlékárenskou produkci 11 % až 20 %, ostatní odpověděli, že podíl jejich výdajů tvoří více než 20 %.

Abychom lépe pochopili vztah mezi spotřebou potravin a spotřebou mléčné produkce, porovnávala jsem dvě poslední otázky s jednotlivými odpověďmi. Postupně jsem vytvořila několik skupin. První z nich tvoří lidé, kteří utrácí za potraviny 10 % až 20 %. Jedenáct z nich odpovědělo, že z toho za mlékárenské výrobky utrácí 5 % až 10 %, dalších sedm respondentů odpovědělo, že utrácí 11 % až 20 % a čtyři lidi vybrali variantu, že za mléčnou produkci utrácí více než 21 %. Dále je zajímavé, že ve skupině, která dává za potraviny 21 % až 40 %, naprostá většina respondentů odpověděla, že za mléčné výrobky utrácí jenom 5 % až 10 % (27 lidí). Pouze pět dotazovaných utrácí více než 21 %. Ve třetí skupině jsou lidé, kteří dávají za

⁶³ Survio.com, vlastní zpracování

potravin 41 % až 60 %. Osm z nich utrácí 5 % až 10 %, devět dává 11 % až 20 % a pouze dva více než 21 %. Poslední respondent, který utrácí za potraviny více než 61 %, odpověděl, že za mléčnou produkci dává více než 21 %.



64

Graf 19 Podíl ve výdajích za mléčnou produkci (%)

Na otázku „Považujete mléčné výrobky živočišného původu za zdravé potraviny?“ (graf č. 20) odpovědělo 58 respondentů, že ano, ostatních 19 odpovědělo, že ne.

⁶⁴ Survio.com, vlastní zpracování



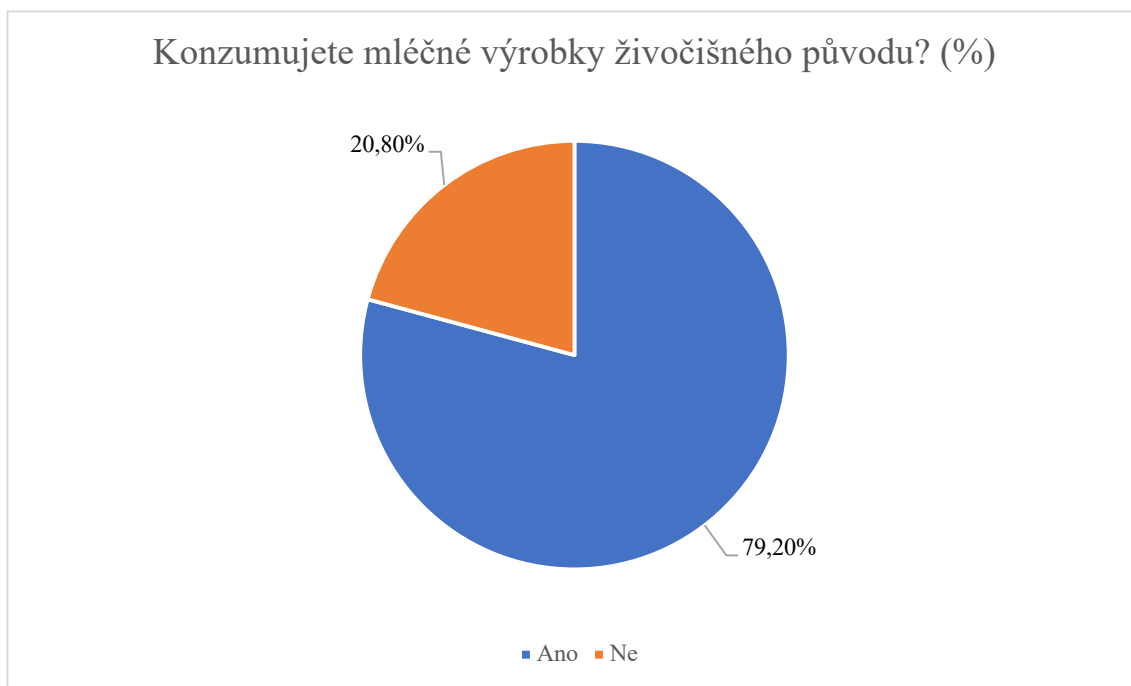
65

Graf 20 Považujete mléčné výrobky živočišného původu za zdravé potraviny? (%)

Další otázku, na níž jsem chtěla znát odpověď, je souvislost mezi tím, že respondenti nepovažují mléčné výrobky živočišného původu za zdravé a spotřebou těchto výrobků. Z jedenácté otázky jsem zjistila, že mlékárenskou produkci živočišného původu konzumuje jen 61 respondentů, 16 ji nekonzumuje.

Následně jsem přečetla jednotlivé odpovědi na tyto dvě otázky, a zjistila, že většina respondentů, kteří produkci považují za zdravou, ji konzumují, a ti, kteří ji za zdravou nepovažují, ji nekonzumují. Také se ale vyskytuje výjimka. Sedm lidí, kteří si myslí, že mléčná produkce živočišného původu není zdravá, ji přesto konzumuje. Čtyři dotazovaní, kteří odpověděli, že mléčná produkce je zdravá, ji nekonzumují. Příčiny této skutečnosti budou popsány v následující otázce

⁶⁵ Survio.com, vlastní zpracování



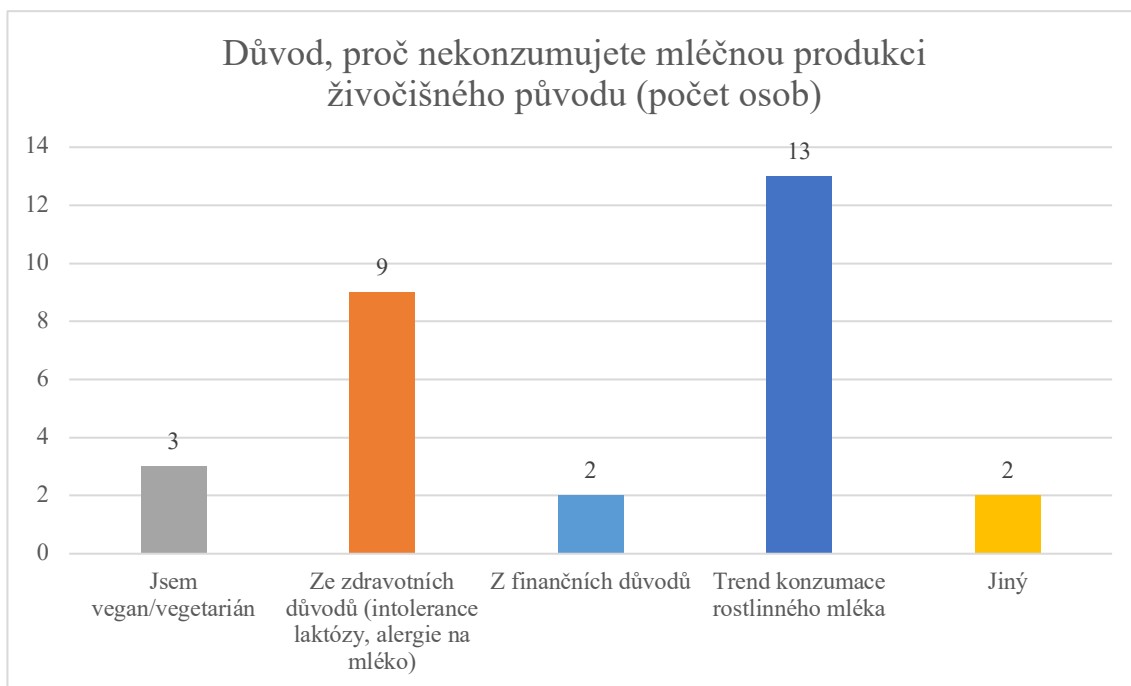
66

Graf 21 Konzumujete mléčné výrobky živočišného původu? (%)

Na následující otázku (graf č. 22) mohli odpovědět i ti lidé, kteří mléčnou produkci živočišného původu konzumují, protože jsem se chtěla dozvědět, jestli vegetariáni konzumují živočišné mléčné výrobky, a jestli jsou lidé, kteří sledují trendy týkající se rostlinného mléka.

Celkem dotazník vyplnili tři vegetariáni, přičemž všichni z nich konzumují mléko živočišného původu. Další skupinu tvořili respondenti, kteří mléčnou produkci živočišného původu nekonzumují ze zdravotních důvodů (9 lidí), jeden z nich odpověděl, že ji nahrazuje rostlinným mlékem. Dva respondenti odpověděli, že nekonzumují živočišnou produkci z finančních důvodů. Dva dotazovaní zvolili položku "jiný" a jako důvod uvedli: "nechutná mi to", "nelíbí se mi". Zajímavou tendencí je to, že 13 lidí vybralo odpověď „trend konzumace rostlinného mléka“. Čtyři z nich na předchozí otázku odpověděli, že mléko živočišné produkce nekonzumují. Kvůli tomu, že na tuto otázku bylo možné zvolit několik odpovědi, lze říci, že tři lidé, kteří zvolili odpověď „trend konzumace rostlinného mléka“ a nemají k tomu zdravotní důvody, preferují rostlinné mléko před živočišným z osobních důvodů. Ostatní zvolili tuto odpověď bez ohledu na to, jestli živočišnou mléčnou produkci konzumují.

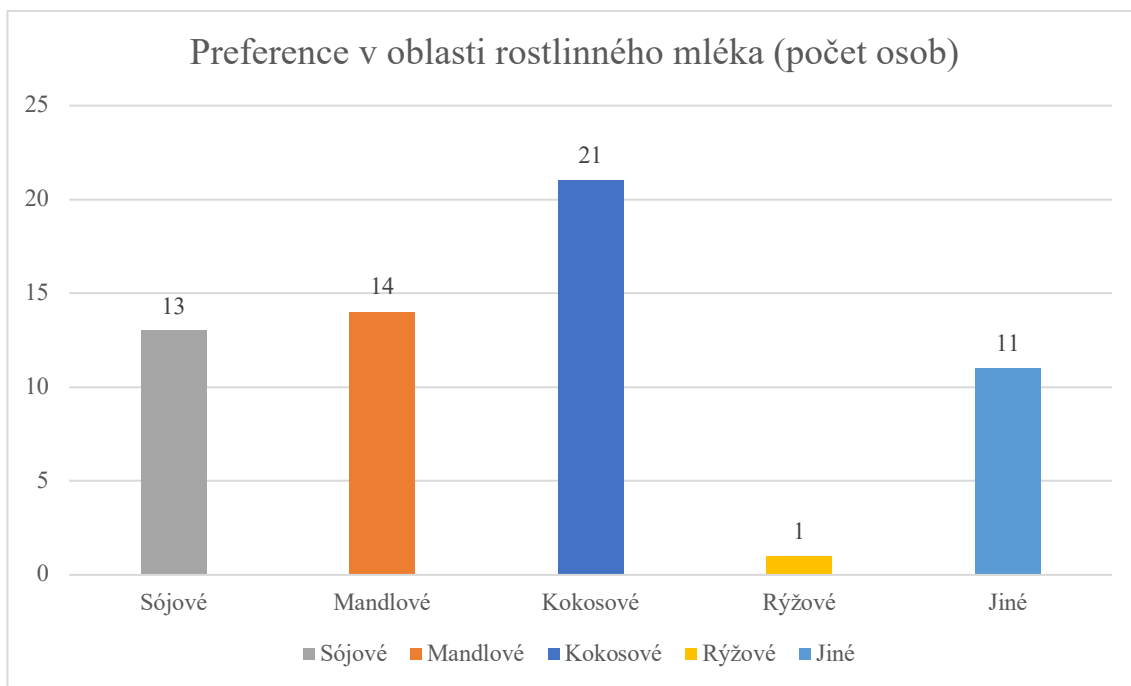
⁶⁶ Survio.com, vlastní zpracování



Graf 22 Důvod, proč nekonzumujete mléčnou produkci živočišného původu (počet osob)⁶⁷

Třináctá otázka také nebyla povinnou a odpovědělo na ní 60 respondentů (graf č. 23). Touto otázkou jsem chtěla zjistit, jaké rostlinné mléko dotazovaní preferují. Respondenti měli na výběr pět variant odpovědí. Kokosové mléko preferuje více než třetina respondentů (35 %, tedy 21 lidí). Mandlové mléko vybralo 14 lidí a sójové mléko 13 lidí. Rýžové mléko konzumuje z dotazovaných pouze 1 člověk. Ostatních 11 lidí zvolilo odpověď „jiné“. Z počtů respondentů je dobře vidět, že dnešní trend konzumace mléčné produkce rostlinného původu má rostoucí tendenci a zájemců o tuto oblast je hodně. Tento trend nepochybně ovlivňuje spotřebu mléka živočišného původu.

⁶⁷ Survio.com, vlastní zpracování

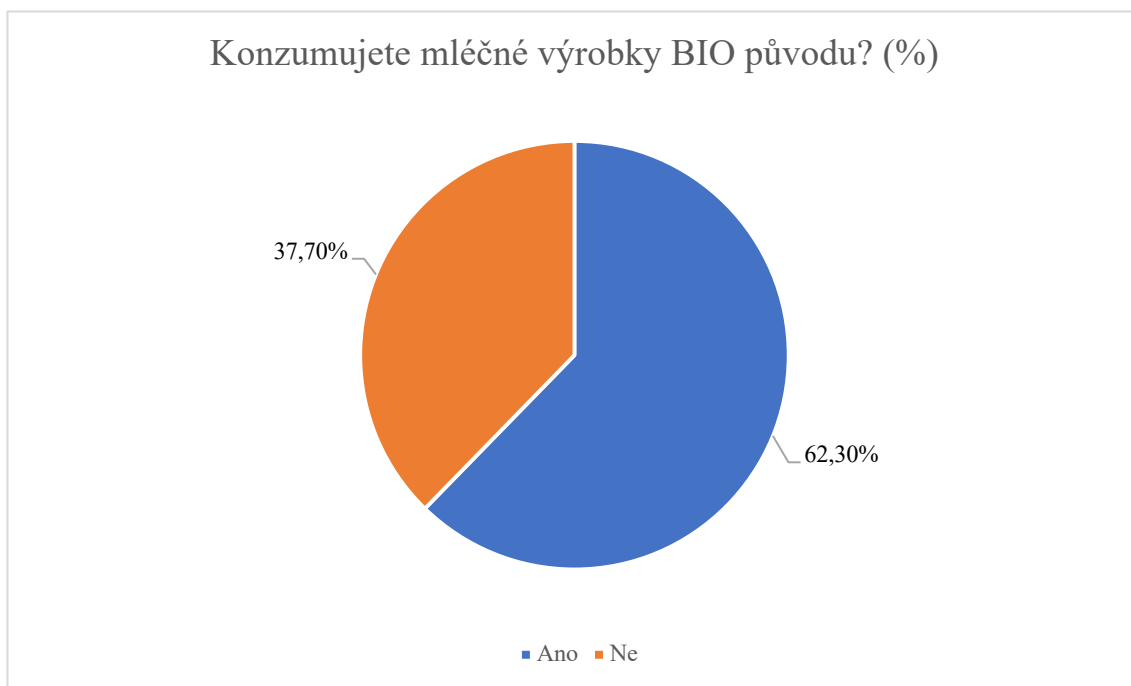


68

Graf 23 Preference v oblasti rostlinného mléka (počet osob)

V kapitole 4.5.1 byla vypracována tabulka, ze které je vidět rostoucí trend spotřeby biopotravin. Spotřeba mléka stále zůstává na druhém místě ve srovnávání se spotřebou ostatních bioproduktů. Prostřednictvím této otázky jsem se chtěla dozvědět, jestli opravdu mají lidé zájem o mléčnou produkci BIO původu (graf č. 24). Dotazníkový výzkum potvrdil výše uvedenou statistiku. Více než polovina respondentů na otázku „Konzumujete mléčné výrobky BIO původu?“ odpověděli, že ano (48 lidí). Ostatní odpověděli, že ne. Odpověď „ne“ lze také vysvětlit s přihlédnutím k tabulce uvedené v kapitole 4.5.1. V této tabulce jsem zpracovala a popsala údaje o podílu spotřeby biopotravin na celkové spotřebě, a je možné sledovat, že spotřeba dodnes nepřekračuje 2 %.

⁶⁸ Survio.com, vlastní zpracování

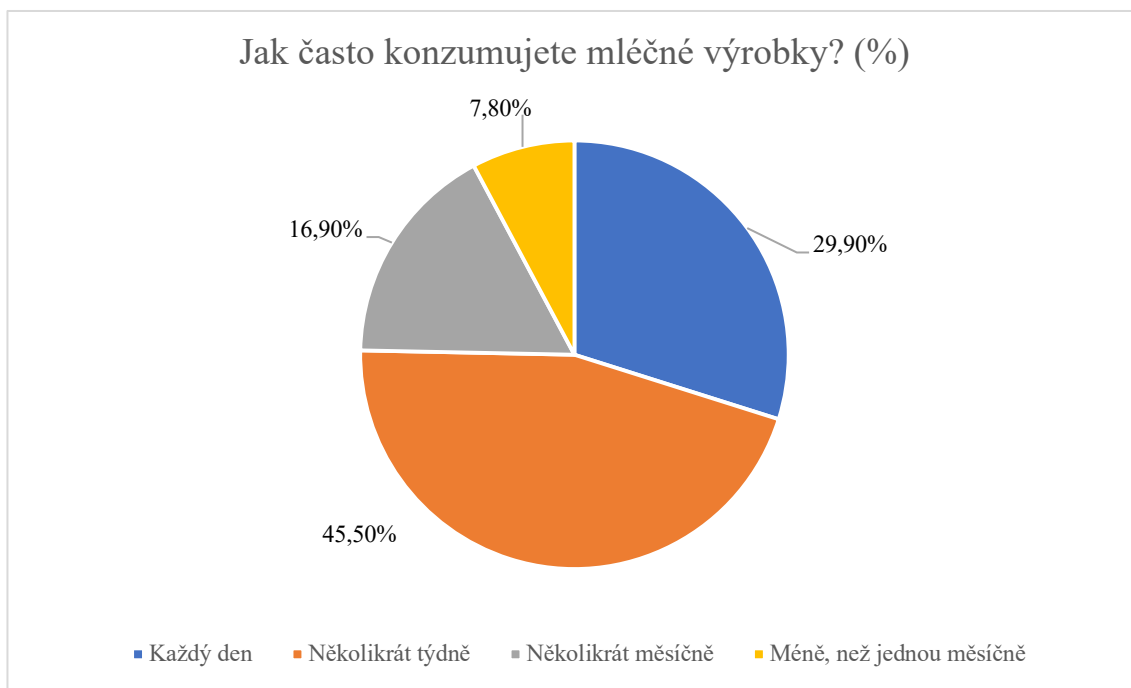


69

Graf 24 Konzumujete mléčné výrobky BIO původu? (%)

Další otázky se týkají spotřeby nejen mléčné produkce živočišného původu, ale i rostlinného původu a bezlaktóзовého mléka. V patnácté otázce dotazníku byli respondenti dotazováni na to, jak často konzumují mléčné výrobky (graf č. 25). Odpovědi jsou rozloženy v poměru: „každý den“ 23 lidí, „několikrát týdně“ 35 respondentů, „několikrát měsíčně“ 13 respondentů a „méně než jednou měsíčně“ 6 respondentů. Ti, kteří vybrali odpověď „méně než jednou za měsíc“, jsou zároveň těmi, kteří před tím odpovídali, že nekonzumují mléčné výrobky, nepovažují je za zdravé a většina z nich má zdravotní potíže spojené s konzumací mlékařenských produktů. Variantu „každý den“ vybrali dotazovaní, kteří nemají zdravotní potíže, považují mléko živočišného původu za zdravé a občas pijí i rostlinné mléko a mléko BIO původu. Ostatní odpovědi jsou závislé jen na osobních preferencích zkoumaných.

⁶⁹ Survio.com, vlastní zpracování



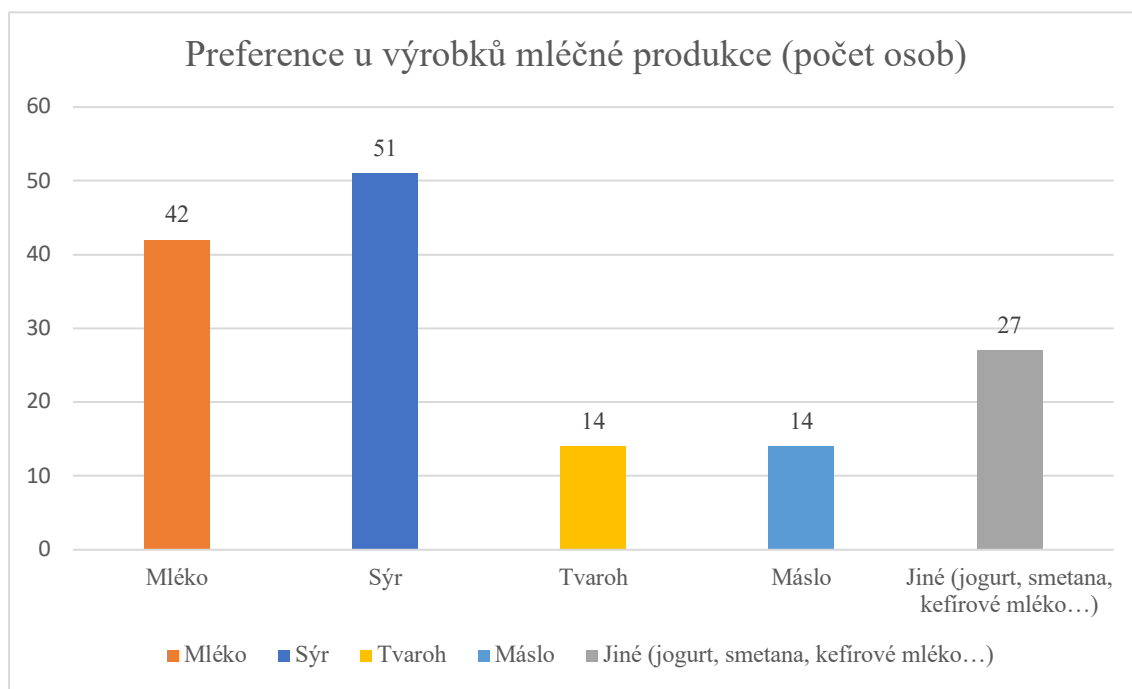
70

Graf 25 Jak často konzumujete mléčné výrobky? (%)

Dále bylo důležité se dozvědět, jaký druh výrobků mléčné produkce respondenti nejvíce preferují (graf č. 26). V této otázce dotazování mohli vybrat několik odpovědí, na výběr měli mléko; sýr; tvaroh; máslo; a jiné (jogurt, smetana, keřirové mléko...)

V kapitole 4.2.2 jsem stručně popsala vývoj poptávky po jednotlivých mléčných výrobcích. Pomocí této otázky jsem chtěla potvrdit, že statistika ve výše popsané kapitole odpovídá skutečnosti. Důležitým zde byl vztah mezi spotřebou mléka a sýru. Výsledky dotazníkového šetření prokázaly, že respondenti preferují více sýr (66,2 %) nežli mléko (54,5 %). S ohledem na to, že v grafu, který byl představen v kapitole 4.2.2, je spotřeba mléka větší než spotřeba sýru, dá se říct, že pouze ti respondenti, kteří vyplňovali tento dotazník směřují své preference k sýru, ale v celostátním měřítku je poptávka po sýru nižší než poptávka po mléku.

⁷⁰ Survio.com, vlastní zpracování



71

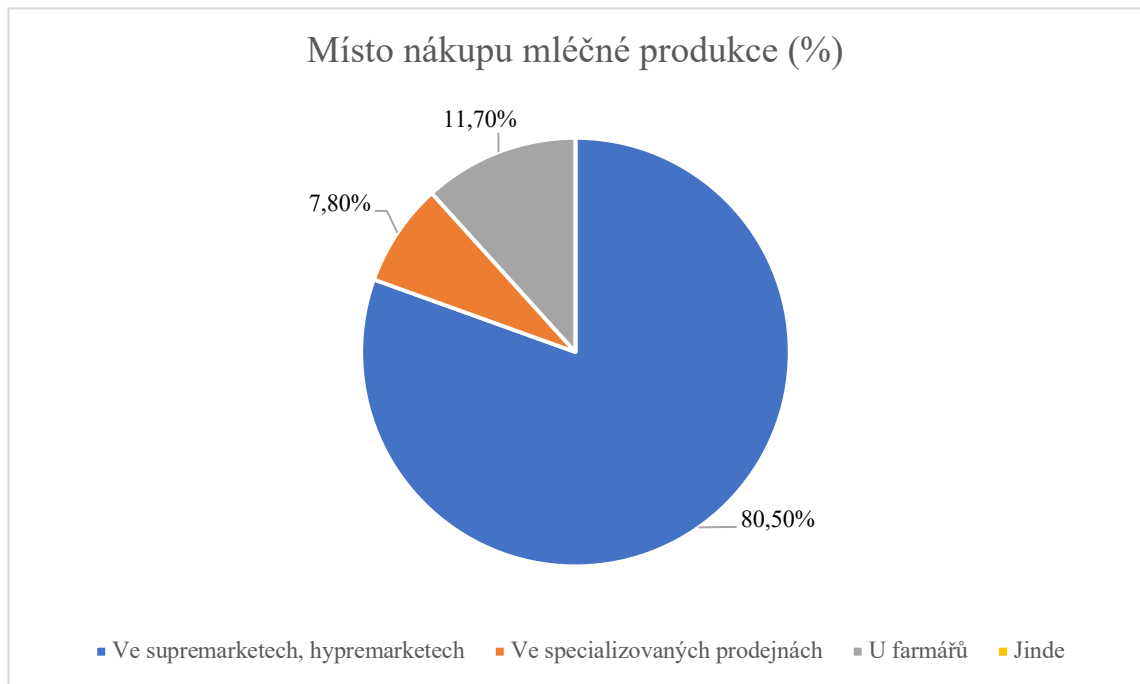
Graf 26 Preference u výrobků mléčné produkce (počet osob)

Sedmnáctá otázka se zaměřovala na identifikaci míst, kde respondenti nejčastěji mléčnou produkci nakupují (graf č. 27). Respondenti měli na výběr několik možností: nákup v supermarketech/hypermarketech, v specializovaných prodejnách, u farmářů anebo jinde. Z grafu níže je možné vidět, že skoro všichni dotazovaní chodí na nákup do supermarketu nebo hypermarketu (80,5 %). Ostatní odpovědi byly označovány méně často. Nákupy u farmářů realizuje 9 lidí ze 78 dotazovaných, 6 respondentů vybralo odpověď „ve specializovaných prodejnách“. Ani jeden respondent nezvolil odpověď „jinde“. Velký počet deklarovaných nákupů v supermarketech či hypermarketech lze vysvětlit tím, že největší počet dotazovaných bydlí ve velkých městech. Jak je známo, ti, kteří žijí v současnosti ve velkých městech preferují nákup ve prodejnách s velkým rozsahem a velkou nabídkou sortimentu. Jsou ale také obyvatelé, kteří rádi nakupují ve specializovaných prodejnách. Co se týká mléčné produkce, tak specializované prodejny jsou více orientovány na prodej výrobků s vyšší přidanou hodnotou, tedy např. na sýry či máslo. S ohledem na to, že poptávka po mléku je vyšší než poptávka po sýrech, jogurtech, máslu apod., je zřejmé, že z celkového hlediska mléčnou produkci častěji nakupují v supermarketech.

Pro úplné pochopení problematiky ohledně této otázky je třeba zmínit to, že mléčná produkce BIO původu, mléčná produkce rostlinného původu a mléčná produkce živočišného původu se nacházejí nejčastěji každá v různých částech prodejny. Bez ohledu na to, že najít

⁷¹ Survio.com, vlastní zpracování

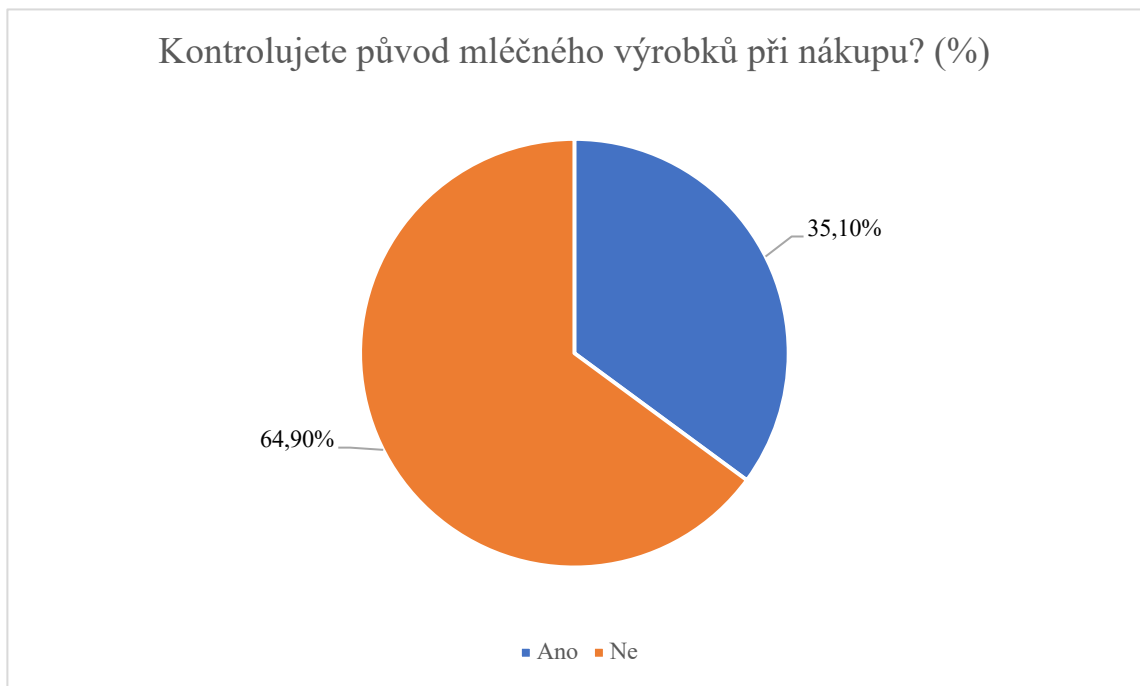
rostlinné mléko a BIO mléko je někdy náročnější než živočišné, spotřeba těchto obou výrobků každoročně roste.



Graf 27 Místo nákupu mléčné produkce (%)

V následující otázce byli respondenti dotazováni, jestli při nákupu kontrolují označení země původu mléčných výrobků (graf č. 28). Z výsledků výzkumů je možné zjistit, že více než polovina (64,9 %) dotazovaných nemá zájem o původ výrobků. Těch, které se o to zajímají, je mnohem méně. Důležité je zmínit to, že velký počet mléčných výrobků se dováží do České republiky z EU. Převážně se importují výrobky s vyšší přidanou hodnotou, BIO produkty a rostlinné mléko. Respondenti buď před nákupem už vědí, že nakupují importované zboží, anebo to nevědí, ale nezajímá je to.

⁷² Survio.com, vlastní zpracování

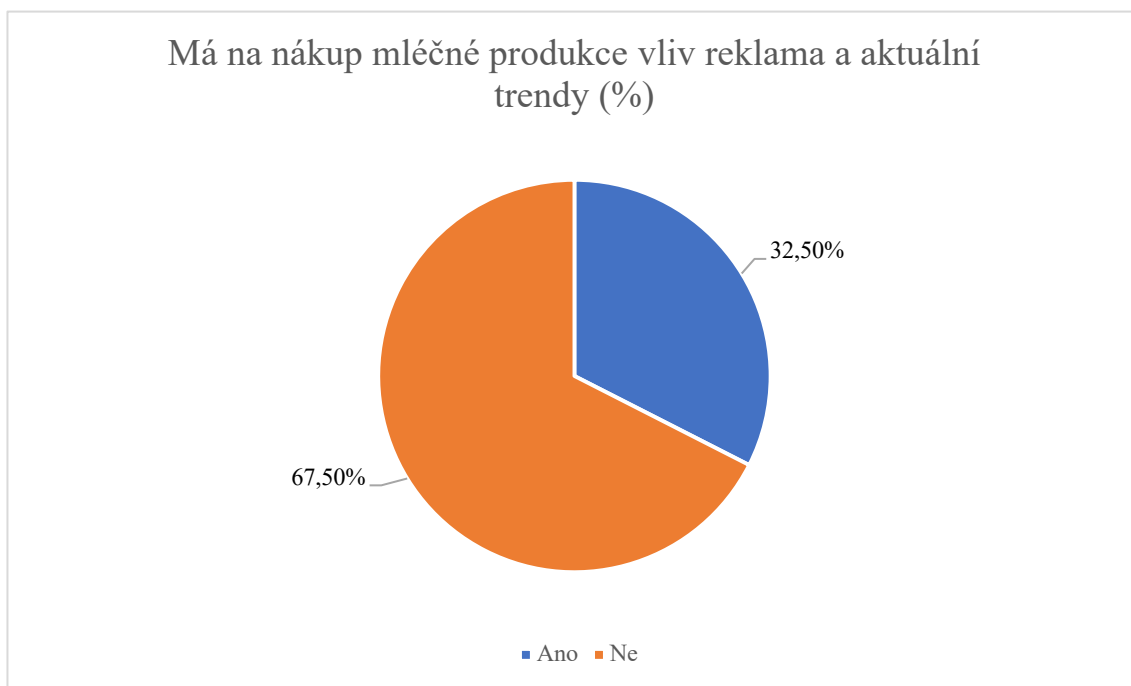


73

Graf 28 Kontrolujete původ mléčného výrobků při nákupu? (%)

V kapitolách 4.5 a 4.6 byl popsán dnešní trend konzumace BIO produkce a rostlinného mléka. Z odpovědí z dotazníkového šetření už víme, že spotřeba BIO produkce a rostlinného mléka je poměrně vysoká. V devatenácté otázce jsem chtěla zjistit, jestli na tuto vysokou poptávku mají vliv aktuální trendy a reklama (graf č. 29). V grafu níže je procentuální rozdělení odpovědí ANO/NE na tuto otázku. Vidíme, že 52 respondentů odpovědělo, že na jich nákup v oblasti mlékárenské produkce nemají vliv aktuální trendy a reklama. Tito lidé se řídí při nákupu svými vlastními názory a preferencemi. Dvacet pět zkoumaných ale vybralo souhlasnou odpověď, která potvrzuje, že při nákupu berou v úvahu dnešní trendy.

⁷³ Survio.com, vlastní zpracování

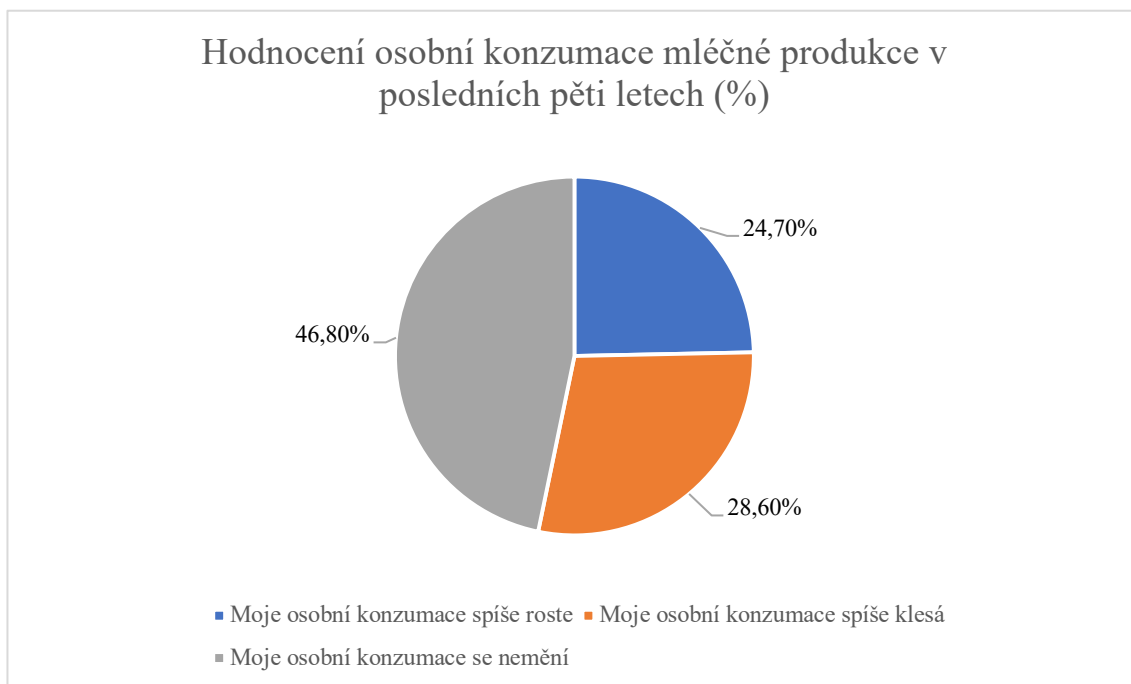


74

Graf 29 Má na nákup mléčné produkce vliv reklama a aktuální trendy (%)

V rámci poslední otázky dotazníkového šetření jsem chtěla zjistit, jak respondenti hodnotí svou poptávku po mléčné produkci v průběhu posledních pěti let (graf č. 30). Největší zastoupení má odpověď, že konzumace se během pěti posledních let nemění. Tuto variantu vybralo 36 zkoumaných což je 46,8 %. Dvacet dva dotazovaných odpovědělo, že jejich konzumace mléčné produkce spíše klesá. Pouze 19 lidí ze 78 zvolilo odpověď, že jejich konzumace v posledních letech roste. Zde musíme vzít v úvahu hned několik dříve zmíněných informací. Vývoj nabídky byl v posledních pěti letech stabilní, ale ceny zemědělských výrobců za mléčné produkty v poslední době vzrůstají. Rostoucí ceny zemědělských výrobců pak vyvolávají růst cen průmyslových výrobců, a následně i spotřebitelských cen. S ohledem na tyto podmínky je zřejmé, že někteří spotřebitelé budou na tyto změny reagovat tím, že sníží konzumaci mléčných výrobků. Mléko ale zůstává jednou z hlavních součástí běžné výživy, proto zvýšení cen zatím nemá velký vliv na celkovou spotřebu mléčné produkce.

⁷⁴ Survio.com, vlastní zpracování



75

Graf 30 Hodnocení osobní konzumace mléčné produkce v posledních pěti letech

⁷⁵ Survio.com, vlastní zpracování

5 Výsledky a diskuse

Na základě výsledků dotazníkového šetření lze stanovit několik úsudků ohledně tématu spotřebitelských preferencí u mléčné produkce v České republice. V dotazníkovém šetření nebyly zjištěny rozdíly u četnosti nákupů z hlediska závislosti na pohlaví dotazovaných. Věk respondentů do určité míry má vliv na jejich preference, ale dotazovaní různých věkových kategorií a odlišného pohlaví nakupují mléčnou produkci ve podobném poměru. Dále je důležité zmínit, že všichni účastníci výzkumu bydlí ve velkých městech, ve kterých se nachází mnoho různých typů prodejen, a lidé proto mají možnost chodit do rozličných obchodů. Dále 84,5 % uvádí svůj příjem v rozmezí od 11 tis. Kč až do více než 50 tis. Kč. Z toho, co je popsáno výše, lze odvodit, že absolutní většina dotazovaných respondentů má možnost z hlediska nákupu potravin uspokojit řadu svých potřeb.

K odpovědím na otázku, kolik procent z celkového příjmu čeští spotřebitelé utrací za potraviny, lze říci, že za nákup potravin dává většina od 20 % do 40 %. Z toho většina za mléčnou produkci utrací pouze 5 až 10 procent z celkových výdajů za potraviny. Jednotlivé odpovědi na tyto dvě otázky nemají přímou souvislost. Mnoho lidí, kteří uváděli, že za potraviny utrácejí 10 % až 20 %, poté uváděli, že za mléčnou produkci z celkového nákupu utrací 20 % až 40 %. Naopak ti, kteří utrácejí celkem za potraviny více peněz, uvádí, že nakupují méně mléčné produkce. Závěr k tématu útraty za mlékárenské výrobky může být takový, že většina lidí se řídí jenom svými osobními preferencemi. Není žádná souvislost mezi tím, kolik peněz respondenti utrácejí celkem za potraviny, a kolik za nákup mléčných produktů.

Mnoho odborníků v současnosti diskutuje ohledně tématu zdravého stravování, omezení ve spotřebě některých produktů, trendu vegetariánského stylu života apod. Tyto výzkumy nepochybně působí na zákazníky a na jejich spotřebu. Každý člověk si ale sám vybírá, čemu věřit, a jak si zařizovat vlastní konzumaci potravin. Tyto průzkumy se zabývají i mlékárenskou produkcí. Celkem 75,3 % dotazovaných považuje mléčnou produkci živočišného původu za zdravou. Pravidelně ji konzumuje 79,2 % dotazovaných. Z těchto odpovědí je vidět rozdíl ve výši 3,9 %, který ukazuje na to, že ačkoliv si někteří lidé myslí, že mléčná produkce živočišného původu není zdravá, tak přesto pokračují v její konzumaci. Důvody, proč ostatních 20,8 % respondentů nekonzumuje mléčnou produkci, jsou různé. Hlavním důvodem se zdá být zdravotní hledisko. V dnešní době se hodně lidí setkává s problémem intolerance laktózy či alergie na mléko, přičemž tyto diagnózy nezdědka explicitně zakazují konzumaci mléčných výrobků živočišného původu. Z dotazovaných má tento problém 9 lidí. U této otázky velké zastoupení měla také položka „trend konzumace rostlinného mléka“. Dále jsem navazovala

otázkou, jaké dotazovaní preferují rostlinné mléko. Tato otázka nebyla povinná, ale odpovědělo na ní 60 lidí ze 78 respondentů, kteří se zúčastnili tohoto dotazníkového šetření. Výsledky ukazují na to, že aktuální trendy mají velký vliv na spotřebu. S ohledem na všechny popsání faktory lze tvrdit, že konzumentů, kteří spotřebovávají mléčnou produkci, je mnohem více než těch, kdo z nějakého důvodu přestal tyto produkty do své spotřeby zahrnovat.

Ještě jedním trendem rozvíjejícím se už několik desítek let jsou biopotraviny. Celková konzumace biopotravin každoročně roste, a roste následně i zájem o mléčnou produkci tohoto původu. Spotřeba BIO mlékárenských výrobků postupně rostla spolu s celkovou spotřebou biopotravin. Dodnes se poptávka po mléčné produkci BIO původu pohybuje v poměru k biopotravinám kolem 20 %. Dotazníkové šetření prokázalo velký zájem o tuto produkci. Většina respondentů uvedla, že konzumují mléčné výrobky BIO původu.

Výsledné odpovědi na otázku, jak často respondenti konzumují mléčné výrobky, lze spojit s otázkou, kolik dotazovaní utrací peněz za mléčnou produkci. Z uvedených odpovědí lze vidět, že většina respondentů konzumuje mléčné výrobky jen několikrát týdně. Z toho lze odvodit, že kvůli občasně spotřebě nejsou výdaje na ní příliš vysoké.

Jedna z nejdůležitějších otázek tohoto šetření se týká preference u výrobků mléčné produkce. Česká republika je jedna ze zemí v Evropě, která produkuje velké množství mléčné suroviny, ale pak nepokračuje v její zpracování na výrobky s vyšší přidanou hodnotou, a tato surovina se exportuje do zemí EU. S ohledem na uvedené odpovědi v dotazníku je evidentní, že respondenti preferují nejvíce sýry. V kapitole o poptávce po mléčné produkci jsem se už zmiňovala o tom, že spotřeba sýru má rostoucí tendenci, a to s ohledem na to, že čím vyšší je přidaná hodnota výrobku, tím vyšší je jeho cena. Lidé každoročně konzumují více a více sýrů. Poptávka po mléku naopak klesá, což je vidět také i ve výsledcích výzkumu představeného v této práci. Ačkoli poptávka po mléku s postupem času klesá, nelze ji k dnešnímu dni stále považovat za nízkou.

Pokud jde o místa nákupu, tak jak bylo zmíněno výše, kvůli tomu, že většina dotazovaných bydlí ve velkých městech, je pro mě zřejmě nejkomfortnější nakupovat mléčné výrobky v supermarketech a hypermarketech. Při nákupu mléčných výrobků většina dotazovaných nekontroluje zemi původu. Dovoz mléčné produkce zůstává za sledované období od roku 1989 do roku 2018 vysoký. Nejvíce se do České republiky dováží sýry. Lidé vědí, že výrobky jsou dovážené, ale u dotazovaných to nemá velký vliv na nákup a spotřebu, protože poptávka po této produkci je vysoká.

Skoro polovina dotazovaných (46,8 %) hodnotí svou spotřebu v oblasti mléčné produkce jako neměnicí se, 28,6 % hodnotí svou poptávku jako klesající a ostatních 24,7 %

jako rostoucí. Rozdíl mezi respondenty, kteří uváděli rostoucí či klesající spotřebu, není velký. V posledních letech neměla poptávka po mléčné produkci velké výkyvy, průběžně se jen mírně zvyšovala či klesala. V dnešní době se spotřebitelé více zajímají o výrobky s vyšší přidanou hodnotou např. sýry, tvarohy, jogurty, zakysané výrobky. Poptávka po konzumnímu mléku naopak mírně klesá. Z toho lze odvodit, že celková spotřeba se nebude příliš měnit, protože lidé budou substituovat jednotlivé mléčné výrobky.

6 Závěr

Bakalářská práce se zabývá problematikou preferencí v oblasti mléčné produkce na území České republiky. Teoretická část je zaměřená na mikroekonomický pohled na danou problematiku. V první části práce se setkáváme s pojmy spotřebitel a preference. Dále jsou popsány ekonomické teorie, druhy spotřebitelských preferencí, rozpočtové omezení, nákupní chování spotřebitele a propagace výrobků.

Analýza, jejíž výsledky jsou v práci představeny, byla zaměřena na sledování vývoje v oblasti konzumace a preference spotřebitelů. V práci jsou popsány hlavní charakteristiky trhu mlékárenských výrobků včetně nabídky a poptávky, cen zemědělských výrobců, průmyslových výrobců a spotřebitelských cen. V bakalářské práci jsou představeny legislativní požadavky pro výrobce a distributory mléčné produkce. V praktické části je popsán vývoj dovozu mléčných potravin a jednotlivé zastoupení konkrétních produktů v importu.

Cílem této práce bylo uvést přehledné informace o vývoji spotřeby mlékárenské produkce v České republice, zjistit, jak se spotřeba měnila, jaké faktory měly vliv na tyto změny a jak se v dnešní době chová český spotřebitel z hlediska konzumace mléčné produkce.

Přínosem práce je provedený marketingový výzkum. Z jeho výsledků vyplynulo, že mléčné výrobky konzumují ve stejném zastoupení jak muži, tak ženy. Marketingového výzkumu se zúčastnili lidé, jejichž věk se pohyboval od 16 do 61 a více let. Největší podíl dotazovaných byl zastoupen ve věku od 16 do 30 let, ale to samozřejmě neznamená, že mléčné výrobky konzumuje jen tato věková skupina. Co se týče vzdělání, tak většina lidí uvedlo, že jsou studenti, o něco méně je zaměstnanců, podnikatelů, respondentů v důchodu a nezaměstnaných. To ale opět neznamená, že mléčné výrobky nejvíce konzumují studenti. Důvodem je, že do dotazníkového šetření se zapojili nevíce mladí lidé, kteří považují za svoji hlavní činnost studium. Kvůli tomu, že většina dotazovaných jsou v nižší věkové skupině a nemají vysokoškolské vzdělání, mají tyto faktory vliv při jejich rozhodování o nákupu mléčné produkce, protože někteří z těchto respondentů nemá příliš vysoký příjem. Obor výdělečné činnosti také do určité míry může ovlivňovat preference, a to kvůli rozdílu v příjmech u různých povolání. Marketingový výzkum prokázal, že u jednotlivců, kteří pracují v zemědělství a v oboru informačních technologií, jsou příjmy vyšší než u respondentů zaměstnaných v jiných oblastech uvedených v dotazníku. Mnoho z dotazovaných bydlí ve Středočeském kraji. Výplaty v tomto kraji jsou na vyšší úrovni než v ostatních částech České republiky (s výjimkou Prahy).

Ze zjištěných informací mohu udělat jednoznačný závěr, že čistý příjem má velký vliv na vývoj spotřebitelských preferencí v oblasti stravování.

Respondenti dotazníkového šetření také uvedli, kolik členů mají jejich domácnosti. Více než polovina uvedlo, že v jejich domácnosti je více než jeden člověk. Příjmy domácností, ve kterých jsou více než dvě osoby, jsou větší než příjmy jednotlivců, teoreticky to znamená, že jejich spotřeba mléčných výrobků může být vyšší, a pokud například jeden člen domácnosti mléčnou produkci nekonzumuje, ostatní členové ji konzumovat mohou. V tomto případě marketingový průzkum prokázal, že považuje mléčnou produkci živočišného původu za zdravou a že ji konzumují. Výjimkou jsou jenom ti lidé, kteří mají zdravotní omezení v oblasti konzumace mléčných výrobků. Důležitým vlivem v této oblasti jsou také aktuální trendy a reklama, které v určité míře mohou mít vliv na preference spotřebitelů. Trendy nejvíce přitahují mladší populaci, zatímco starší lidé zpravidla nejsou náchylní k tomu aktuálním stravovacím trendům podléhat. U důchodců není příjem vysoký, navíc už mají z hlediska nákupu ustálený názor, předem vědí, co budou konzumovat a často nakupují produkci u stejného výrobce. Co se týká mladých lidí, na které působí reklama a aktuální trendy, lze odvodit, že někteří respondenti, kteří občas substituují živočišnou mléčnou produkci nepřestávají živočišné mléko konzumovat. Někteří ale říkají, že se jim nelíbí chuť klasického mléka, a proto pijí mléko rostlinné. Takových respondentů ale nebylo mnoho. Jedinci, kteří se zapojili do marketingového průzkumu, mají zájem o mléčnou produkci BIO původu. V této oblasti se každoročně zvyšuje počet konzumentů, což i potvrdily výsledky šetření.

Co se týče preferencí v oblasti výrobků mléčné produkce, tak provedený průzkum prokázal, že v dnešní době lidé preferují mléčné výrobky s vyšší přidanou hodnotou, a to především sýry. Na druhém místě v žebříčku je konzumní mléko a na třetím jogurty, kefírové mléko, smetana apod. Pouze někteří lidé preferují máslo a tvaroh před výše uvedenými výrobky.

K závěru práce je uvedeno, jak respondenti hodnotí svou osobní spotřebu mléčné produkce. Na jednu stranu, většina dotazovaných odpověděla, že jejich konzumace mléčné produkce se během let se nemění. Znamená to, že tito respondenti budou pokračovat ve spotřebě podobného množství mléčné produkce, a poptávka u těchto jednotlivců nebude klesat. Větší část z ostatních respondentů uvedla, že jejich konzumace má klesající tendenci. Důvody pro to mohou být různé. Při studování jednotlivých odpovědí u respondentů, u kterých klesá spotřeba, bylo zjištěno, že většina z nich má nízké příjmy, jejich rozhodování ovlivňují trendy a reklama.

Na konci této práce by bylo dobré zmínit důležitý prvek problematiky spotřebitelských preferencí. Příčiny, které jsou popsány výše, jsou nepochybně velmi důležité, a na jejich

základě je možné vytvořit skupiny spotřebitelů, kteří mají určité podobnosti u některých kritérií. Zároveň ale je důležité si uvědomit, že každý jedinec je unikátní, má specifické chutě, postoje, věk, pohlaví, zdravotní a rodinný stav, zájmy, životní styl apod. Kvůli těmto faktorům se spotřebitelské preference budou neustále měnit.

7 Seznam použitých zdrojů

Tištěné dokumenty:

ČÁP, Jan a Jiří MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-717-8463-X.

HES, Aleš, Daniela HRUBÁ a Marta REGNEROVÁ. *Obchodní nauka*. Vyd. 5. přeprac. Praha: Credit, 2004. ISBN 80-213-1155-X.

HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 6. vydání. V Praze: C.H. Beck, 2016. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-807-4002-786.

HOŘEJŠÍ, Bronislava. *Mikroekonomie*. 5., aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2010. ISBN 978-80-7261-218-5.

HUGHES, James. *Velká obrazová všeobecná encyklopedie*. 1999. Svojtka & Co. ISBN 80-7237-256-4.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 80-247-1545-7.

LIKLER, Ladislav. *Historie mlékárenství v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Praha: MILPO MEDIA, 2001. ISBN 80-860-9819-2.

PALIČKOVÁ, Irena. *Znalosti pro tržní praxi: sborník z mezinárodní vědecké konference*. Olomouc: Societas Scientiarum Olomucensis II, 2012. ISBN 978-80-87533-04-8.

SOJKA, Milan. *Dějiny ekonomických teorií*. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 80-718-4991-X.

TULEJA, Pavel, Pavel NEZVAL a Ingrid MAJEROVÁ. *Základy mikroekonomie: [učebnice pro ekonomické podnikatelské fakulty]*. 2., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 2011. Vysokoškolské učebnice (Computer Press). ISBN 978-80-251-3577-8.

VYSEKALOVÁ, Jitka, Daniela HRUBÁ a Marta REGNEROVÁ. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Vyd. 5. přeprac. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MAREŠ. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

Elektronické dokumenty:

Biopotraviny: Ekologické-zemědělství. Eagri.cz [online]. 2018 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktualni-temata/biopotraviny/>

Česko vyniká v ekologickém zemědělství: Století statistiky. Czso.cz [online]. 2016 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/stoletistatistiky/cesko-vynika-v-ekologickem-zemedelstvi>

MLÉKO a mlékárenské výrobky: Komoditní karta mléko. *Eagri.cz*/ [online]. 2019 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/613295/Komoditni_karta_Mleko_leden_2019.pdf

Ročenka ekologického zemědělství. *Eagri.cz* [online]. 2006-2018 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: [http://eagri.cz/public/web/mze/vyhledavani/index\\$41111.html?query=Ro%C4%8Denka+++Ekologick%C3%A9+zem%C4%Bd%C4%B1stv%C3%AD+v+%C4%8CR&segments=eagri.&prev=10&page=1](http://eagri.cz/public/web/mze/vyhledavani/index$41111.html?query=Ro%C4%8Denka+++Ekologick%C3%A9+zem%C4%Bd%C4%B1stv%C3%AD+v+%C4%8CR&segments=eagri.&prev=10&page=1)

Rostlinné nápoje s luštěninami a obilovinami. *Bezpecnostpotravin.cz* [online]. 27.3.2008 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.bezpecnostpotravin.cz/roslinne-napoje-s-lusteninami-a-obilovinami.aspx>

ROZSYPAL, Roman. Produkce kravského mléka v ekologickém zemědělství. *Eagri.cz* [online]. 2009 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/87408/Produkce_mleka_v_EZ_final.pdf

Situační a výhledová zpráva: Mléko a mlékárenské výrobky. *Eagri.cz* [online]. 2007-20014 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potravinu/potravinarske-komodity/mleko-a-mlekarenske-vyroby/situačni-a-vyhledove-zpravy/>

Spotřeba potravin a nealkoholických nápojů v letech 1920 až 2006. *Czso.cz* [online]. 2008 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/retrospektivni-udaje-o-spotrebe-potravin-v-letech-1920-2006-n-7sg9bp0osn>

Vyhláška č. 397/2016 Sb. *Zakonyprolidi.cz* [online]. 2016 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2016-397#Top>

Zemědělství 2004. *Eagri.cz* [online]. 2005 [cit. 2020-02-17]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/17456/Z_2004___pro_tisk.pdf

Zemědělství: Vyroční a hodnotící zprávy. *Eagri.cz* [online]. 2002-2018 [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/vyrocní-a-hodnotící-zpravy/publikace-zemedelstvi/?pos=10>

8 Přílohy

Příloha 1 Dotazník	69
Příloha 2 Matice odpovědí	71

Příloha 1 Dotazník

1. Pohlaví
 - a) Muž
 - b) Žena
2. Věk
 - a) 16 až 30
 - b) 31 až 50
 - c) 51 až 60
 - d) Více než 61
3. Ekonomická činnost
 - a) Student
 - b) Zaměstnanec
 - c) Podnikatel
 - d) V důchodu
 - e) Nezaměstnaný
4. Oblast ekonomické činnosti
 - a) Zemědělství
 - b) Výroba a průmysl
 - c) Služby
 - d) Výzkum a věda
 - e) Informační technologie
 - f) Jiná
5. Uveďte kraj, ve kterém bydlíte
 - a) Středočeský
 - b) Jihočeský
 - c) Karlovarský
 - d) Liberecký
 - e) Pardubický
 - f) Olomoucký
 - g) Jihomoravský
 - h) Jiný
6. Jaký je Váš měsíční příjem?
 - a) Do 10 tis. Kč
 - b) 11 až 20 tis. Kč
 - c) 21 až 35 tis. Kč
 - d) 36 až 50 tis. Kč
 - e) Více než 50 tis. Kč
7. Kolik je členů ve Váší domácnosti?
 - a) Jeden
 - b) Dva
 - c) Tři a více
8. Kolik přibližně v procentech peněz utrácíte za potraviny?
 - a) 10 až 20 %
 - b) 21 až 40 %
 - c) 41 až 60 %
 - d) 61 a více %
9. Jaký podíl ve výdajích za potraviny mají mléčné výrobky?
 - a) 5 až 10 %
 - b) 11 až 20 %
 - c) 21 a více %

10. Považujete mléčné výrobky živočišného původu za zdravé potraviny?
 - a) Ano
 - b) Ne
11. Konzumujete mléčné výrobky živočišného původu?
 - a) Ano
 - b) Ne
12. V případě, že nekonzumujete mléčné výrobky živočišného původu, prosím uveďte důvod
 - a) Jsem vegan/vegetarián
 - b) Ze zdravotních důvodů (intolerance laktózy, alergie na mléko)
 - c) Z finančních důvodů
 - d) Trend konzumace rostlinného mléka
 - e) Jiný
13. Pokud pijete rostlinné mléko, jakému dáváte přednost?
 - a) Sójové mléko
 - b) Mandlové mléko
 - c) Kokosové mléko
 - d) Rýžové mléko nevařené
 - e) Jiné
14. Konzumujete mléčné výrobky BIO původu?
 - a) Ano
 - b) Ne
15. Jak často konzumujete mléčné výrobky?
 - a) Každý den
 - b) Několikrát týdně
 - c) Několikrát měsíčně
 - d) Méně, než jednou měsíčně
16. Jaký druh mléčných výrobků konzumujete nejčastěji?
 - a) Mléko
 - b) Sýr
 - c) Tvaroh
 - d) Máslo
 - e) Jiný (jogurt, smetana, kefirové mléko ...)
17. Kde nejčastěji kupujete mléčné výrobky?
 - a) V supermarketech, hypermarketech
 - b) Ve specializovaných prodejnách
 - c) U farmářů
 - d) Jinde
18. Kontrolujete při nákupu označení země původu mléčného výrobku?
 - a) Ano
 - b) Ne
19. Má na nákup mléčné produkce vliv reklama a aktuální trendy?
 - a) Ano
 - b) Ne
20. Jak můžete ohodnotit svou poptávku po mléčných výrobcích v posledních pěti letech?
 - a) Moje osobní konzumace spíše roste
 - b) Moje osobní konzumace spíše klesá
 - c) Moje osobní konzumace se nemění

Příloha 2 Matice odpovědí

1. Pohlaví		
a) Muž	29	37,7 %
b) Žena	48	62,3 %
2. Věk		
a) 16 až 30	56	72,7 %
b) 31 až 50	9	11,7 %
c) 51 až 60	6	7,8 %
d) Více než 61	6	7,8 %
3. Ekonomická činnost		
a) Student	44	57,1 %
b) Zaměstnanec	20	26 %
c) Podnikatel	6	7,8 %
d) V důchodu	5	6,5 %
e) Nezaměstnaný	2	2,6 %
4. Oblast ekonomické činnosti		
a) Zemědělství	7	9,1 %
b) Výroba a průmysl	7	9,1 %
c) Služby	29	37,7 %
d) Výzkum a věda	4	5,2 %
e) Informační technologie	10	13 %
f) Jiná	20	26 %
5. Uveďte kraj, ve kterém bydlíte		
a) Středočeský	59	76,6 %
b) Jihočeský	1	1,3 %
c) Karlovarský	2	2,6 %
d) Liberecký	2	2,6 %
e) Pardubický	0	0 %
f) Olomoucký	0	0 %
g) Jihomoravský	0	0 %
h) Jiný	13	16,9 %
6. Jaký je Váš měsíční příjem?		
a) Do 10 tis. Kč	12	15,6 %
b) 11 až 20 tis. Kč	34	44,2 %
c) 21 až 35 tis. Kč	20	26 %
d) 36 až 50 tis. Kč	5	6,5 %
e) Více než 50 tis. Kč	6	7,8 %
7. Kolik je členů ve Váší domácnosti?		
a) Jeden	24	31,2 %
b) Dva	29	37,7 %
c) Tři a více	24	31,2 %
8. Kolik přibližně v procentech peněz utrácíte za potraviny?		
a) 10 až 20 %	21	27,3 %

b) 21 až 40 %	36	46,8 %
c) 41 až 60 %	19	24,7 %
d) 61 a více %	1	1,3 %
9. Jaký podíl ve výdajích za potraviny mají mléčné výrobky?		
a) 5 až 10 %	46	59,7 %
b) 11 až 20 %	19	24,7 %
c) 21 a více %	12	15,6 %
10. Považujete mléčné výrobky živočišného původu za zdravé potraviny?		
a) Ano	58	75,3 %
b) Ne	19	24,7 %
11. Konzumujete mléčné výrobky živočišného původu?		
a) Ano	61	79,2 %
b) Ne	16	20,8 %
12. V případě, že nekonzumujete mléčné výrobky živočišného původu, prosím uveďte důvod		
a) Jsem vegan/vegetarián	3	10 %
b) Ze zdravotních důvodů (intolerance laktózy, alergie na mléko)	9	30 %
c) Z finančních důvodů	3	10 %
d) Trend konzumace rostlinného mléka	13	43 %
e) Jiný	2	6,7 %
13. Pokud pijete rostlinné mléko, jakému dáváte přednost?		
a) Sójové mléko	13	21,7 %
b) Mandlové mléko	14	23,3 %
c) Kokosové mléko	21	35 %
d) Rýžové mléko nevařené	1	1,7 %
e) Jiné	11	18,3 %
14. Konzumujete mléčné výrobky BIO původu?		
a) Ano	48	62,3 %
b) Ne	29	37,7 %
15. Jak často konzumujete mléčné výrobky?		
a) Každý den	23	29,9 %

b) Několikrát týdně	35	45,5 %
c) Několikrát měsíčně	13	16,9 %
d) Méně, než jednou měsíčně	6	7,8 %
16. Jaký druh mléčných výrobků konzumujete nejčastěji?		
a) Mléko	42	54,5 %
b) Sýr	51	66,2 %
c) Tvaroh	14	18,2 %
d) Máslo	14	18,2 %
e) Jiný (jogurt, smetana, kefirové mléko ...)	27	35,1 %
17. Kde nejčastěji kupujete mléčné výrobky?		
a) V supermarketech, hypermarketech	62	80,5 %
b) Ve specializovaných prodejnách	6	7,8 %
c) U farmářů	9	11,7 %
d) Jinde	0	0 %
18. Kontrolujete při nákupu označení země původu mléčného výrobku?		
a) Ano	27	35,1 %
b) Ne	50	64,9 %
19. Má na nákup mléčné produkce vliv reklama a aktuální trendy?		
a) Ano	25	32,5 %
b) Ne	52	67,5 %
20. Jak můžete ohodnotit svou poptávku po mléčných výrobcích v posledních pěti letech?		
a) Moje osobní konzumace spíše roste	19	24,7 %
b) Moje osobní konzumace spíše klesá	22	28,6 %
c) Moje osobní konzumace se nemění	36	46,8 %