Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd

Bakalářská práce

Spotřebitelský trh s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků

Martin Živec

© 2023 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Martin Živec

Veřejná správa a regionální rozvoj – c.v. Jičín

Název práce

Spotřebitelský trh s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků

Název anglicky

Consumer market for organic food in the Hradec Králové Region from the customer's point of view

---

Cíle práce

Bakalářská práce má za cíl analýzu spotřebitelského trhu s biopotravinami v Královéhradeckém kraji.

Teoretická část se zabývá základními pojmy jako jsou biopotraviny a ekologické zemědělství, legislativními nařízeními, které jsou spojené s produkcí a prodejem biopotravin a ekologického zemědělství.

V praktické části je provedeno vyhodnocení dotazníkového šetření a analýza dat získaných od respondentů průzkumu s cílem odhalit hlavní faktory, které spotřebitele ovlivňují při nákupu biopotravin a zjistit, jaká je dostupnost a nabídka biopotravin v kraji.

Metodika

Pro metodiku budou použité metody ze sociálních věd, konkrétně kvantitativní dotazníky. Data budou následně analyzována pomocí deskriptivní statistiky.

Doporučený rozsah práce

30-50 stran

Klíčová slova

biopotraviny, ekologické zemědělství, Královéhradecký kraj, produkce, trh, spotřebitel

---

Doporučené zdroje informací

ČERVENKA, Jaroslav; KOVÁŘOVÁ, Kateřina; ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. KATEDRA OBCHODU A FINANCÍ. *Biopotraviny.* V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005. ISBN 80-213-1404-4.

MOUDRÝ, Jan. *Bioprodukty.* Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR, 1997. ISBN 80-7105-138-1.

MOUDRÝ, Jan; PRUGAR, Jaroslav. *Biopotraviny : hodnocení kvality, zpracování a marketing.* Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2002. ISBN 80-7271-111-3.

ŠARAPATKA, Bořivoj; URBAN, Jiří. *Ekologické zemědělství v praxi.* Šumperk: PRO-BIO, 2006. ISBN 978-80-903583-0-0.

URBAN, Jiří; ŠARAPATKA, Bořivoj. *Ekologické zemědělství : učebnice pro školy i praxi. I. díl, Základy ekologického zemědělství, agroenvironmentální aspekty a pěstování rostlin.* Praha: MŽP, 2003. ISBN 80-7212-274-6.

Předběžný termín obhajoby

2023/24 ZS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Diana Surová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 16. 11. 2023

prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 18. 11. 2023

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 19. 11. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Spotřebitelský trh s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne _____

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Dianě Surové, Ph.D. za odborné vedení při zpracovávání této bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat všem respondentům z Královéhradeckého kraje za vyplnění dotazníkového šetření.

Spotřebitelský trh s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků

Abstrakt

Tato bakalářské práce se zabývá situací na spotřebitelském trhu s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků. V teoretické části jsou vymezeny legislativní nařízení spojená s produkcí, prodejem a značením biopotravin, a popsány zásady ekologického zemědělství, které je úzce spojené s produkcí biopotravin. Dále jsou uvedeny a popsány funkce kontrolních společnosti, které kontrolují splnění všech podmínek, které musí být při výrobě biopotravin splňovat. V praktické části je provedeno vyhodnocení dotazníkového šetření, které má za cíl odhalit, jaké faktory ovlivňují spotřebitele při výběru a nákupu biopotravin a jaká je dostupnost biopotravin na trhu v Královéhradeckém kraji. V závěru jsou navržena opatření, která by vedla ke zlepšení situace na spotřebitelském trhu v oblasti biopotravin.

Klíčová slova: biopotraviny, ekologické zemědělství, Královéhradecký kraj, produkce, trh, spotřebitel

Consumer market for organic food in the Hradec Králové Region from the customer's point of view

Abstract

This bachelor thesis deals with the situation on the consumer market for organic food in the Hradec Králové Region from the perspective of customers. The theoretical part defines the legislative regulations related to the production, sale and labelling of organic food, and describes the principles of organic farming, which is closely related to the production of organic food. Furthermore, the functions of the inspection companies that control the fulfilment of all the conditions that must be met in the production of organic food are listed and described. In the practical part, an evaluation of a questionnaire survey is carried out to reveal what factors influence consumers in choosing and buying organic food and what is the availability of organic food on the market in the Hradec Králové Region. In the conclusion, measures are proposed to improve the situation on the consumer market in the field of organic food.

Keywords: organic food, organic farming, Hradec Kralove Region, production, market, consumer

Obsah

1 Úvod 9

2 Cíl práce a metodika 11

2.1 Cíl práce 11

2.2 Metodika 11

3 Teoretická východiska 12

3.1 Biopotraviny v české legislativě 12

3.1.1 Produkce biopotravin 12

3.2 Ekologické zemědělství 13

3.3 Rozdíly mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím 14

3.4 Způsob značení biopotravin 14

3.4.1 Evropské značení 15

3.4.2 Národní značení 15

3.5 Kontrola biopotravin 16

3.5.1 Kontrolní orgány 17

3.6 Rozdíly mezi biopotravinami a konvenčním zbožím 18

4 Praktická část 19

4.1 Makroekonomická charakteristika regionu 19

4.2 Dotazníkové šetření 20

5 Výsledky 21

5.1 Zhodnocení dotazníkového šetření 21

5.1.1 Vyhodnocení otázek dotazníku 23

6 Diskuse 34

7 Návrhy opatření 35

8 Závěr 36

9 Seznam použitých zdrojů 38

9.1 Knižní zdroje 38

9.2 Internetové zdroje 38

10 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratek 40

10.1 Seznam obrázků 40

10.2 Seznam grafů 40

10.3 Seznam tabulek 40

10.4 Seznam použitých zkratek 41

1 Úvod

Bakalářská práce je vypracována na téma spotřebitelský trh s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků. Biopotraviny jsou produkty šetrného hospodářství a z ekologického hlediska jejich produkce představuje minimální zátěž pro životní prostředí. Základem pro pěstování biopotravin je ekologické zemědělství, které je také nazýváno zemědělství bez chemie. Všechny umělé látky, pesticidy a geneticky modifikované organismy jsou nahrazeny mechanickými či biologickými zásadami obdělávání půdy, které mají pozitivní vliv na životní prostředí. Ekologické zemědělství a výroba biopotravin je během celého procesu pod kontrolou pověřených organizací, které udělují certifikace, po které jsou produkty označeny a tím také odlišeny od produktů konvenčního zemědělství.

Správné hospodaření v rámci ekologického zemědělství má pozitivní vliv na půdu, vodu, ovzduší a krajinu okolo nás. Na dodržování všech nařízení a podmínek stanovených zákonem a dalšími nařízeními, dohlížejí příslušné státem stanovené kontrolní organizace a státní dozorové orgány. Pravost ekologického výrobku či produktu zaručuje evropské a národní značení. O produkty ekologické výroby je čím dál větší zájem a s tím, jak roste poptávka po těchto potravinách. Začínají se také objevovat otázky spojené s podmínkami produkce těchto ekologických produktů a jejich pozitivního vlivu na životní prostředí. Zvyšující se poptávka vede k rozšiřování ekologicky obhospodařované půdy. Trendy posledních let poptávku ještě umocňují a upozorňují na nedostatky konvenční výroby. Hlavní rozdíl mezi konvenčním a ekologickým zemědělstvím je, že ekologické zemědělství je v souladu s ochranou životního prostředí a zodpovědně přistupuje i v otázce trvalé udržitelnosti.

Na biopotraviny dnes můžeme „narazit“ téměř na každém rohu, ale informace a nich už tolik rozšířené nejsou. Už asi nenajdeme nikoho, kdo by s biopotravinami nepřišel nějakým způsobem do kontaktu, ale mnoho spotřebitelů za ně není ochotno utrácet mnohdy i několikanásobně více než za potraviny konvenční. Téma biopotravin je stále více diskutované a existuje mnoho různých názorů. Faktory, které vedou zákazníky ke koupi jsou různé, někteří volí biopotraviny, protože je považují za dravější, chemicky nezávadné, nebo pro jejich lepší chuť. Lidé, nejčastěji mladí, také čím dál více dbají na zdravý životní styl a biopotraviny se tak stávají pravidelnou součástí jejich jídelníčku. Biopotraviny tak představují alternativu za běžně dostupné konvenční produkty. Informace o nich však stále

nejsou tolik rozšířené. Proto je také cílem této práce seznámení se s legislativním rámcem spojeným s výrobou, produkcí a spotřebou biopotravin. V této práci jsou analyzovány znalosti a zvyklosti spotřebitelů v oblasti biopotravin s cílem zjistit, co vede spotřebitele k nákupu biopotravin, nebo je naopak odrazuje od nákupu. Jelikož dává ekologické zemědělství přednost kvalitě před kvantitou, produkce biopotravin je časově i finančně nákladnější. Rozdíly mezi hotovými výrobky však nemusí být pro spotřebitele znatelný.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem této bakalářské práce je zhodnotit situaci na spotřebitelském trhu s biopotravinami v Královéhradeckém kraji z pohledu zákazníků a seznámit se s legislativními nařízeními, která jsou spojená s produkcí, výrobou a prodejem biopotravin a bioproduktů. Teoretická část práce se zaměřuje na vymezení legislativních nařízení spojených s výrobou a produkcí biopotravin, identifikace správného značení a kontrolní orgány, které zajišťují dohled nad prodejem biopotravin. V praktické části je provedeno dotazníkové šetření u spotřebitelů zaměřené na nákupní chování spotřebitelů v Královéhradeckém kraji. V závěrečné části je vyhodnoceno dotazníkového šetření na základě zjištěných výsledků internetového dotazníku. Nakonec jsou, na základě zjištěných informací, navržena možná řešení, která by pomohla zlepšit situaci na trhu s biopotravinami v kraji.

2.2 Metodika

Teoretická část je vypracována na základě zjištěných odborných dat a odborné literatury týkající se produkce biopotravin a legislativních nařízení. Nejprve jsou definovány základní pojmy jako biopotraviny, ekologické zemědělství, způsob a kontrola značení biopotravin.

V praktické části bakalářské práce je provedeno dotazníkové šetření mezi spotřebiteli formou anonymního dotazníku, který je zpracován v elektronické podobě na stránce Survio. Odkaz je sdílen prostřednictvím sociálních sítí, Facebooku a emailu. Respondenti v něm odpovídají na 20 připravených otázek. Otázky jsou sestaveny tak, aby ověřily znalosti spotřebitelů v oblasti biopotravin jako je schopnost respondentů rozeznat správné značení biopotravin. Dále pak zjišťují, kde a jak často biopotraviny kupují, jaké položky nejčastěji kupují a jaké jsou jejich hlavní kritéria, která ovlivňují jejich výběr a jak vnímají situace na trhu s biopotravinami. V další části je vyhodnoceno dotazníkového šetření Na základě výsledků šetření, jsou navržena opatření, která by zlepšila situaci na trhu s biopotravinami v Královéhradeckém kraji.

3 Teoretická východiska

3.1 Biopotraviny v české legislativě

Biopotraviny jsou vyrobené z produktů ekologického zemědělství. Produkce má daná jasná pravidla, které musí dodržovat každý pěstitel, chovatel nebo výrobce. Musí být vyrobeny v souladu se zákonem a zároveň musí splňovat legislativu vztahující se k výrobě potravin (Moudrý a Prugar, 2002). Řídí se zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Další vyhláška je Ministerstva zemědělství č. 16/2006 Sb., která provádí některá další ustanovení zákona o ekologickém zemědělství. Po vstupu ČR do EU vešly v platnost další vyhlášky a nařízení týkající se biopotravin. Jde především o nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů. Dále pak nařízení Komise (ES) č. 889/2008, které stanoví prováděcí pravidla k Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů. Biopotraviny se zpracovávají, tak aby zůstala zachována jejich přirozená chuť a kvalita. Na jejich výrobu se nesmějí využívat žádné geneticky upravené organismy a škodlivé technologie. (Ministerstvo zemědělství, 2009). Mohou být určeny k přímé spotřebě, nebo jako meziprodukt určený k dalšímu využití ve výrobě. Během celého procesu se musí zajistit, aby byla výroba oddělena od konvenční výroby. Je povoleno využívat pouze potravinářské přídatné látky, činidla, látky určené k aromatizaci, vodu, sůl, látky pro přípravu mikroorganismů a enzymů, minerály, stopové prvky, vitamíny, aminokyseliny a další mikroživiny v potravinách pro zvláštní nutriční využití a pouze pokud byly schváleny pro použití v ekologické produkci. Na druhé straně, nebývají tolik odolné vůči škůdcům a vlivům prostřední (Dryšlová, 2015).

3.1.1 Produkce biopotravin

Celkový obrat s biopotravinami a bioprodukty českých výrobců roste každý rok už od roku 2010. V roce 2020 dosáhl přibližně 9,41 mld. Kč. Z toho byla celková spotřeba biopotravin včetně dovozu 5,99 mld. Kč. Ve srovnání s rokem 2019 to znamená nárost o 14 %. Vývoz vzrostl přibližně na 3,43 mld. Kč (Ministerstvo zemědělství, 2022). Biopotraviny se v ČR se prodávají několika způsoby. Největší podíl na prodeji biopotravin mají maloobchodní řetězce, tz. supermarkety a hypermarkety. Další v pořadí jsou e-shopy, prodejny zdravé výživy a biopotravin a drogerie. Vlivem pandemie COVID 19 zašli spotřebitelé více využívat možnost nákupu biopotravin prostřednictvím e-shopů. Dochází

také z nárůstu prodejů prostřednictvím faremního prodeje. Pokles nastal v obytu restaurací a v dalších gastronomických zařízení. Hlavní kategorie biopotravin, které mají největší podíl na prodeji jsou dlouhodobě „Ostatní zpracované potraviny“. Tři čtvrtiny této kategorie tvoří káva, čaj a hotové pokrmy včetně dětské výživy. Další významné kategorie jsou ovoce a zelenina, mléko a mléčné výrobky. Podíl biopotravin dovezených ze zahraničí tvořil v roce 2020 téměř 49 % maloobchodní spotřeby. Jedná se o potraviny ve finální podobě. Podíl by byl ještě větší, kdyby se započítali i biopotraviny a bioprodukty, které se na území ČR dále zpracovávají. Každý rok také roste počet výrobců biopotravin. Na konci roku 2020 bylo v ČR registrováno 865 výrobců (Ministerstvo zemědělství,2022).

3.2 Ekologické zemědělství

Hlavním cílem ekologického zemědělství je snížit dopad produkce na životní prostředí. Během produkce staví na první místo kvalitu před kvantitou. Klade důraz na ochrany půdy, vody, zvířat, a zdraví lidí (Urban, Šarapatka, 2003). Ekologické zemědělství je moderní formou šetrného obhospodařování půdy bez využití umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků a dalších chemických látek. Ty mají negativní vliv na kvalitu životního prostředí, zdraví hospodářských zvířat a zdraví lidí. Je založeno na zásadách etického přístupu vůči chovaným zvířatům (welfare), ochrany životního prostředí, ochrana kvality půdy a biodiverzity, šetření neobnovitelných zdrojů, nebo bezpečná zemědělská výroba a produkce kvalitních potravin a krmiv (Červenka, Kovářová, 2005). Základním předpokladem je ekologického hospodaření je zdravá půda. Úrodnost půdy se zvyšuje využíváním organického hnojení a pestrým osevním postupem a šetrným zpracováváním půdy. Střídání plodil pomáhá k vytvořit biologickou rovnováhu a díky které se pak rostliny lépe brání proti chorobám a škůdcům. Chov hospodářských zvířat se v ekologickém zemědělství řídí stanovenými pravidly. Musí být zajištěny podmínky, které vyhovují jejich fyziologickým a etickým potřebám. Nejsou povoleny velké chovy, protože ve většině případů nesplňují požadavky na základní potřeby zvířat. Ty musejí mít zajištěný výběh po celý rok s tím související životní prostor, který nemají, když jsem zavřená v boxech.

Samotné produkty musí být bezpečně skladovány, zpracování a přepraveny takovým způsobem, aby byla zachována jejich kvalita v nejvyšší možné míře. Nesmí dojít k jejich znehodnocení či kontaminaci zakázanými látkami.

3.3 Rozdíly mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím

Biopotraviny mají určitou přidanou hodnotu, která spočívá v tom, že jejich producenti hospodaří šetrným a příznivým způsobem k životnímu prostředí, ke zvířatům a k půdě. Každý krok výroby je stanoven legislativně a prochází kontrolou původu v ekologickém zemědělství. Biopotraviny jsou vyráběny ze surovin, pocházejících od zemědělců, kteří při výrobě nevyužívají průmyslová hnojiva, pesticidy a chovaným zvířatům poskytují dostatek prostoru, péče, kvalitní krmivo a odpočinek. Na rozdíl od konvenčních potravin obsahují mnohem méně „Éček“, což jsou látky, které slouží ke zlepšení vlastností potravin. K výrobě je možné použít přibližně 50 tzv. přídatných a pomocných látek. Jsou to látky, které jsou přírodní a nejsou geneticky upravené. Jedná se například o kyselinu jablečnou, kyselinu askorbovou, uhličitan sodný pro výrobu cukru, agar, uhličitany sodné, oxid uhličitý atd (Ministerstvo zemědělství, 2012).

Konvenční zemědělství je závislé na velkých množstvích fosilních paliv a na těžbě hnojiv. Je rozvíjeno za účelem maximalizovat produkci a zisk. Velká spotřeba vede k rychlému vyčerpání a ztenčení živin. Vede také k degradaci orné půdy, znečištění ovzduší a vody. Konvenční výrobky byly upraveny tak, aby vydrženy co nejdéle čerstvé. Přidávají se zvýrazňovače chuti, syntetická barviva nebo jiné látky, které zvětšují objem.

3.4 Způsob značení biopotravin

Způsob, jakým se označení biopotraviny v České republice, je popsán v zákoně č. 242/2000 Sb. a nařízení Rady (ES) č. 834/2007. Označení „bio“ mohou mít pouze produkty a potraviny, které vzešly z ekologického zemědělství. Všechny balené biopotraviny pocházející z Evropské unie musejí mít na obalu evropské logo pro biopotraviny – „biolist“, číselný kód kontrolní organizace a označení původu zemědělských surovin (“EU” nebo “mimo EU”, případně název země, pokud v této zemi byly vyprodukovány všechny použité zemědělské suroviny). Označení původu může být ve tvaru: „zemědělská produkce EU“, „zemědělská produkce mimo EU“. Logo je popsáno v dokumentu nařízení Rady (ES) č. 834/2008 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91. Aby mohla být potravina považováno za biopotravinu, musí se skládat z 95 % ekologicky vyrobených surovin, které nesou příslušné označení. Biopotraviny nesmění obsahovat geneticky upravené suroviny. Podle kódu je možné si u příslušné

organizace ověřit platnost certifikátu. Potraviny musí být označena slovy BIO, EKO a povinností je také uvádět informaci o původu surovin, z nichž se skládá (Ministerstvo zemědělství, 2010).

Státní dohled ekologického zemědělství vykonává Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělství (ÚKZÚZ), který zajišťuje úřední kontrolu dle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004 (Ministerstvo zemědělství, 2010).

3.4.1 Evropské značení

Evropské značení pro biopotraviny se používá od 1.července 2010 a platí pro potraviny vyprodukované v Evropské unii. Grafický vzhled loga je definován v nařízení Rady (ES) č. 834/2008 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91.V případě, že je použito logo tzv. bio leaf, musí být uveden také kód kontrolní organizace a informace o původu surovin. Biopotraviny, které jsou do EU dovezené z třetích zemí je použití evropského loga dobrovolné.

Obrázek 1: Evropské logo biopotravin (zdroj: eagri.cz)

3.4.2 Národní značení

Značení biopotravin, které jsou vyrobené v České republice musí splňovat požadavky, které jsou popsány v zákoně č. 242/2000 Sb. Na obale musí být uvedeno české logo „biozebra“ a doplněno nápisem „Produkt ekologického zemědělství“. Dále musí být uvedeno evropské logo, tedy „biolist“.

Obrázek 2: České logo biopotravin (zdroj: eagri.cz)

3.5 Kontrola biopotravin

Kontrola kvality biopotravin je velmi důležitý aspekt, díky kterému si spotřebitel získává důvěru ve výrobek. Potraviny, která je označená jako BIO nebo EKO musí splňovat všechny legislativní náležitosti a zároveň musí získat certifikaci. V České republice jsou Ministerstvem zemědělství pověřené 4 kontrolní organizace. A to je společnost KEZ o.p.s., ABCERT AG, organizační složka, Biokont CZ, s.r.o. a BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC, spol. s r.o. Každá společnost má své označení, které je na výrobcích uvedeno ve formě:

- CZ-BIO-001 pro společnost KEZ o.p.s.
- CZ-BIO-002 pro ABCERT AG, organizační složka
- CZ-BIO-003 pro Biokont CZ, s.r.o.
- CZ-BIO-004 pro BUREAU VERITAS CZECH REPUBLIC, spol. s r.o. (Ministerstvo zemědělství, 2023)

Zákon stanovuje kritéria na kontrolu a zároveň povinnosti kontrolních organizací. Kontrola provází celý proces od výroby a zpracování až po konečnou úpravu a skladování. Kontrola je nahlášena předem, ale provádí se i namátkové a neohlášené. Pod dohledem jsou hospodářská zvířata, pozemky, budovy, účetní záznamy, používaná hnojiva nebo krmiva. Osoba, která provádí kontrolu musí mít oprávnění provádět kontrol a musí mít alespoň úplné střední odborné vzdělání v oboru zemědělství a lesní hospodářství nebo potravinářství včetně minimálně 5 let odborné praxe. V případě, že má osoba, která provádějící kontrolu vysokoškolské vzdělání příslušného oboru, doba odborné praxe je snížena na 1 rok. Jakmile osoba, která podniká v ekologickém zemědělství splní všechny požadavky, příslušná kontrolní organizace vydá certifikát o původu biopotravin s platností jednoho roku, který umožňuje používat označení BIO (zákon č. 242/2000).

V případě že, podnikatel opakovaně poruší nařízení stanovená zákonem, dojde ke zrušení registrace, odejmutí certifikátu a uložení pokuty, která může sahat až do výše jednoho milionu korun. Biopotraviny také podléhají běžným kontrolám jako konvenční potraviny, které provádí SZPI (zákon č. 242/2000).

3.5.1 **Kontrolní orgány**

Produkty a potraviny, které jsou označeny „BIO“ nebo „EKO“ musí splňovat podmínky, které jsou stanovené nařízením Rady EU (nařízení EHS č. 2092/91), které si však může každá země upravit v rámci své legislativy. Dohled nad dodržováním nařízená zajišťuje kontrolní orgán, kterým je v ČR Ministerstvo zemědělství. To dává pověření oprávněným organizacím, která společně s Ústředním kontrolním ústavem zemědělství či Státní zemědělskou potravinářskou inspekcí provádí. Jsou celkem 4 kontrolní organizace.

1. Kontrola ekologického zemědělství (KEZ o.p.s)

KEZ o.p.s je nezisková organizace, která jako první česká akreditovaná kontrolní a certifikační organizace, poskytuje odbornou a nezávislou kontrolu a certifikaci v systému ekologického zemědělství. Je to nevládní organizace založená v roce 1999 v Chrudimi. Provádí kontrolu osob, které podnikají v ekologickém zemědělství a certifikuje jejich výrobky na základě pověření MZE. Výrobky, které jsou zkontrolovány, nesou kódové označení CZ – BIO – 001 (KEZ o.p.s., 2009).

2. ABCERT AG

Původem německá organizace, která s pověřením Ministerstva zemědělství působí od roku 2006 v ČR a zaměřuje se na kontrolu ekologického hospodaření a bioprodukce**.** Společnost nese kódové označení CZ – BIO – 002 (ABCERT AG, 2012).

3. BIOKONT CZ, s.r.o.

Jde o českou kontrolní organizaci, která byla založena v roce 2005. Provádí kontrolní a certifikační činnosti na území České a Slovenské republiky. Zároveň je registrována v oficiálním souhrnu legislativy EU, tzv. „Official Journal of the European Union”. Mezinárodní kontrolní kód organizace je CZ – BIO – 003 (BIOKONT CZ, 2023).

4. Bureau Veritas Czech Republic, s.r.o.

Společnost byla založena v roce 1828. „Poskytuje zákazníkům komplexní služby a odborné poradenství v oblastech kvality, hygieny, bezpečnost a ochrany zdraví při práci, životního prostředí a společenské odpovědnosti.“ Mezinárodní kód organizace je v podobě CZ-BIO-004 (Bureau Veritas, 2023).

3.6 Rozdíly mezi biopotravinami a konvenčním zbožím

Při výrobě biopotravin se klade důraz na kvalitu před kvantitou. Značnou nevýhodu proto představuje mnohdy i několikanásobně vyšší cena, menší výběr a často také horší vzhled (Babinet.cz, 2020). Mikrobiologické podmínky musí být splněny jak u biopotravin, tak u běžných potravin. A to znamená, že u biopotravin, splňující zásady ekologického zemědělství, se musí klást větší důraz na kvalitu surovin a hygienu při zpracování, jelikož díky absenci chemických postřiků, dochucovadel a dalších látek, nemají biopotraviny tak dlouho dobu trvanlivosti. Produkty ekologické výroby je možné bezpečně spotřebovat, protože nejsou chemicky ošetřené (Bio nebio.cz, 2023). U kategorie ovoce a zeleniny jsou běžné produkty pro zákazníka atraktivnější svým vzhledem jelikož netrpí vadami tvaru, strupovitostí, velikostí a barvou. Často také lákají svou vůní, která bývá někdy velmi intenzivní (jahody). Po zakoupení však zákazník zjistí, že kvalita těchto výrobků nedosahuje také úrovně jako u biopotravin. Ty bývají i přes vzhledové vady chuťově výraznější s přírodní vůní. Velký rozdíl je i v případě dalších výrobků pocházejících ze živočišné výroby. Chov zvířat v ekologické zemědělství klade větší důraz na pohodní zvířat, která mají více životního prostoru, dostávají přírodní krmivo a nevyužívají se v chovu antibiotika. V případech, kdy není možné využít jiné léky než antibiotika se po dvojnásobně delší dobu, než je tomu tak u konvenční výroby, nesmí využívat produkty nemocného zvířete (Bio nebio.cz, 2023). Je pak pouze na spotřebiteli, jakému výrobku dá přednost. Výběr je ovlivněn i dalšími faktory, jako je dostupnost, vlastní produkce, nebo právě slabší informovanost v oblasti biopotravin a nedůvěra v produkty označené „BIO“.

4 Praktická část

Praktická část měla za cíl uskutečnit a vyhodnotit dotazníkové šetření mezi spotřebiteli a odhalit jaké jsou zvyklosti spotřebitelů biopotravin, jaký mají názor na nabídku na trhu a důvody, které je vedou ke koupi biopotravin, nebo je od něho odrazují.

4.1 Makroekonomická charakteristika regionu

Práce je zaměřena na trh s biopotravinami v Královéhradeckým kraji. Aby bylo možné charakterizovat stav trhu v kraji, je potřeba znát základní makroekonomické ukazatele vybraného kraje a stav ekologického zemědělství, které je s pěstováním biopotravin úzce spojené. Podle průzkumu, který zveřejnil Český statistický úřad v roce 2022 vyplívá, že po sedmi letech růstu HDP došlo v roce 2020 k jeho poklesu, a to jak v Královéhradeckém kraji, tak v celé ČR. Pro vývoj trhu je důležitá výše průměrné mzdy ve vybraném kraji, jelikož ovlivňuje koupěschopnost obyvatel. Dalším důležitým ukazatelem je množství obyvatel kraje.

Tabulka 1: Průměrná měsíční mzda v České republice za rok 2022

	Průměrná měsíční mzda v Kč za rok 2022		
	v Kč CZK	přírůstek (úbytek) proti roku 2021 v Kč CZK	přírůstek (úbytek) proti roku 2021 v %
Česká republika	**38 444**	**1 861**	**5,1**
Hl. m. Praha	47 092	2 349	5,3
Středočeský kraj	39 181	2 058	5,5
Jihočeský kraj	35 200	1 641	4,9
Plzeňský kraj	36 795	1 464	4,1
Karlovarský kraj	33 419	1 576	4,9
Ústecký kraj	35 601	1 417	4,1
Liberecký kraj	34 791	1 597	4,8
Královéhradecký kraj	**36 042**	**1 540**	**4,5**
Pardubický kraj	34 409	1 332	4,0
Kraj Vysočina	35 475	1 438	4,2
Jihomoravský kraj	37 522	1 828	5,1
Olomoucký kraj	34 642	1 380	4,1
Zlínský kraj	34 893	1 878	5,7
Moravskoslezský kraj	35 107	1 691	5,1

zdroj: Český statistický úřad – Evidenční počet zaměstnanců a jejich mzdy – 2.čtvrdletí 2023

Z tabulky č. 1 vyplívá, že Královéhradecký kraj měl v roce 2022 v rámci celé ČR pátou nejvyšší průměrnou mzdu, která činila 36 042 Kč což by se dalo označit za poměrně dobrou koupěschopnost obyvatel. Přírůstek oproti minulému roku však zaostává za celostátním průměrem. Z pohledu zemědělství patří kraj s 60 % obhospodařované půdy mezi prvních pět krajů podle výměry. Z toho představuje 2/3 orná půda. V roce 2019 bylo v Královéhradeckém kraji registrováno pouze 249 ekofarem, což řadí kraj v rámci ČR až na 9. místo. V kraji je také velmi nízký počet registrovaných výrobců biopotravin, v roce 2019 jich bylo 38, tedy třetí nejnižší podíl v ČR.

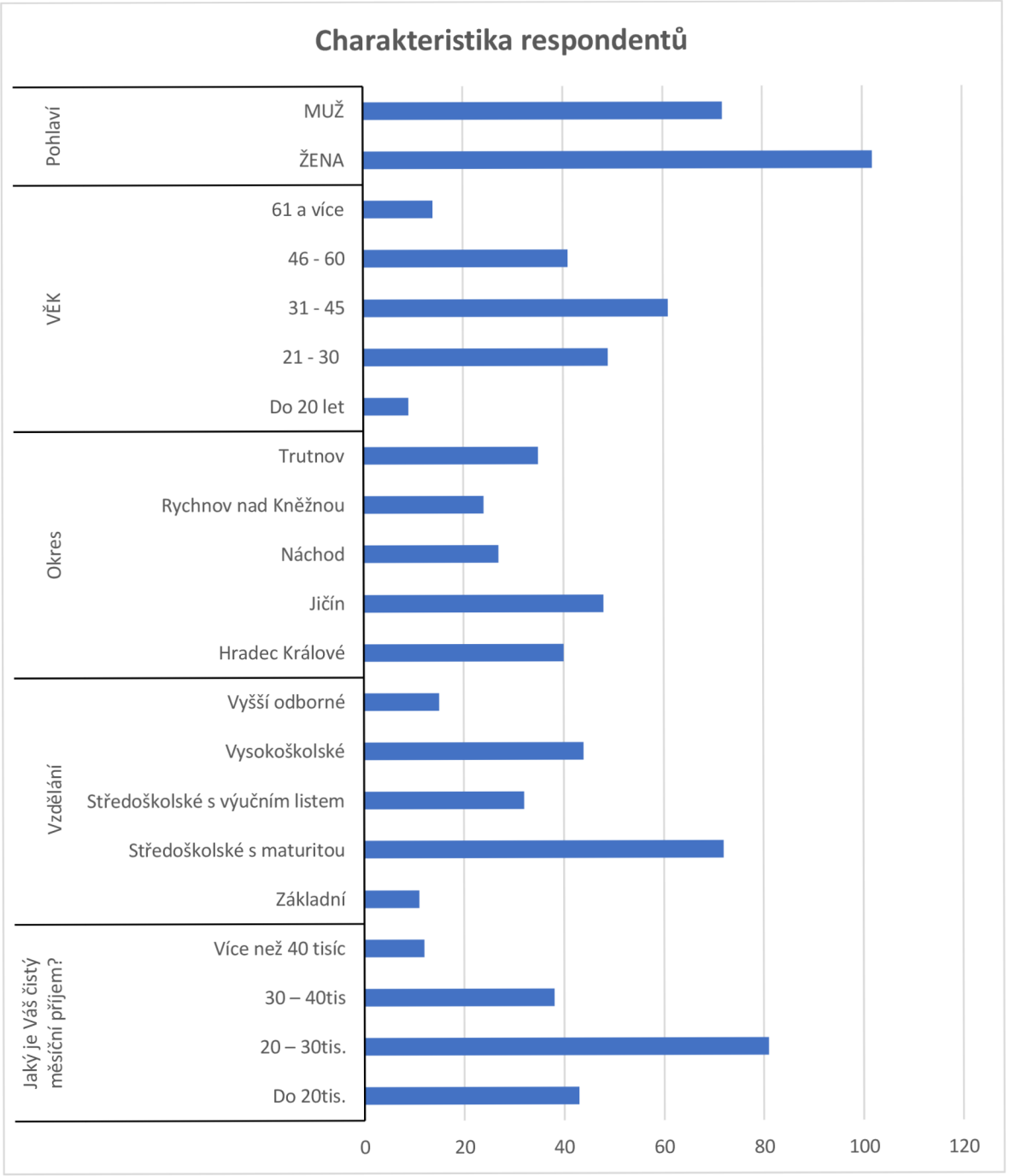
4.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na širokou veřejnost s cílem zjistit, jak se lidé orientují v oblasti biopotravin a jestli se biopotraviny staly běžnou součástí nákupních košíků. Testování formou dotazníku bylo zvoleno z důvodu možnosti oslovení většího množství respondentů. Dotazník byl vytvořen na stránce Survio.com a byl rozeslán přes sociální sítě, Facebook a email. Elektronický dotazník byl zvolen z důvodu úspory času při shánění respondentů, předpokladu, že lidí dnes běžně využívají internet a sociální sítě. Skutečnost, že lidé mohou odpovídat z pohodlí domova, vede i k větší ochotě vyplnění dotazníku. Dotazník byl vytvořen na konci září 2023 a respondenti na něj mohli odpovídat do první půlky listopadu 2023. Dotazník byl částečně distribuován tak, aby mohl být vyplněn respondenty napříč jednotlivými okresy Královéhradeckého kraje, což umožnilo vytvořit co nejvíce reprezentativní vzorek vypovídající o trhu s biopotravinami v kraji. Před zahájením byl dotazník otestován 5 lidmi, kteří vyplnili dotazník nanečisto pro ověření funkčnosti. Před zahájením testování byly výsledky smazány. Prvních 5 otázek dotazníku bylo zaměřených na získání základních údajů respondenta jako je pohlaví, věk, vzdělání, měsíční příjem a bydliště. Další otázky měly za cíl zjistit, kdo a jak často respondenti kupují biopotraviny, kde je nejčastěji kupují a kolik jsou za ně schopný měsíčně utratit. Respondenti, kteří biopotraviny nekupují, nemuseli na některé otázky vůbec odpovídat a mohli se přesunout na otázky povinné pro všechny.

5 Výsledky

5.1 Zhodnocení dotazníkového šetření

Sběr dat probíhal prostřednictvím internetového dotazníku dostupného na stránkách Survio. Dotazník byl rozeslán přes sociální média a email a zúčastnilo se ho 174 respondentů. Celkem bylo 20 otázek a prvních 5 socio-demograficky zaměřených. Cílem tohoto dotazníku bylo zjistit, jak lidé vnímají kvalitu biopotravin, jestli je něco odrazuje od nákupu, zda jsou pro ně dostupné finančně a jak vnímají dostupnou nabídku biopotravin na trhu. Ze 174 respondentů bylo 102 žen a 72 mužů. Většina respondentů byla ve věku 21 až 60 a nejvíce zastoupené vzdělání bylo středoškolské s maturitou nebo výučním listem a to 60 %.



Graf 1: Charakteristika respondentů (zdroj: autor)

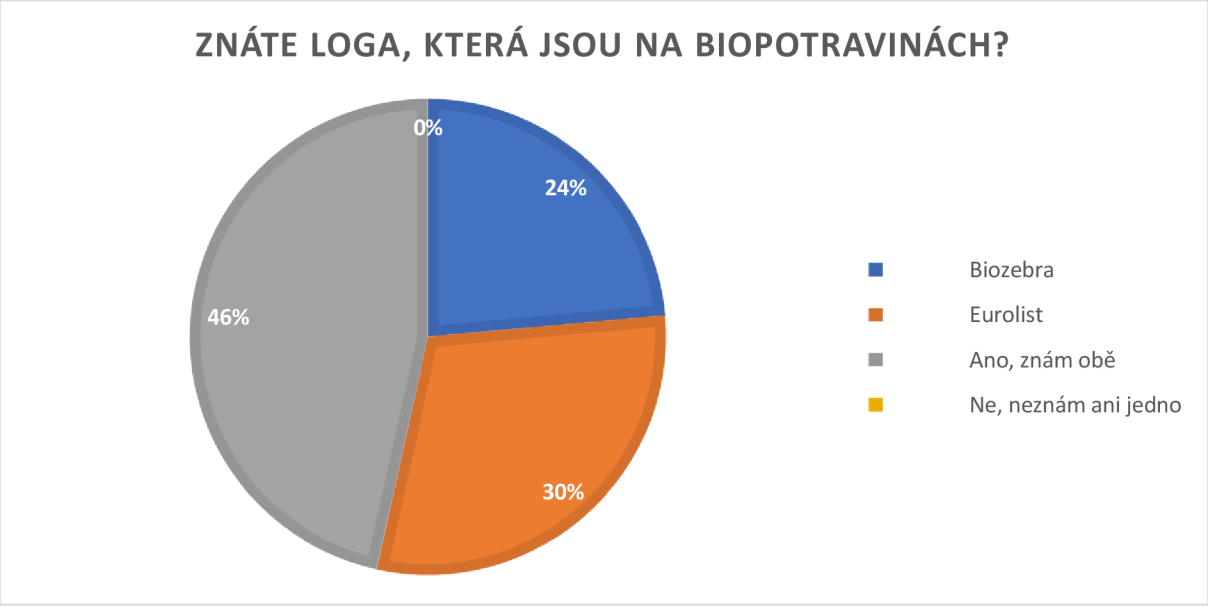
5.1.1 **Vyhodnocení otázek dotazníku**

Zájem dotazovaných o zdravou výživu.

Podle odpovědí respondentů na tuto otázku, se 116 dotázaných zajímá o zdravý životní styl. Naopak 58 se o ni nezajímá vůbec. Podle očekávání se o zdravou výživu zajímají více ženy než muži. Ze 102 dotázaných žen dbá 74 % na zdravou stravu, což je více než u mužů.

Poznatky respondentů o značení biopotravin.

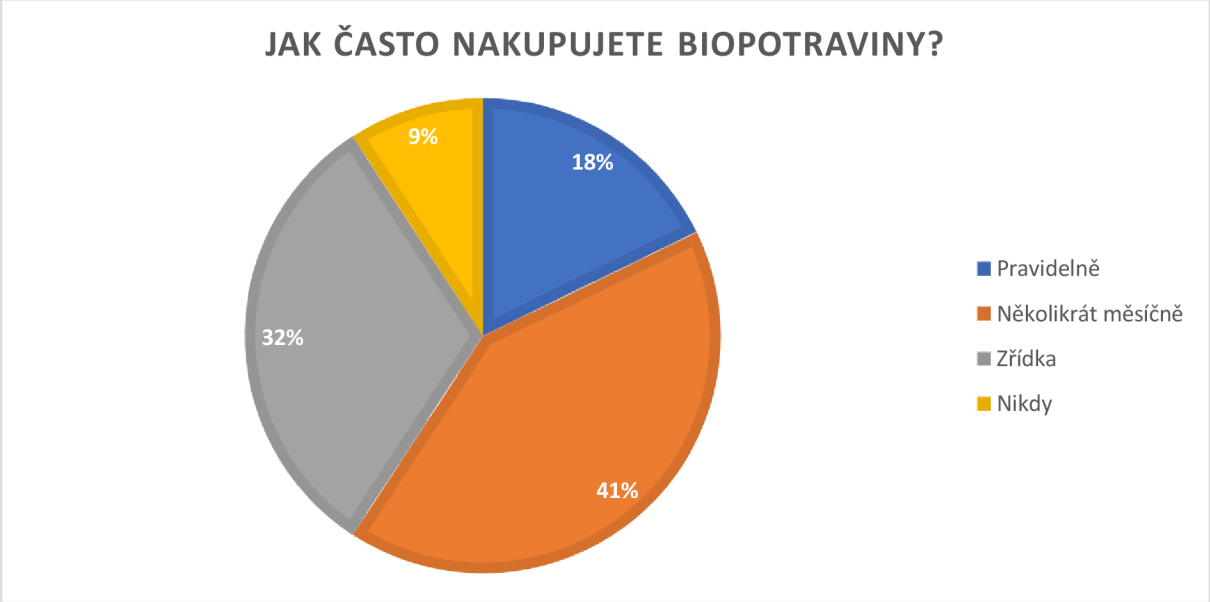
Tato otázka byla rozdělena na dvě části. V první části respondenti odpovídali, jestli znají značení, které musí být na každém bio výrobku. 72 respondentů odpovědělo, že ho zná, nebo si myslí, že ho zná. Všichni dotázaní znali alespoň jedno logo, kterým se označují biopotraviny. České značení tzv. „biozebru“ zná 41 lidí, což je 24 % ze všech dotázaných. Evropské značení „Eurolist“ zná 52 respondentů (30 %) a necelá polovina dotázaných (46 %) zná obě loga. Mezi respondenty nebyl žádný, který by neznal alespoň jedno logo.



Graf 2: Znáte loga, která jsou na biopotravinách? (zdroj: autor)

Četnost nakupování biopotraviny.

Přesto, že se biopotraviny stále častěji vyskytují v nákupních košících, je vidět, že z dotázaných nakupuje pravidelně biopotraviny pouze 18 %. Jedním z hlavních faktorů, je cena, která bývá často mnohem vyšší než u běžných potravin, což může představovat problém hlavně u lidí s nižším příjmem. Největší část (41 %) si biopotraviny několikrát za měsíc, dalších 35 % dotázaných nakupuje biopotraviny pouze zřídka. 9 % dotázaných uvedlo, že biopotraviny vůbec nekupují. Ti, kteří nekupují žádné biopotraviny mohli další otázky vynechat a pokračovat otázkou, která bylo pro společná pro všechny.



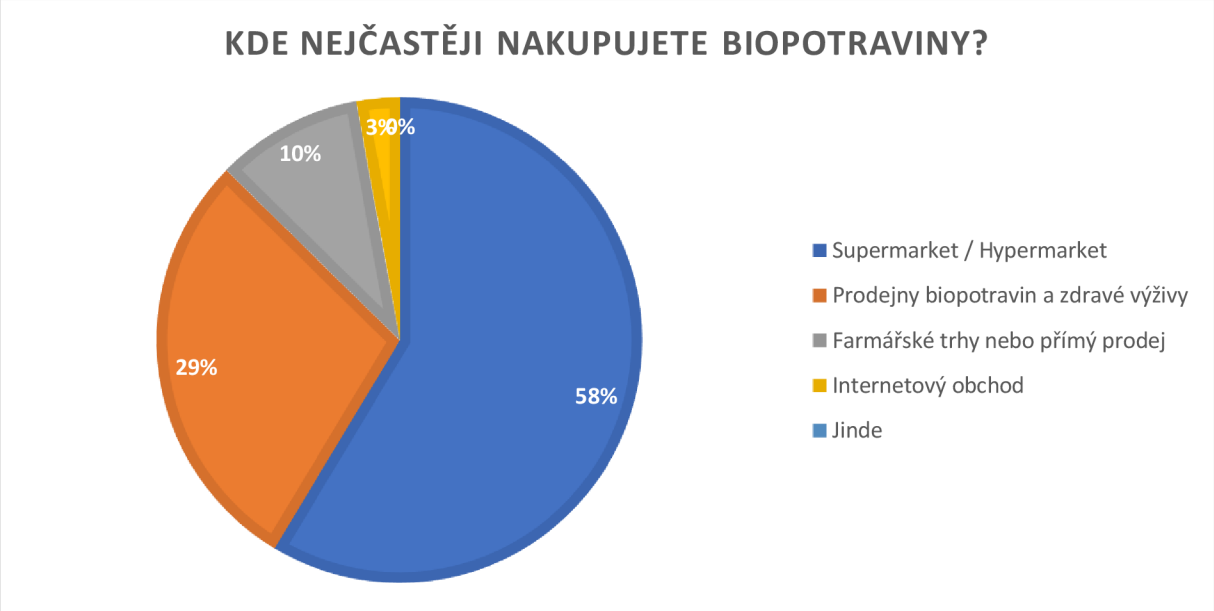
Graf 3: Jak často nakupujete biopotraviny? (zdroj: autor)

Místo nakupování biopotraviny.

Tato otázka byla povinná pro ty, kteří biopotraviny někdy kupují. 16 respondentů opovědělo u předchozí otázky NE, a proto se této otázky nezúčastnili. V supermarketech nakupuje nejvíce dotázaných a to 102. Dalších 50 využívá k nákupu prodejny biopotravin a zdravé výživy. Farmářské trhy využívá 17 respondentů.

Jak je vidět na grafu č.4 nejvíce lidí nakupuje biopotraviny opravdu v supermarketu, popřípadě v hypermarketu. Hlavní důvod může být ten, že lidé v těchto obchodech pravidelně nakupují běžné potraviny a biopotraviny mají tak pohodlně k dispozici na jednom místě. Je zde výběr ze širokého sortiment biopotravin a konvenčního

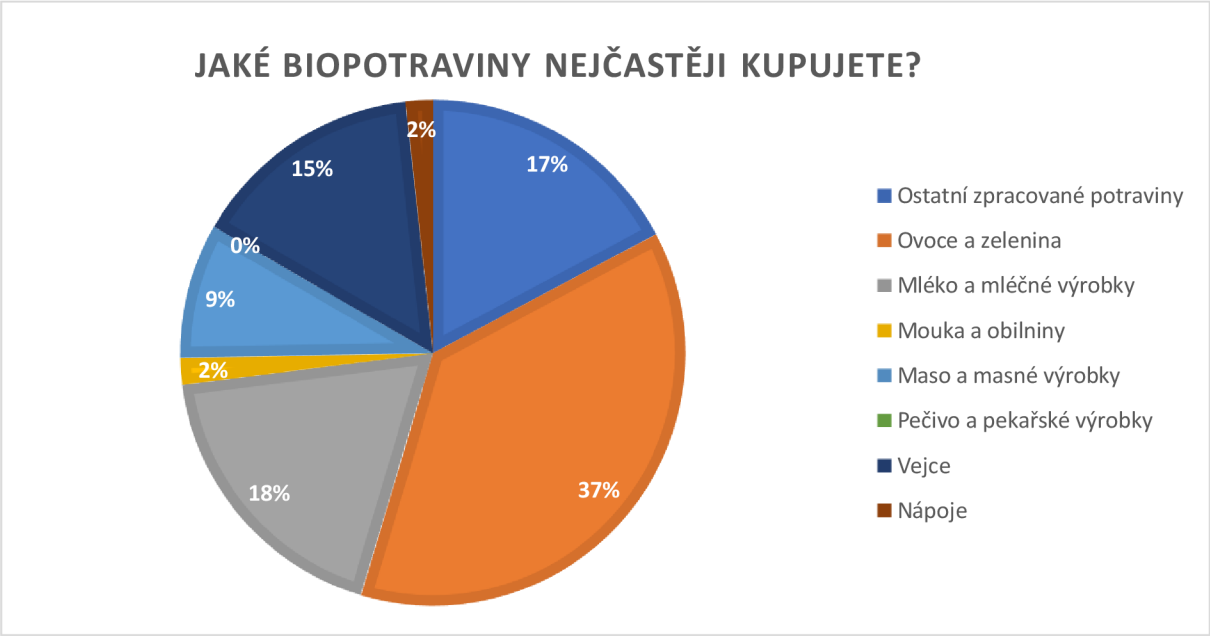
zboží. Podle vlastních zkušeností se nabídka biopotravin v supermarketech zlepšila a je schopná pokrýt základní potřebu zákazníka. Mnoho lidí využívá možnost pěstovat ovoce a zeleninu na zahrádce, nebo chovat vlastní zvířata. Domácí produkce ale ještě neznamená, že produkují biopotraviny. Aby tomu tak bylo, musely by se řídit všemi zásadami ekologického zemědělství. Nepoužívat žádné pesticidy, umělá hnojiva a další zakázané látky.



Graf 4: Kde nejčastěji nakupujete biopotraviny? (zdroj: autor)

Biopotraviny, které respondenti nejčastěji kupují.

Nejvíce si do obchodu respondenti podle průzkumu chodí pro ovoce a zeleninu. Tuto možnost uvedlo 65 lidí. Druhou nejčastěji kupovanou kategorií se díky 32 hlasům stalo mléko a další mléčné výrobky. Maso a masné produkty si zvolilo 15 lidí. Na venkově či v menších městech lidé často chovají slepice, takže vejce nemusí vůbec kupovat, 26 respondentů však uvedlo, že si do obchodu chodí nejvíce právě pro ně. Nápoje a mouka nejsou v obchodě tolik vyhledávané komodity, a proto také obdržely pouze 3 hlasy. Velké množství respondentů (30) vybralo kategorii „Ostatní zpracované potraviny“, která v ČR tvoří největší podíl na maloobchodním obratu s biopotravinami. zahrnuje produkty jako jsou káva a čaj, hotová jídla včetně dětské výživy.



Graf 5: Jaké biopotraviny nejčastěji kupujete? (zdroj: autor)

Souhlas respondentů s následujícími tvrzeními.

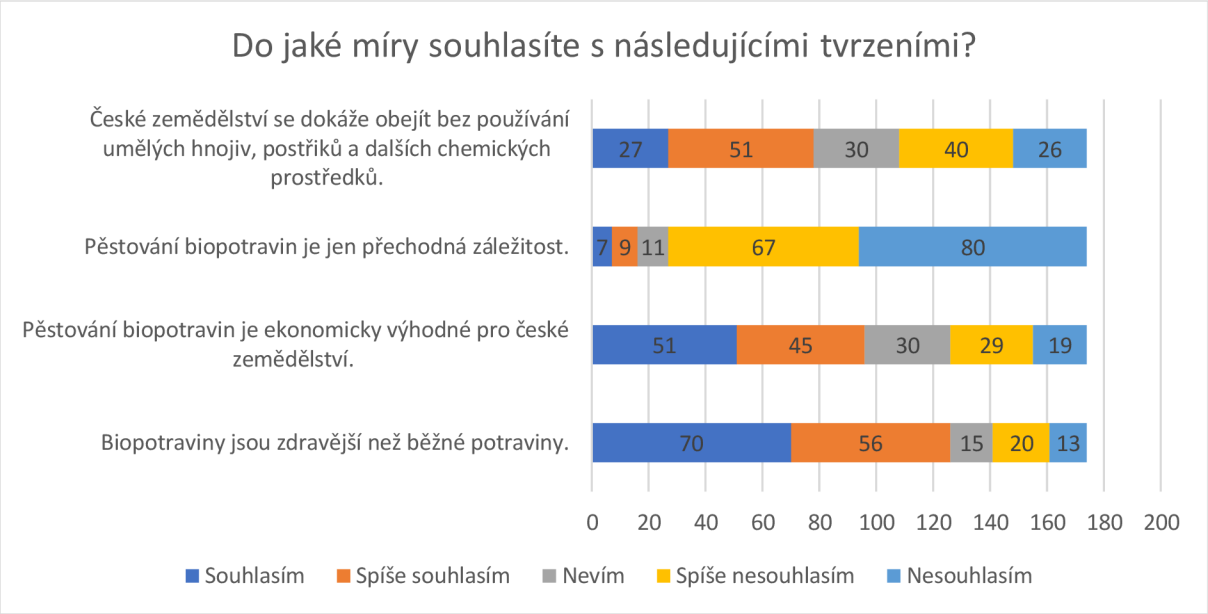
Tato otázka zahrnovala 4 tvrzení, na které měli respondenti možnost odpovědět, jak s daným tvrzením souhlasí. Tato otázky byla povinná i pro ty, kteří uvedli, že biopotraviny nekupují.

Na tvrzení „České zemědělství se dokáže obejít bez používání umělých hnojiv, postřiků a dalších chemických prostředků“ odpovědělo 27 lidí že souhlasí a dalších 51, že s tvrzením spíše souhlasí. S tvrzením naprosto nesouhlasí 26 lidí a 40 se přiklání k názoru, že spíše nesouhlasí. A 30 respondentů si není jistých svou odpovědí.

Druhé tvrzení „Pěstování biopotravin je jen přechodná záležitost“ je pravdivé pouze pro 7 respondentů a další 9 zvolilo možnost spíše souhlasím. Nejvíce lidí s tímto tvrzením nesouhlasí a to 80, dalších 67 se kloní k názoru, že spíše nesouhlasí.

Třetí tvrzení „Pěstování biopotravin je ekonomicky výhodné pro české zemědělství“ považují respondenti v 51 případech za pravdivé a další 45 s tvrzením spíše souhlasí. 30 dotázaných lidí si není jistých k jakému názoru se přiklonit. Opačný názor zastává 29 dotázaných, kteří spíše nesouhlasí a 13 jich je zcela proti tomuto tvrzení.

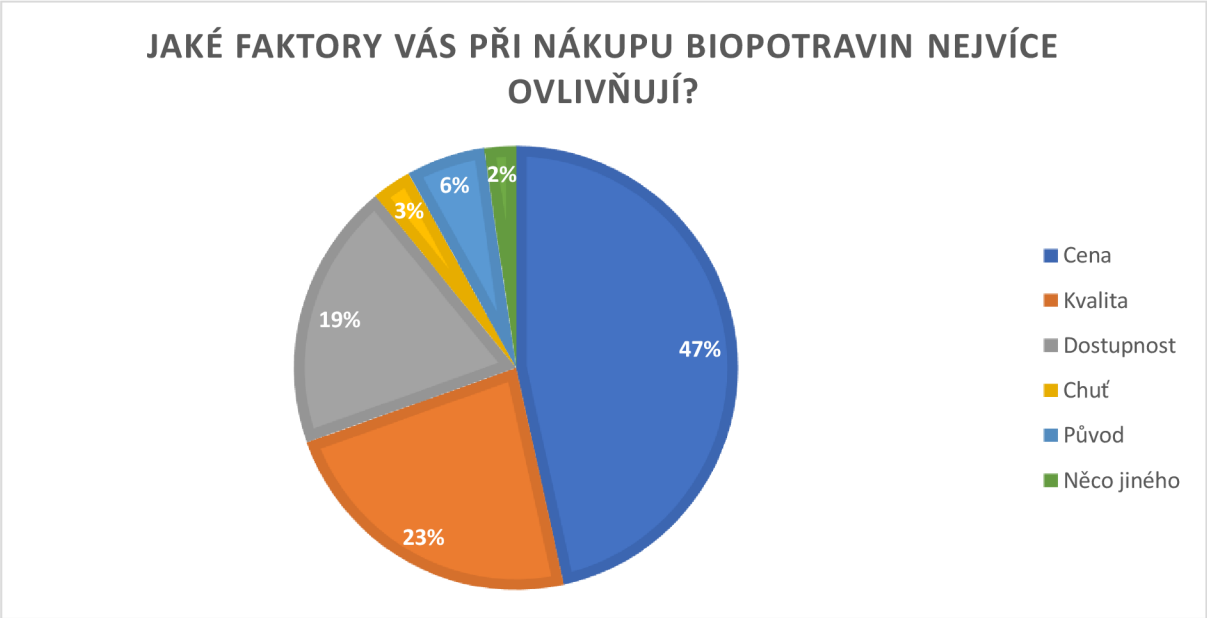
S posledním tvrzením „Biopotraviny jsou zdravější než běžné potraviny“ naprosto souhlasí 70 respondentů a dalších 56 spíše souhlasí. Na druhé straně je proti tomuto tvrzení pouze 13 dotázaných a 20, kteří spíše nesouhlasí.



Graf 6: Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními? (zdroj: autor)

Faktory, které ovlivňují respondenty při nákupu biopotravin.

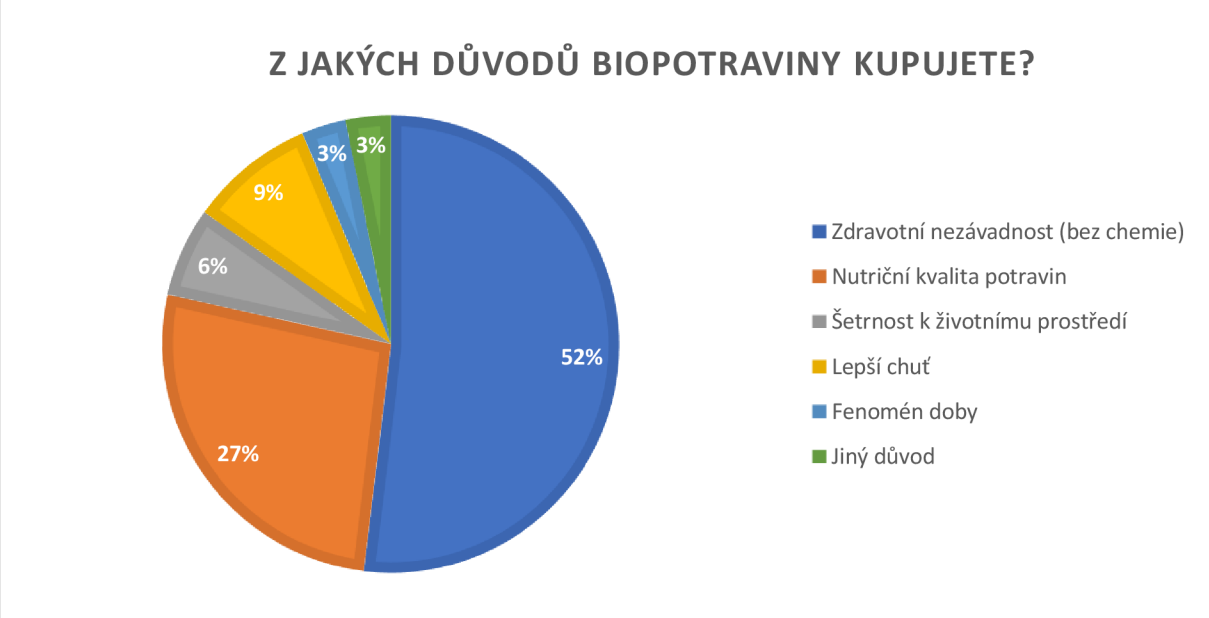
Hlavním důvodem, který ovlivňuje respondenty pří nákupu je cena. Ta bývá u biopotravin někdy i o desítky procent vyšší. Druhým faktorem je kvalita bio výrobků. Pokud výrobek vyhovuje svojí lepší kvalitou, je zákazník ochoten si za něj připlatit. Dostupnost produktu má také důležitou roli. Produkty, které jsi jsou zákazníci schopni obstarat od místních farmářů, nebo z vlastní produkce, už nejsou ochotni kupovat za vyšší ceny.



Graf 7: Jaké faktory Vás při nákupu biopotravin nejvíce ovlivňují? (zdroj: autor)

Důvody, které vedou respondenty k nákupu biopotravin.

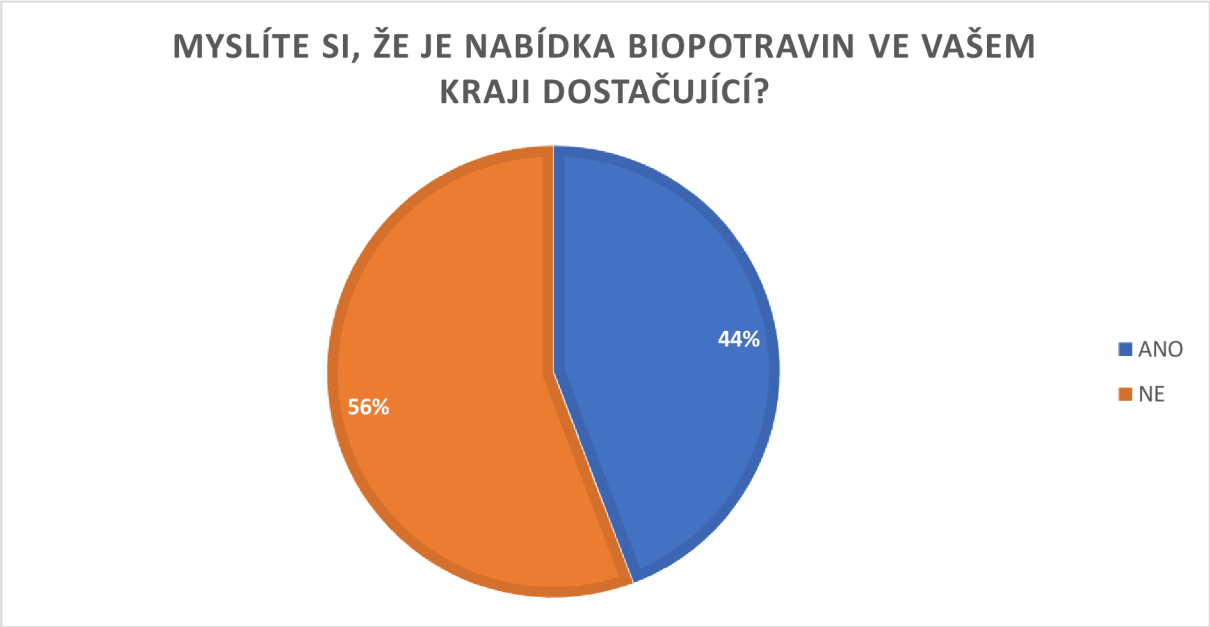
Tuto otázku hodnotili pouze respondenti, kteří biopotraviny kupují. Ti uvedli jako hlavní důvod k nákupu biopotravin zdravotní nezávadnost a absence chemických látek a postřiků při jejich výrobě či pěstování. Tuto možnost zvolilo 81 respondentů. Dalších 42 uvedlo jako důvod nutriční kvalitu potravin, šetrné k životnímu prostředí pak zvolilo 10 lidí, lepší chuť vybralo 14 respondentů a jako fenomén doby vidí biopotraviny 5 dotázaných.



Graf 8: Z jakých důvodů biopotraviny kupujete? (zdroj: autor)

Poznatky respondentů k nabídce biopotravin.

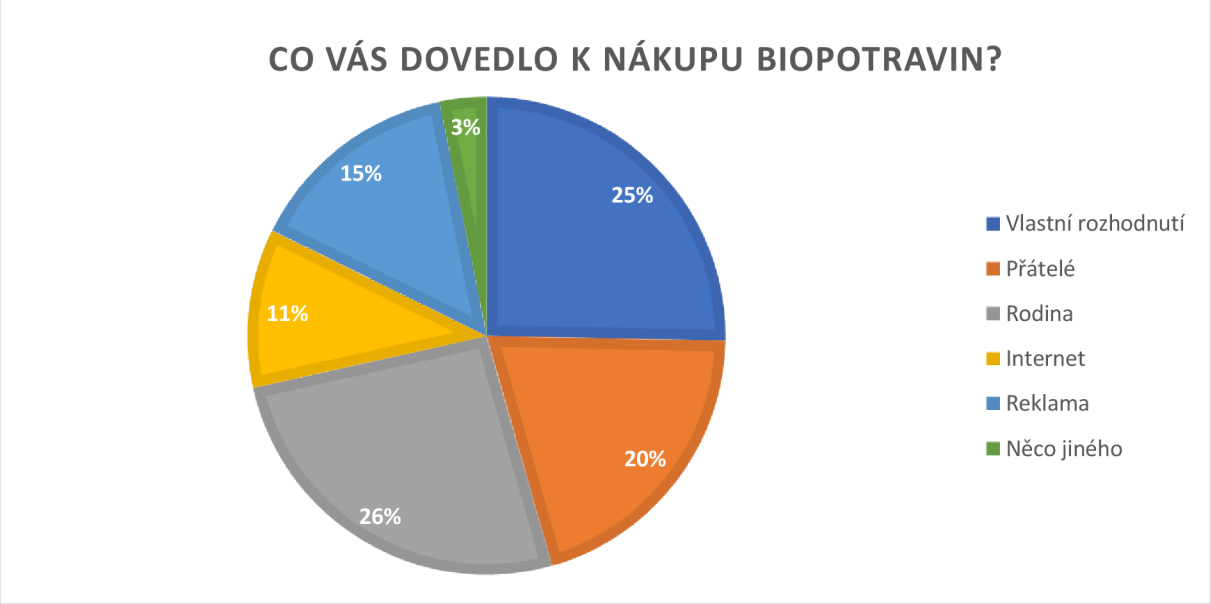
Na otázky, zda je nabídka v Královéhradeckém kraji dostačující uvedlo 97 respondentů že není. 77 považují nabídku za dostatečnou. Prodej biopotravin je v ČR každým rokem vyšší. Nevyšší zásluhy na tom mají supermarkety a hypermarkety, kde v roce 2020 prodalo 32 % všech biopotravin. Ty jsou ve všech větších městech a představují ideální místo pro nákup. Menší obce tuto možnost nemají, ale zde možnost nakoupit biopotraviny od místního farmáře, nebo z vlastní produkce. Roste také prodej přes e-shopy (22 % v roce 2020). prodejny zdravé výživy a biopotravin se na celkovém prodeji podílely z 15 %.



Graf 9: Myslíte si, že je nabídka biopotravin dostačující? (zdroj: autor)

Důvodu, které respondenty přiměly k nákupu biopotravin.

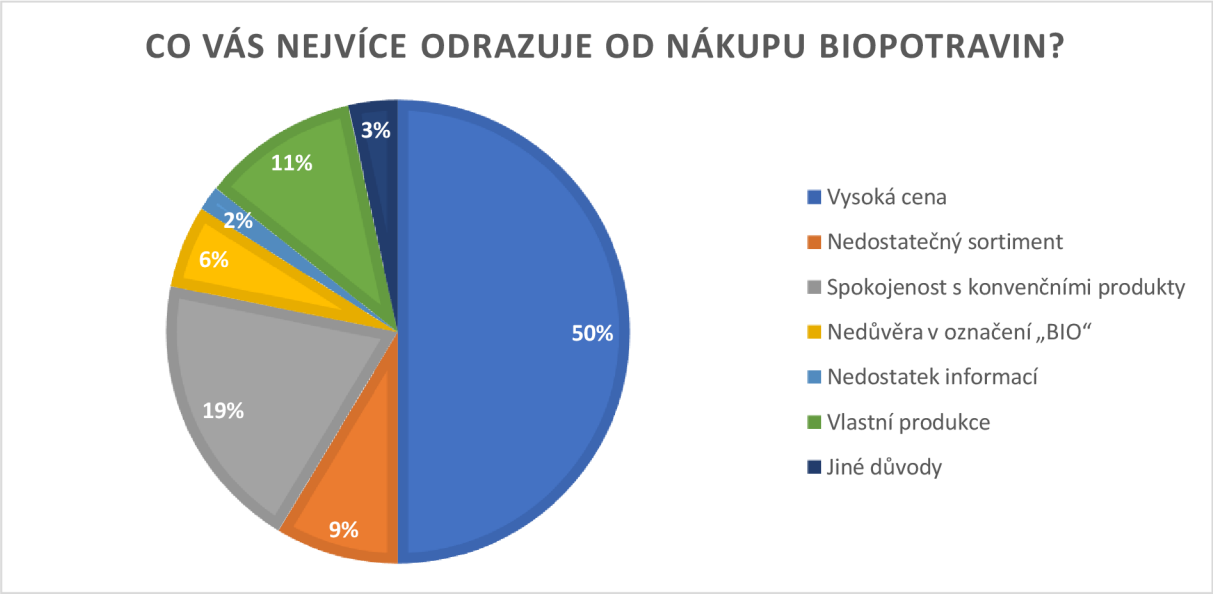
Na tuto otázku odpovídali pouze Ti, kteří biopotraviny kupují. Nejvíce respondentů uvádí, že je k nákupu biopotravin přivedla rodina. Tuto možnost zvolilo 41 dotázaných. 40 lidí uvedlo, že se pro koupi biopotravin rozhodli sami. V moderním světě dbá čím dál více lidí o své tělo a preferují zdravý životní styl, což zahrnuje i pestrý jídelníček ke kterému využívají právě i biopotraviny. Dalším častým důvodem byla reklama. S tou se každý z nás setkává neustále, takže i 23 účastníků tohoto dotazníků přiznává, že právě je právě ona přivedla k biopotravinám. 32 respondentů začalo kupovat biopotraviny díky přátelům a 5 dotázaných uvedlo jiné důvody.



Graf 10: Co Vás dovedlo k nákupu biopotravin? (zdroj: autor)

Důvody, které odrazují k od nákupu biopotravin.

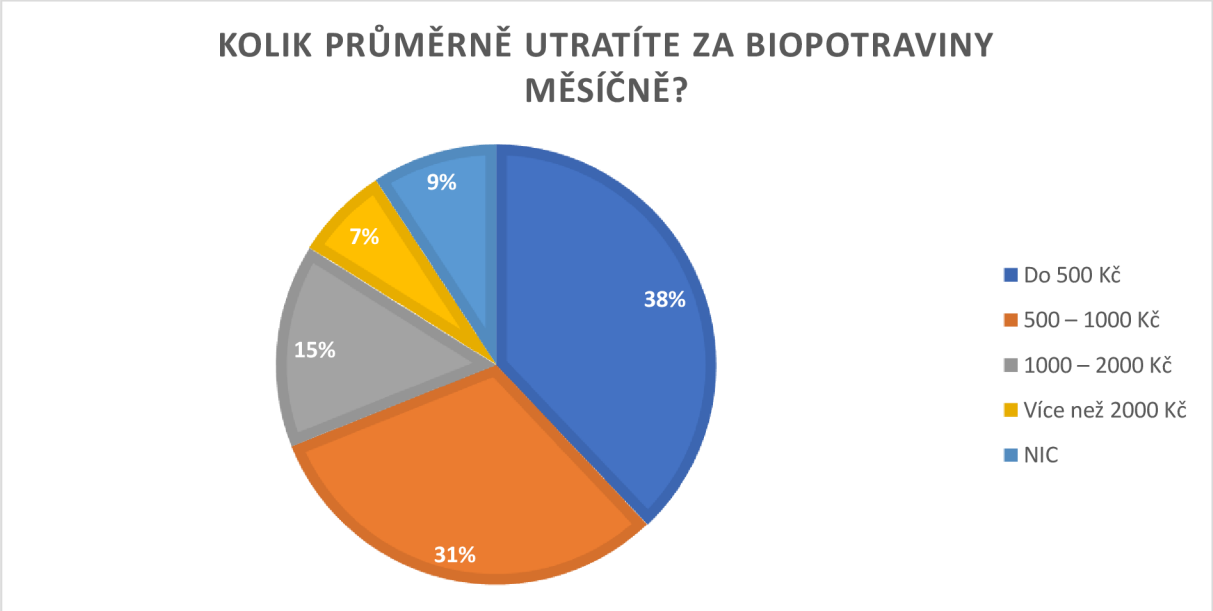
Hlavním důvodem, proč lidé dávají přednost konvenčnímu zboží je pro 87 dotázaných vysoká cena biopotravin. To je z celkového počtu respondentů přesně polovina dotázaných. Výroba živočišných a rostlinných biopotravin je náročnější než výrobě běžných potravin. V ekologickém zemědělství se nesmí vývoj uměle urychlovat, což znamená, že rostlina a zvířata potřebují více času, než vyrostou. Na výrobu některých bio výrobků je zapotřebí většího množství surovin. Zatím co stejné konvenční výrobky obsahují menší podíl surovin, díky čemuž jsou levnější ale také méně kvalitnější. Pro lidí, kteří nemají vysoké přijmi je přijatelné nakoupit konvenční zboží a spokojit s horší kvalitou a složením. Dalších 34 uvedlo, že jsou spokojeni s běžně dostupným konvenčním zbožím. Důvodem pro 10 lidí je, že nedůvěřují označení „BIO“. Pro 15 respondentů není výběr dostatečný a 19 lidí dává přednost pouze vlastní produkci. Další 3 nemají dostatek informací pro nákup a 6 mají jiné důvody. Jako další důvod, který by mohl spotřebitele odrazoval od nákupu by mohla být skutečnost, že biopotraviny nepůsobí svým vzhledem dostatečně atraktivně. Jelikož se k jejich výrobě nesmí používat většina chemických látek a pesticidů, vyskytují se například u ovoce či zeleniny, různé deformace tvaru, povrchové vady nebo nezvyklé zbarvení plodů.



Graf 11: Co Vás nejvíce odrazuje od nákupu biopotravin? (zdroj: autor)

Měsíční útrata respondentů za biopotraviny.

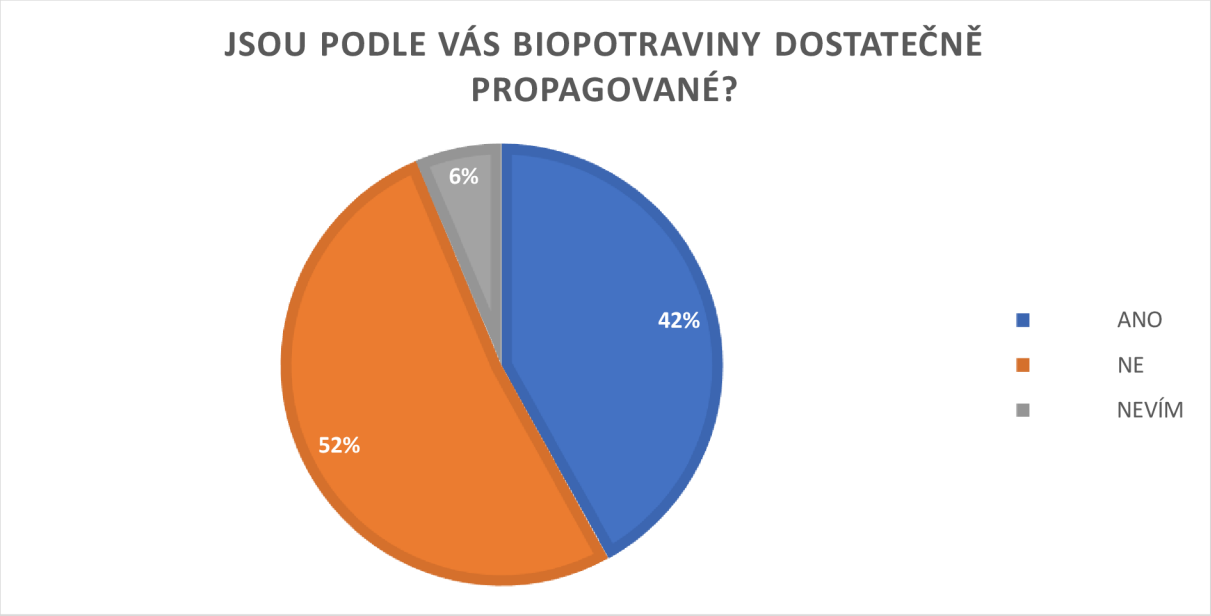
Další otázka byla zaměřena na množství výdajů, které spotřebitelé dávají za nákup biopotravin. Z výsledků dotazníků vychází, že nejvíce lidí utratí za měsíc maximálně 500 Kč. Druhou nejčastější odpovědí byla možnost 500 až 1000 Kč, tolik utratí 54 respondentů. 26 dotázaných utratí 1000 až 2000 Kč a 12 respondentů je ochotných utratit více než 2000 Kč měsíčně.



Graf 12: Kolik průměrně utratíte za biopotraviny měsíčně? (zdroj: autor)

Poznatky týkající se propagace biopotravin.

90 respondentů považuje biopotraviny za málo propagované. Což by mohl být jeden z důvodů, proč dosud tolik lidí biopotraviny nekupuje. Opačný názor má 73 dotázaných, kteří si myslí, že jsou propagované dostatečně a 11 dotázaných si není jistých.



Graf 13: Jsou podle Vás biopotraviny dostatečně propagované? (zdroj: autor)

6 Diskuse

Výsledky první části výzkumu realizovaného prostřednictvím anonymního dotazníku je možné využít k vytvoření představy týkající se nákupních návyků zákazníků, a jejich informovanost v oblasti biopotravin. Dotazníku se zúčastnilo celkem 174 lidí a z toho bylo 102 žen. Ty, jak se předpokládalo, se podle výsledků šetření o zdravou výživu zajímají více než muži a biopotraviny kupují častěji. Toto zjištění se shoduje se zjištěním diplomové práce Bc. Marcely Zajíčkové z roku 2017. S pojmem biopotraviny se setkali všichni respondenti. Díky rostoucímu zájmu o zdravou výživu, roste také každým rokem rozloha ekologicky obhospodařovaná a roste také sortiment biopotravin. Lidé se více zajímají o složení i původ potraviny, a to nejen o biopotraviny, ale také o potraviny konvenčního zemědělství. Přesto že se biopotraviny stávají běžně vyhledávanou komoditou, znalosti o nich jsou stále u části zákazníků malé. S označením, které musí být na biopotravinách povinně uvedené, se setkali všichni dotázaní. Většina respondentů zná jak české, tak evropské logo. Ostatní respondenti znají alespoň jedno značení, ale na rozdíl od průzkumu, který provedla agentura MEDIAN v roce 2014, poznalo více respondentů právě logo evropské (MEDIAN, 2014). Klíčovým faktorem, který ovlivňuje respondenty, je bezesporu cena. Ta je u biopotravin, z důvodu vyšší nákladů na produkci, mnohdy i několikanásobně vyšší než u běžných potravin. Z toho důvodu není překvapení, že největší procento respondentů, kteří biopotraviny nakupují mají příjem vyšší než 30 tisíc měsíčně. Nejčastěji kupují dotázaní biopotraviny v obchodních řetězcích. Díky široké síti prodejen jsou pro zákazníka snadno dostupné. Podle studie Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (zkráceně ÚZEI) z roku 2021 je však zřejmé, že obrat řetězců se v období 20011–2020 postupně snižoval. Spotřebitelé však v průzkumu uvedli že nejsou spokojeni s nabídkou biopotravin v Královéhradeckém kraji. Významný nárůst pak zaznamenal přímý prodej a v posledních letech se rozšířil prodej přes e-shopy. Hlavní kategorie, o kterou je už dlouhodobě nejvyšší zájem jsou „Ostatní zpracované potraviny“, které v roce 2020 tvořily necelých 42 % (ÚZEI, 2021). Výsledek vlastního šetření však ukázal, že respondenti mají největší zájem o kategorie ovoce a zeleninu, což potvrzuje také bakalářská práce Sáry Bejčkové z roku 2016. Přesto, že informace o biopotravinách nejsou tolik rozšířené, je většina respondentů přesvědčená, že pěstování takových to potravin je šetrnější pro životní prostředí a přibližně stejný počet zákazníků si myslí, že jsou biopotraviny zdravější než konvenční potraviny. Najde se i určitá část obyvatel, kteří

nedůvěřují kvalitě bio výrobků. Stejně jako zjistila Marie Sváčkova ve své bakalářské práci z roku 2020, tak i v tomto průzkumu někteří z dotázaných v bio kvalitu nevěří. Respondenti také vnímají, že při chovu zvířat je v ekologickém zemědělství dopřáván welfare. Skutečnost, že pouze necelá čtvrtina respondentů kupuje bio výrobky pravidelně nepotvrzuje celostátní trend rostoucího trhu s biopotravinami, který každým rokem roste. Přesto, že je v Královéhradeckém kraji zemědělsky obhospodařovaná poměrně velká část půdy, počet BIO výrobců je ve srovnání s ostatními kraji velmi nízký.

7 Návrhy opatření

Po vyhodnocení dotazníkového šetření byly identifikovány některé problémy, které brání rozvoji trhu s biopotravinami. Mezi ty největší patří, jak v Královéhradeckém kraji, tak i na celém českém trhu, vysoké ceny, za které jsou bio výrobky prodávány. Dále pak nízká informovanost spotřebitelů o nabídce v oblasti, ve které žijí a malá informovanost o vlastnostech bioproduktů. Spotřebitelé také nedokážou posoudit, jaké jsou rozdíly mezi zbožím konvenčního původu a výrobky biokvality. V této části budou uvedeny některé návrhy na zlepšení současné situace na trhu s biopotravinami v Královéhradeckém kraji. Jako první problém by bylo vhodné rozšířit více informací týkajících se ekologického zemědělství a způsobech jakým jsou biopotraviny vyráběny a jak se jejich výroba odlišuje od běžných konvenčních potravin. Více informací a porozumění by mělo pomoci zákazníkům při výběru zboží, protože pokud spotřebitel nemá dostatek znalostí, aby mohl posoudit v čem je výrobek lepší, dá raději přednost běžnému produktu než aby si hledat informace sám. A přesto, že lidé tuší, že jsou bio výrobky lepší, neradi investují čas, aby se sami přesvědčili, v čem je ten hlavní rozdíl. Řešením by byla určitá reklamní kampaň, kterou by mohlo vedení kraje rozjet ve spolupráci s ministerstvem zemědělství v rámci celé republiky. Ta by měla za úkol nenásilnou formou zvýšit povědomí o principech ekologického zemědělství a zdravotní způsobilosti biopotravin. Měla by také informovat jaká jsou pozitiva ekologického zemědělství na životní prostředí, a naopak o škodlivých vlivech konvenční produkce na krajinu kolem nás. Dobře připravená reklamní kampaň by mohla oslovit velké množství lidí prostřednictvím státní nebo regionální televize, prostřednictvím regionálních deníků nebo poutačů na veřejných a často navštěvovaných místech kraje. Velký vliv by také mohli mít samotní výrobci, kteří v kraji provozují svůj

obchod. Je v jejich zájmu, aby se informace o kvalitě jejich výrobků dostaly k co nejvíce potencionálním spotřebitelům. Za tímto účelem by měli pořádat různé besedy či přednášky, jejichž součástí by bylo senzorické hodnocení výrobků. Pokud by zájemci dostali možnost otestovat na vlastní smysly čím se odlišují bio výrobky od jejich konvenčních substitutů, lépe by si udělali představu o kvalitě a chuti, která je odlišuje. Z vlastní zkušenosti mohu říct, že je v určitých případech těžké chuťově odlišit některé výrobky, pokud nejsou předem označeny. Ekofarmy v regionu by měli workshopy a exkurze, kde by seznámily zájemce s principy ekologického zemědělství v praxi. Tím by zjistili, jaké má ekologické zemědělství přínosy proč je vůbec důležitý takovýto způsob produkce potravin. Zlepšit informovanost by také šlo díky zařazení výuky do škol i kdyby to mělo zahrnovat pouze základní informace, nebo už zmínění přednášky pro studenty. Informační osvěta by mohla probíhat i prostřednictvím malých informačních stánků v místech, kde je velká kumulace lidí, jakou jsou nákupní centra. Pracovníci by zde rozdávali lidem letáky, nebo brožury se stručným popisem principů ekologického zemědělství, základními údaji týkajících se biopotravin a například mapkou, kde se v kraji nalézají obchody, farmy a další místa, kde se dají biopotraviny zakoupit. Reklamní kampaň by měla být přizpůsobena také podle kategorie, která se nejvíce zajímá o zdravou výživu. Tou je dnes hlavně generace mladých lidí a žen, které se podle výsledků průzkumu o zdravou výživu zajímají více než muži. Mladší generaci je možné oslovit pomocí krátkých, zábavných a vzdělávacích videí, se kterými se setkávají na sociálních sítích prakticky neustále. Vzhled bio výrobků je také důležitou součásti, která utváří celkový dojem. Je potřeba vymyslet takový originální obal, který by dokázal spotřebitele zaujmout svým vzhledem, nebo použitým materiálem, který bude šetrný k životnímu prostředí.

8 Závěr

Teoretická část bakalářské práce byla zaměřená na seznámení čtenáře s pojmem biopotraviny, a stavem spotřebitelského trhu v Královéhradeckém kraji. Dále byly vysvětleny základní pojmy týkající se biopotravin a ekologického zemědělství včetně vymezení legislativních nařízení spojených s výrobou a produkcí biopotravin, identifikace správného značení a kontrolní orgány, které zajišťují dohled nad prodejem biopotravin. Praktická část měla za úkol seznámit čtenáře, jak veřejnost vnímá biopotraviny, co si myslí o stavu spotřebitelského trhu s biopotravinami a jak jsou spotřebitelé spokojeni s nabídkou

na trhu ve svém kraji. Z výsledků vyplívá, že většina lidí považuje biopotraviny za zdravější a kvalitnější, protože neobsahují chemii a pesticidy. Větřena dotázaných považuje biopotraviny za zdravější pro lidský organismus. Hlavní důvod, proč biopotraviny nenakupují uvedlo nejvíce lidí vysokou cenu, která může být vyšší i několikanásobně. Více než polovina dotázaných považuje nabídku za nedostatečnou. Část dotázaných nevěří označení „BIO“ nebo jsou spokojení s konvenčními výrobky. Biopotraviny nakupuje více žen, protože se více zajímají o zdravou výživu, dbají více o své zdraví a o zdraví své rodiny. Všichni respondenti znají alespoň jedno logo, kterým musí být označena každá biopotravina. Nejčastěji respondenti nakupují ovoce a zeleninu, což nesouhlasí s výsledky Ústavu zemědělské ekonomiky a informací, který uvádí jako hlavní kategorií „Ostatní zpracované potraviny. Druhou nejčastěji kupovanou komoditou je podle účastníků průzkum mléko a jiné mléčné výrobky. Biopotraviny se v nákupním košíku objevují častěji u lidí s vyšším příjmem, a i přesto nejvíce z respondentů utratí maximálně 500 Kč za měsíc. Pokud jde o místo, kde se nejčastěji nakupují biopotraviny, využívají zákazníci nejvíce supermarkety a hypermarkety. Velkým problémem je nízká informovanost spotřebitelů v oblasti biopotravin a způsobu jejich pěstování a ekologického zemědělství. Což zákazníky vede k názoru, že jsou biopotraviny zbytečně předražené a dávají tak přednost konvenčním výrobkům, které jsou levnější a lepe dostupné. Na základě získaných informací byly navrženy opatření, která by mohla mít pozitivní vliv na poptávku biopotravin v Královéhradeckém kraji. Mezi ty hlavní patří celorepubliková a krajská reklamní kampaň, která by rozšířila důležité informace mezi potencionálními zákazníky.

9 Seznam použitých zdrojů

9.1 Knižní zdroje

MOUDRÝ Jan, PRUGAR, Jaroslav, 2001: Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 148 s., ISBN 80-7040-526-0.

MOUDRÝ, Jan; PRUGAR, Jaroslav. Biopotraviny: hodnocení kvality, zpracování a marketing. Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2002. ISBN 80-7271-111-3.

URBAN, Jiří; ŠARAPATKA, Bořivoj. Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi. I. díl, Základy ekologického zemědělství, Agroenvironmentální aspekty a pěstování rostlin. Praha: MŽP, 2003. ISBN 80-7212-274-6.

DRYŠLOVÁ Tamara, 2015: Základní aspekty ekologického zemědělství. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 63 s., ISBN 978-80-7509-298-4.

ČERVENKA, Jaroslav; KOVÁŘOVÁ, Kateřina. Biopotraviny. Praha: Česká zemědělská univerzita, Katedra obchodu a financí. 2005. ISBN 80-213-1404-4.

MOUDRÝ, Jan. Bioprodukty. Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR, 1997. ISBN 80-7105-138-1.

9.2 Internetové zdroje

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Ročenka 2020 – Ekologické zemědělství v ČR. [online]. 2022 [cit. 2022-12-16]. Dostupné z: https://eagri.cz/public/web/file/697723/Rocenka_ekologickeho_zemedelstvi_2020_web.pdf

Úplné znění zákona č. 242/2000 Sb, o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb. [online]. Ministerstvo zemědělství, 2008 [cit. 2022-12-15]. Dostupné z: https://eagri.cz/public/web/file/324879/Zakon_1.pdf

KEZ o.p.s. [online]. 2009 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: http://www.kez.cz/nabidka-sluzeb

ABCERT AG [online]. 2012 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: https://www.abcert.cz/index.php

BIOKONT CZ [online]. 2023 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: https://www.biokont.cz/o-nas/

BUREAU VERITAS. [online]. 2023 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: https://www.bureauveritas.cz/o-nas-0

Babinet.cz. Jsou BIO potraviny zdravější než neBIO? [online]. 2020 [cit. 2022-10-20]. Dostupné z: https://babinet.cz/clanek-24993-jsou-bio-potraviny-zdravejsi-nez-nebio.html

Bio nebio.cz. Co to jsou biopotraviny. [online] 2023 [cit. 2023-01-15]. Dostupné z: https://bionebio.cz/nase-vyrobky-2/155-co-to-jsou-biopotraviny

Bartošová R, Produkce a spotřeba biopotravin s ohledem na životní prostředí a lidské zdraví. [online] 2019 [cit. 2023-01-15]. Dostupné z: https://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/44036/barto%C5%A1ov%C3%A1_2019_dp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sváčková M., Spotřebitelský trh s biopotravinami v Jihočeském kraji. [online] 2020 [cit. 2023-10-29]. Dostupné z: https://theses.cz/id/9981uf/BP_Svackova.pdf

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Jsou biopotraviny kvalitnější než klasické potraviny? [online]. 2012 [cit. 2022-12-15]. Dostupné z: https://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/reakce-na-nepresnosti-v-mediich/jsou-biopotraviny-kvalitnejsi-nez.html

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Trh s biopotravinami předloni vzrost o 14 %. [online]. 2009-2023 [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: https://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2022_trh-s-biopotravinami-predloni-vzrostl-o.html

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. Loga pro ekologické zemědělství. [online]. 2009-2023 [cit. 2023-02-11]. Dostupné z: https://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/

Bejčková S., Analýza trhu biopotravin. [online] 2016 [cit. 2023-11-05]. Dostupné z: https://is.vstecb.cz/th/wzmmz/BP-Bejckova.pdf

10 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratek

10.1 Seznam obrázků

Obrázek 1: Evropské logo biopotravin (zdroj: eagri.cz) 15
Obrázek 2: České logo biopotravin (zdroj: eagri.cz) 16

10.2 Seznam grafů

Graf 1: Charakteristika respondentů (zdroj: autor) 22
Graf 2: Znáte loga, která jsou na biopotravinách? (zdroj: autor) 23
Graf 3: Jak často nakupujete biopotraviny? (zdroj: autor) 24
Graf 4: Kde nejčastěji nakupujete biopotraviny? (zdroj: autor) 25
Graf 5: Jaké biopotraviny nejčastěji kupujete? (zdroj: autor) 26
Graf 6: Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními? (zdroj: autor) 27
Graf 7: Jaké faktory Vás při nákupu biopotravin nejvíce ovlivňují? (zdroj: autor) 28
Graf 8: Z jakých důvodů biopotraviny kupujete? (zdroj: autor) 29
Graf 9: Myslíte si, že je nabídka biopotravin dostačující? (zdroj: autor) 30
Graf 10: Co Vás dovedlo k nákupu biopotravin? (zdroj: autor) 31
Graf 11: Co Vás nejvíce odrazuje od nákupu biopotravin? (zdroj: autor) 32
Graf 12: Kolik průměrně utratíte za biopotraviny měsíčně? (zdroj: autor) 32
Graf 13: Jsou podle Vás biopotraviny dostatečně propagované? (zdroj: autor) 33

10.3 Seznam tabulek

Tabulka 1: Průměrná měsíční mzda v České republice za rok 2022 19

10.4 **Seznam použitých zkratek**

GMO – Geneticky modifikovaná organismy

EU – Evropská unie

ČR – Česká republika

Mld. – miliardy

ÚKZÚZ – Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský

EHS – Evropské hospodářské společenství

ES – Evropské společenství

SZPI – Státní zemědělská a potravinářská inspekce