

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomiky**



**Bakalářská práce**

**Analýza trhu s biopotravinami**

**Marina Prokopeva**

© 2020 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Marina Prokopeva

Hospodářská politika a správa  
Podnikání a administrativa

Název práce

**Analýza trhu s biopotravinami**

Název anglicky

**Analysis of organic food market**

---

### Cíle práce

Cílem bakalářské práce je provést zhodnocení aktuálního stavu na trhu biopotravin, hodnocení množství produkce nabízené v ČR a cenového vývoje portfolia biopotravin.

### Metodika

Bakalářská práce bude založena na komparaci cen biopotravin a konvenčních potravin v rámci vybraného spotřebitelského minikoše a na provedení dotazníkového šetření u vybrané skupiny respondentů.

## Doporučený rozsah práce

40 – 60 stran

## Klíčová slova

Biopotraviny, trh, ekologické zemědělství, kvalita potravin

---

## Doporučené zdroje informací

ČERVENKA, J. – ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. KATEDRA OBCHODU A FINANČÍ, – KOVÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005. ISBN 80-213-1404-4.

HINDLS, R. *Statistika pro ekonomy*. Praha: Professional Publishing, 2007. ISBN 978-80-86946-43-6.

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

URBAN, J. – ŠARAPATKA, B. *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.

URBAN, J. – ŠARAPATKA, B. *Ekologické zemědělství : učebnice pro školy i praxi. II. díl, Normy Evropské unie, chovy a welfare hospodářských zvířat, ekonomika, marketing, konverze a příklady z praxe*. Šumperk: PRO-BIO, 2005. ISBN 80-903583-0-6.

VÁCLAVÍK, T. – BYSTRICKÁ, Š. – ČÍTKOVÁ, Z. *Český trh s biopotravinami 2009*. [Praha]: České a slovenské odborné nakladatelství, 2009. ISBN 978-80-254-2032-4.

---

## Předběžný termín obhajoby

2018/19 LS – PEF

## Vedoucí práce

Ing. Jiří Mach, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

---

Elektronicky schváleno dne 15. 2. 2018

**prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.**

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 20. 2. 2018

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 22. 03. 2020

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Analýza trhu s biopotravinami“ 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 23.03.2020

---

### **Poděkování**

Děkuji vedoucímu bakalářské práce panu Ing. Jiřímu Machovi, Ph.D., za odborné připomínky a pomoc, které mi poskytl v rámci zpracování práce. Děkuji také respondentům, kteří pečlivě vyplnili dotazník na téma biopotravin a přispěli svými názory k naplnění cíle práce.

# Analýzy trhu s biopotravinami

## Abstrakt

Cílem bakalářské práce bylo provést zhodnocení aktuálního stavu na trhu biopotravin, hodnocení množství produkce nabízené v ČR a cenového vývoje portfolia biopotravin. Práce je založena na komparaci cen biopotravin a konvenčních potravin v rámci vybraného spotřebitelského minikoše a na provedení dotazníkového šetření u vybrané skupiny respondentů. Práce se skládá ze dvou částí: části teoretické a části praktické. Byla provedena analýza nabídky a cen biopotravin na českém trhu a byly zanalyzovány výsledky dotazníkového šetření na vzorku respondentů. Výsledky analýzy vývoje počtu a velikosti ekofarem jednoznačně poukazují na růst v této oblasti. Nejvýznamnější kategorie bioproduktů z hlediska objemu výroby tvoří bio ovoce a bio zelenina, ale také výstupy živočišné výroby – zejména produkce bio masa, bio mléka a bio mléčných výrobků. To odpovídá struktuře poptávky po bioprodukcí. Z výsledků analýzy minikoše je patrné, že ceny všech biopotravin jsou téměř vždy vyšší než ceny konvenčních potravin – v jednotlivých obdobích od ledna 2018 do ledna 2020 byl minikoš biopotravin dražší nejméně o 14 % (v lednu 2018) a nejvíce o 77 % (v září 2019). Celkem cena minikoše vzrostla o 37 %. Cenový rozdíl biopotravin a konvenčních potravin se neustále zvyšuje, což je spíše negativním zjištěním, protože snižuje dostupnost biopotravin pro spotřebitele. Na cenovou nevýhodu biopotravin poukázala také většina respondentů z dotazníkového šetření. Byla zjištěna nedostatečná znalost výhod biopotravin oproti konvenčním potravinám, nedůvěra vůči značkám „bio“ a „eko“ a nedůvěra vůči drobným ekozemědělcům. Na základě těchto zjištění byla provedena některá doporučení pro marketing bioproduktů, který uplatňují výrobci a prodejci. Přínos práce má výchovný a vzdělávací charakter: práce poskytuje znalosti o biopotravinách, ekozemědělství, ekoznačení a zvyšuje povědomí o bioprodukcí. Výsledky práce lze využít v marketingu výrobců a prodejců biopotravin.

**Klíčová slova:** biopotraviny, trh, ekologické zemědělství, kvalita potravin.

# Analysis of organic food market

## Abstract

The aim of this thesis is to evaluate the current state of the organic food market, the evaluation of the number of products offered in the Czech Republic and the price development of the organic food portfolio. The work is based on the comparison of prices of organic food and conventional food within the selected consumer mini-basket and on the performance of a questionnaire survey for a selected group of respondents. The thesis consists of two parts: the theoretical part and the practical part. An analysis of the supply and prices of organic food on the Czech market was performed and the results of a questionnaire survey on a sample of respondents were analyzed. The results of the analysis of the number and size of organic farms clearly point growth in this area. The most important categories of organic products in terms of production volume are organic fruit and organic vegetables, as well as the outputs of animal production - especially the production of organic meat, organic milk, and organic dairy products. This corresponds to the structure of demand for organic production. The mini basket analysis shows that all organic food prices are almost always higher than conventional food prices - from January 2018 to January 2020, the organic food mini basket was more expensive by at least 14% (January 2018) and at most by 77% (September 2019). In total, the price of the mini basket increased by 37%. The price difference between organic food and conventional food is constantly increasing, which is more of a negative finding as it reduces the availability of organic food to consumers. The majority of respondents from the questionnaire survey also pointed to the price disadvantage of organic food. Insufficient knowledge of the benefits of organic food over conventional foods, distrust of the 'bio' and 'eco' labels and distrust of small organic farmers were found. Based on these findings, some recommendations for the marketing of organic products by manufacturers and sellers have been implemented. The contribution of the work has a pedagogical and educational character: the work provides knowledge about organic food, ecological agriculture, ecolabelling and increases awareness of organic production. The results can be used in the marketing of organic food producers and sellers.

**Keywords:** organic food, market, organic farming, food quality.

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod .....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce.....</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>Teoretická východiska .....</b>	<b>13</b>
<b>3.1</b>	<b>Ekologické zemědělství .....</b>	<b>14</b>
3.1.1	Legislativa upravující oblast ekologického zemědělství.....	18
3.1.2	Dotace a podpora ekologického zemědělství a výroby biopotravin .....	20
3.1.3	Vývoj ekologického zemědělství v České republice.....	21
<b>3.2</b>	<b>Produkty ekologického zemědělství.....</b>	<b>22</b>
3.2.1	Označování a certifikace produktů ekologického zemědělství.....	23
3.2.2	Produkce ekofarem v České republice .....	25
3.2.3	Rostlinná výroba a produkce na ekofarmách .....	26
3.2.1	Živočišná výroba a produkce na ekofarmách.....	27
<b>3.3</b>	<b>Hlavní zjištění ze sekundární analýzy výzkumů na téma biopotravin.....</b>	<b>28</b>
<b>4</b>	<b>Metodika .....</b>	<b>31</b>
<b>5</b>	<b>Vlastní práce.....</b>	<b>33</b>
<b>5.1</b>	<b>Analýza cenového vývoje biopotravin v rámci vybraného spotřebitelského minikoše</b>	<b>33</b>
<b>5.2</b>	<b>Analýza výsledků dotazníkového šetření .....</b>	<b>37</b>
5.2.1	Výběrový vzorek .....	37
5.2.2	Obecná znalost biopotravin a ekoznačení .....	39
5.2.3	Názory respondentů na kvalitu biopotravin .....	42
5.2.4	Názory respondentů na nabídku bioproduktů v dalších zemích EU .....	43
5.2.5	Místo nákupu biopotravin .....	45
5.2.6	Další názory respondentů na biopotraviny.....	47
<b>6</b>	<b>Diskuse a doporučení.....</b>	<b>50</b>
<b>7</b>	<b>Závěr .....</b>	<b>54</b>
<b>8</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>56</b>
<b>9</b>	<b>Přílohy .....</b>	<b>60</b>



## Seznam obrázků

Obr. 1 Evropské značení ekologické produkce.....	24
Obr. 2 České značení ekologické produkce .....	24

## Seznam tabulek

Tab. 1 Porovnání průmyslového a ekologického zemědělství.....	17
Tab. 2 Dotační tituly SZIF 2019 .....	21
Tab. 3 Struktura půdního fondu v EZ v ČR ve vybraných letech v období 1999–2017, %	22
Tab. 4 Velikostní struktura ekofarek v ČR, 2016–2017 .....	25
Tab. 5 Struktura a produkce na orné půdě ekofarek, 2017 .....	27
Tab. 6 Struktura živočišné výroby a produkce na ekofarmách v ČR, 2017 .....	28
Tab. 7 Podíl hlavních kategorií biopotravin na celkovém obrátu trhu, 2007–2017.....	29
Tab. 8 Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obrátu biopotravin v ČR, 2007–2017.....	30
Tab. 9 Ceny spotřebního koše vybraných konvenčních potravin .....	33
Tab. 10 Ceny spotřebního koše vybraných biopotravin .....	34
Tab. 11 Porovnání cen spotřebních košů vybraných konvenčních a biopotravin.....	34
Tab. 12 Srovnání celkových cen minikošů vybraných konvenčních a bioproduktů .....	37
Tab. 13 Znalost značek biopotravin respondenty .....	40
Tab. 14 Biopotraviny, které respondenti nejčastěji kupují .....	41
Tab. 15 Další názory respondentů na téma biopotravin v ČR .....	49
Tab. 16 Porovnání výsledků primárního a sekundárních výzkumů – biopotraviny, které respondenti nejčastěji kupují .....	51
Tab. 17 Porovnání výsledků primárního a sekundárních výzkumů – místa, kde respondenti nejčastěji kupují biopotraviny .....	51
Tab. 18 Pozitivní a negativní zjištění.....	52

## Seznam grafů

Graf 1 Alokace finančních prostředků podle Programu rozvoje venkova ČR .....	20
Graf 2 Vývoj počtu ekofarek a celkové výměry půdy v EZ, podílu půdy v EZ na celkové zemědělské ploše v ČR, 1990–2017 .....	22
Graf 3 Počet ekofarek a výměra celkové plochy v EZ, ČR, 2017.....	26

Graf 4 Vývoj cen vybraných konvenčních produktů, Kč .....	35
Graf 5 Vývoj cen vybraných bioproduktů, Kč.....	35
Graf 6 Vývoj celkové ceny minikoše vybraných konvenčních a bioproduktů, Kč .....	36
Graf 7 Pohlaví respondentů.....	38
Graf 8 Věk respondentů .....	38
Graf 9 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.....	39
Graf 10 Znalost pojmu biopotraviny respondenty .....	39
Graf 11 Jak často respondenti kupují biopotraviny .....	40
Graf 12 Znalost ekoznačení EU .....	41
Graf 13 Znalost ekoznačení ČR.....	42
Graf 14 Názory respondentů na vlivy bio a konvenčních potravin na zdraví.....	42
Graf 15 Názory respondentů na ceny bioproduktů ve vztahu ke kvalitě .....	43
Graf 16 Vyjádření respondentů, zda někdy kupovali biopotraviny v dalších zemích EU...	44
Graf 17 Názory respondentů na ceny biopotravin v ČR a v dalších zemích EU .....	44
Graf 18 Názory respondentů na rozsah nabídky biopotravin v ČR a v dalších zemích EU	45
Graf 19 Místo nákupů biopotravin.....	46
Graf 20 Supermarkety, v nichž je podle názorů respondentů nejlepší nabídka biopotravin	46
Graf 21 Názory respondentů na jídla, vyrobená z biopotravin v restauracích.....	47
Graf 22 Názory respondentů na nutnost státní a evropské finanční podpory ekozemědělství a produkce biopotravin .....	48

# 1 Úvod

Svět kolem nás se neustále mění. Růst blahobytu ve společnosti, rostoucí popularita zdravého životního stylu, a také zvyšující se rozmanitost nabídky produktů a služeb na trhu, souvisí se vznikem a rozšířením tzv. zdravých produktů. Například výzkum Nielsen v České republice odhalil růst tržeb za zdravé potraviny během posledních let téměř o polovinu (Zeman, 2019). V regálech supermarketů je možné najít spoustu produktů označených „bio“, „eko“ nebo „green“. Biopotraviny jsou vyráběny z produktů ekologického zemědělství a splňují specifické podmínky na jakost a zdravotní nezávadnost. Podpoře ekologického zemědělství (EZ) a jeho produkci se věnuje řada národních a nadnárodních organizací. Důvodem k tomu jsou environmentální, společenské a etické aspekty, které souvisí s produkcí a spotřebou produktů EZ. Přínosy biopotravin jsou předmětem studia mnoha odborníků – jako příklad je možné uvést Stanfordskou studii o přínosech biopotravin pro lidské zdraví (Smith-Spangler a kol., 2012), českou studii Biopotraviny v kontextu ideologie zdraví (Kubáňová, 2008), německou studii 90 argumentů pro ekologické zemědělství (Kol. autorů FiBL, 2007) aj. Je patrné, že téma biopotravin je velmi aktuální.

Z pohledu zájmu o biopotraviny je ovšem mezi Čechy a ostatními národy podstatný rozdíl – zatímco ve světě biopotraviny považuje za důležitou nebo velmi důležitou součást života skoro polovina lidí, v ČR je takových lidí jen 14 procent. Toto zjištění pochází ze studie GfK Consumer Life z roku 2017. Podle online výzkumu GfK z roku 2007 jen 4 % respondentů kupovala biopotraviny pravidelně. Z výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění z roku 2017 je patrné, že se zájem české populace o biopotraviny významně nezvýšil – pouze desetina respondentů uvedla, že je nakupuje často.

Přes vzestup ekotrendů ve světě, mnoho českých spotřebitelů dosud nemá jasnou představu o eko, bio a tzv. „zelených“ produktech. Potvrzuje to výzkum GfK Praha (2007) – označení „biopotraviny“ je pro spotřebitele v ČR lákavé, ale jen málo z nich je schopno vybavit si konkrétní značku bioproduktu a vybavit si ji správně. Tato skutečnost zvyšuje význam zvoleného tématu práce – toto téma přispívá k rozšíření vzdělanosti a znalostí veřejnosti v oblasti bioprodukce.

## 2 Cíl práce

Práce se zabývá problematikou zájmu o biopotraviny v ČR (v porovnání s dalšími vyspělými zeměmi). Předpokládá se, že je relativně nižší zájem o biopotraviny zapříčiněný především dvěma faktory – vysokými cenami biopotravin (zejména v porovnání s ostatními potravinami) a nedostatečnou vzdělaností lidí (např. absence znalostí o výhodách a přínosech biopotravin, nedostatečný zájem o zdraví a ekologii, špatná orientace v označení ekologické produkce apod.). V práci jsou na základě primárního a sekundárního výzkumu tyto předpoklady ověřeny.

Cílem bakalářské práce je provést zhodnocení aktuálního stavu na trhu biopotravin, hodnocení množství produkce nabízené v ČR a cenového vývoje portfolia biopotravin.

Díličními cíli práce jsou:

- definovat základní pojmy související s ekologickým zemědělstvím (dále jen „EZ“), produkty EZ, označení produktů EZ,
- provést analýzu dynamiky a struktury trhu biopotravin v České republice,
- uvést důležitá zjištění z analýzy sekundárních výzkumů na téma biopotravin (trendy, poptávka na trhu apod.),
- provést analýzu cenového vývoje na příkladu vybraného portfolia bioproduktů,
- provést vlastní šetření a zhodnotit názory respondentů na biopotraviny (cenovou úroveň, kvalitu, přínosy, dostupnost a rozsah nabídky).

Práce je založena na komparaci cen biopotravin a konvenčních potravin v rámci vybraného spotřebitelského minikoše a na provedení dotazníkového šetření u vybrané skupiny respondentů.

### 3 Teoretická východiska

Moderní zemědělská výroba je založena na použití vysoce výkonných zařízení, intenzivním zpracování půdy, použití minerálních hnojiv a obhospodaření různých druhů rostlin pesticidy. To umožňuje udržovat vysokou úroveň zemědělské produkce a dosahovat nasycení trhu řadou potravinářských výrobků. Takový přístup k zemědělství – se zaměřením na zvyšování produkce, specializaci, mechanizaci a intenzifikaci se nazývá **průmyslové (konvenční) zemědělství** (dále jen „PZ“) (OSN, UNEA, 2018, s. 1–2). Na pozadí pozitivních výsledků PZ se však vyskytují určité nedostatky, které mají ekologický charakter. V orných půdách je pozorován neustálý pokles obsahu humusu, zhoršují se jejich biologické vlastnosti. Neregulované použití chemikálií vede k hromadění zbytků minerálních hnojiv a pesticidů v půdě a podzemních vodách, ke změnám v biogeochemických tocích a znečištění přírodních objektů. Udržování takového stavu ekosystémů, který zajišťuje nezbytnou úroveň produkce, vyžaduje každý rok stále více a více nákladů, což nevyhnutelně vede ke zvýšení cen zemědělské produkce a potravinářských výrobků na trhu. Celkově se vliv zemědělství na životní prostředí stal tak silným, že může v budoucnu způsobit ztrátu úrodnosti orné půdy a postupné zhoršování některých strukturálních složek zemědělské půdy (Ovsyannikov, 2012, s. 156).

Nekontrolované použití chemických látek vede také ke zhoršení kvality zemědělských produktů. Objevují se v nich dusičnany, chemické prvky z hnojiv a zbytky pesticidů. Snižuje se biologická hodnota potravin. To se projevuje nepříznivými změnami ve složení aminokyselin, také snížením obsahu proteinů, vitamínů, cukrů a různých biologicky aktivních látek. Použití těchto potravin obyvatelstvem žijícím v podmínkách vážného průmyslového znečištění snižuje odolnost lidského těla vůči působení nepříznivých faktorů prostředí a negativně ovlivňuje zdraví společnosti. Kromě toho má intenzivní používání chemických prostředků negativní vliv na uchování ovoce a zeleniny v zimě (Ovsyannikov, 2012, s. 156–157).

Na pozadí rozšiřujícího se sortimentu potravinářských výrobků, které se v poslední době pozoruje na mnoha trzích, dochází přirozeně ke změnám v poptávce. Spotřebitelé mají určité preference, které jsou vytvářeny pod vlivem různých priorit: ekonomických, zdravotních, kulturních, ekologických atd. Negativní důsledky používání chemických látek v zemědělství, zhoršení kvality rostlinných a živočišných produktů přispívají k rozšíření poptávky po ekologických potravinách.

Rozpory, které vznikly mezi zemědělstvím a životním prostředím, a také změny ve spotřebitelských preferencích, vedly k potřebě převést zemědělskou výrobu na kvalitativně novou úroveň. Trendem současné doby je tzv. ekologické zemědělství.

### 3.1 Ekologické zemědělství

Ekologické zemědělství je možná nejšetrnějším typem zemědělství. Díky této metodě se zvyšuje biologická rozmanitost, zachovává se harmonie v přírodě a biologická aktivita půdy. Produkty ekologického zemědělství, které splňují určitá uzákoněná kritéria, mohou být označeny předponou „bio“.

**Ekologické zemědělství** (někdy též biozemědělství a organické zemědělství, angl. organic agriculture, dále jen „EZ“) je možné definovat jako formu hospodaření (agrární přístup), který cílí na minimalizaci poškození životního prostředí a zohledňuje úzká spojení mezi jednotlivými částmi ekosystému (OSN, UNEA, 2018, s. 2). EZ *„používá šetrné způsoby využívání krajiny, uchovává přirozené vlastnosti půdy i její vláhové poměry a neničí ji přemírou průmyslových hnojiv a pesticidů. Zvířata jsou chována volně, v přirozených podmínkách, s dostatkem ekologicky vyráběných krmiv a převahou ustájení na podestýlce,“* (Sýkora, 2014, s. 109).

Na světě existuje několik hnutí ekologického zemědělství. Nejstarší ze všech organizovaných hnutí je **biodynamické zemědělství**, které vzniklo pod vlivem filozofických idejí Rudolfa Steinera v roce 1924 a nyní se šíří na všech kontinentech. V tehdejší Prusku a dnešním Polsku Steiner organizoval přednášky tzv. Zemědělského kurzu, v nichž nastínil provázanost rostlin s vesmírem, vzájemné souvislosti jednotlivých součástí krajiny, otázky výživy zvířat, posilování rostlin a možnosti homeopatické regulace škůdců a chorob (Hradil a kol., 2018, s. 4). Předpokladem tohoto typu hospodaření je využívání určitých přírodních preparátů (řebříček, kopřiva, heřmánek, smetánka aj.) a síly přírody (například půdy a biodynamických rytmů – pohybu Měsíce, Slunce a planet; denní a roční doby) a posilovat obranyschopnost rostlin a půdy pro výrobu vysoce kvalitních potravin (Pavloušek, 2016, s. 35). Biodynamické hnutí je také průkopníkem v otázkách marketingu a certifikace ekologických zemědělských produktů.

Druhým nejdůležitějším hnutím ekologického zemědělství je **organicko-biologické**. Je třeba poznamenat, že organicko-biologické zemědělství není vynálezem posledních let. Jeho základy byly položeny v hlavních rysech již v 19. a první polovině 20. století. Počátky

tohoto hnutí byly položeny zemědělskou politikou Hanse Müllera, jejímž cílem bylo zajistit existenci zemědělských podniků pomocí větší nezávislosti na dvou hlavních faktorech (Tsvetkov, 2014):

- na nákupu výrobních prostředků (hnojiv, přípravků na ochranu rostlin a krmiv) za účelem snížení výrobních nákladů,
- na prodeji produktů – zemědělci díky kvalitnějším výrobkům vytvářejí svůj vlastní prodejní trh, zaměřený na spotřebitele, kteří se starají o své zdraví, environmentalisty atd.

Hlavními cíli ekologického zemědělství, které uvádí Tsvetkov (2014) jsou:

- produkce potravin v dostatečném množství s vysokou nutriční hodnotou,
- činnost v souladu s přírodním ekosystémem, namísto pokusu o jeho podřízení,
- stimulace a posílení biologických cyklů v zemědělském systému, včetně mikroorganismů, flóry a fauny půdy, rostlin a zvířat,
- zachování a stimulace dlouhodobé úrodnosti půdy,
- možná širší využití obnovitelných zdrojů v místních zemědělských systémech,
- vytvoření uzavřeného cyklického systému pro organické látky a živiny,
- předcházení znečištění životního prostředí v důsledku zemědělských činností,
- zachování genetické rozmanitosti v zemědělském systému a jeho prostředí, včetně ochrany stanoviště volně žijících zvířat a rostlin,
- zohlednění četných sociálních a ekonomických aspektů dopadu zemědělství.

Ve zprávě Pražského studentského summitu (OSN, UNEA, 2018, s. 2) jsou k hlavním cílům a charakteristickým znakům EZ přidány následující rysy: (1) použití osevních postupů a technologií pěstování, které brání erozi půdy, (2) použití samoregulační funkce agroekosystémů pro ochranu rostlin proti škůdcům a chorobám, (3) etické zacházení se zvířaty, (4) respektování lokálních, klimatických, ekologických a zeměpisných regionálních rozdílů.

Podle článku 2 nařízení Rady (ES) č. 834/2007 se **ekologickou produkcí** rozumí „*používání způsobů produkce slučitelných s pravidly stanovenými tímto nařízením ve všech fázích produkce, přípravy a distribuce.*“ Ekologická produkce by měla podle článku 3 tohoto

nařízení sledovat následující **obecné cíle**: používat udržitelný systém řízení zemědělství, který respektuje ekosystémy a cykly, zachovávat a zlepšovat zdraví a rovnováhu všech složek přírodního systému, přispívat k biologické rozmanitosti, šetrně využívat energii a přírodní zdroje, dodržovat přísné normy pro dobré životní podmínky zvířat. Kromě toho by se měla ekologická produkce zaměřit na získávání produktů vysoké jakosti, které odpovídají spotřebitelské poptávce a jsou vyráběny za použití šetrných ekologických postupů.

Kromě obecných cílů musí ekologická produkce respektovat tzv. **zvláštní zásady** (čl. 5 nařízení Rady (ES) č. 834/2007). Nejdůležitější z nich definují následující potřeby:

- zachování a zlepšování živé složky půdy, její přirozené úrodnosti, stability a biologické rozmanitosti, předcházení a boj proti její erozi a zhutnění,
- snižování využívání neobnovitelných zdrojů a vstupů, které nepochází z vlastního hospodářství,
- provádění recyklování odpadů a dalších produktů,
- péče o zdraví zvířat a rostlin, založené na podpoře přirozené obrany, výběr vhodných plemen zvířat, druhů a odrůd rostlin, které jsou schopny přizpůsobit se místním podmínkám,
- zachovávání biologické rozmanitosti, stále zdravého a kvalitního vodního prostředí.

Porovnání předností a nedostatků průmyslového a ekologického zemědělství je provedeno v Tab. 1.



Tab. 1 Porovnání průmyslového a ekologického zemědělství

	<b>PZ</b>	<b>EZ</b>
<b>Přednosti</b>	Produktivita, která zajistila blahobyt průmyslově vyspělým zemím a umožnila přemístění lidské činnosti ze zemědělství do sektoru služeb.	Ekologičnost, udržitelnost, vyšší kvalita produkce. Socioekonomické dopady.
<b>Nedostatky</b>	Kumulace herbicidů a insekticidů v půdě a vodách, narušení biosystémů, snížení kvality životního prostředí pro lidi a zvířata, snížení kvality potravin a negativní dopady na zdraví.	Nižší produktivita než u PZ: není schopné konkurovat PZ množstvím produkce na stejné rozloze. Vyšší nároky na plochu zemědělské půdy, což může vést ke snížení lesnatosti krajiny. Vyšší ceny produktů EZ (často).

Zdroj: vlastní zpracování na základě OSN, UNEA, 2018, s. 1–2

Kromě pozitivních ekologických dopadů EZ je potřeba zmínit socioekonomické přínosy tohoto typu hospodaření. Fojtíková (2008, s. 30) uvádí, že je to perspektivní způsob hospodaření, který vytváří nový trh s produkty EZ, vytváří nová pracovní místa, přispívá k rozvoji a údržbě venkova. Na stránkách Ministerstva zemědělství ČR (MZ, 2019) je uvedeno, že EZ je schopno setrvale zajišťovat vysoké výnosy i v období nepříznivých klimatických podmínek, pomáhá také snížit náklady na čištění vod apod. MZ (2019) upozorňuje také na to, že EZ přispívá k udržení obyvatel v ekonomicky a geograficky okrajových regionech, zvyšuje atraktivitu regionů pro cestovní ruch.

Role ekologického způsobu produkce je zmíněná i v evropské legislativě (nařízení (ES) č. 834/2007). Podle Rady EU plní dvojí společenskou roli: na jedné straně uspokojuje trh zaměřený na spotřebitelskou poptávku po ekologických produktech, na druhé straně přináší veřejné statky přispívající k ochraně životního prostředí, rozvoji venkova a dobrým životním podmínkám zvířat. Zavádění technologií šetrných k životnímu prostředí umožňuje nejen zlepšit kvalitu potravinářských výrobků, ale také zapojit zemědělský průmysl do řešení některých globálních problémů životního prostředí, jako je změna klimatu, předcházení vyhynutí některých druhů živých organismů, ochrana krajiny, půdy a účinné využívání přírodních zdrojů (Ovsyannikov, 2012, s. 158).

V oblasti EZ se používají zvláštní pojmy, například ekologický podnikatel, ekologický chovatel včel a osoba podnikající v EZ.

**Ekologickým podnikatelem** je třeba podle § 3 zákona č. 242/2000 Sb. chápat osobu, která je evidována podle zákona č. 252/1997 Sb., o zemědělství, a je registrována podle tohoto zákona, a hospodaří na ekofarmě. **Ekologický chovatel včel** není ekologickým

podnikatelem, ale chová včely v EZ a je registrován v souladu se zákonem č. 242/2000 Sb.

Dále zákon vymezuje také **osobu podnikající v EZ**, a to jako ekologického podnikatele, výrobce biopotravin, osobu uvádějící biopotravinu nebo bioprodukty do oběhu, výrobce nebo dodavatele ostatních bioproduktů.

V teorii a praxi se v poslední době objevuje kromě označení PZ a EZ také další pojem – **udržitelné zemědělství**. Je obvykle vnímáno jako „*průnik mezi průmyslovým a ekologickým zemědělstvím... skloubení pozitivních aspektů obou přístupů v zemědělství a eliminace jejich nevýhod*“ (OSN, UNES, 2018, s. 4). Prosazení udržitelného zemědělství (dále jen „UZ“) a dosažení potravinové bezpečnosti zároveň patří mezi hlavními cíli udržitelného rozvoje, které uvádí Organizace spojených národů (OSN, 2015).

V literatuře se však pojmy EZ a UZ často pletou, a to vzhledem k podobnému zaměření obou hnutí. Například na stránkách Ministerstva zemědělství ČR se uvádí, že EZ je formou zemědělské výroby, jejímž smyslem je „*produkce zdravých a kvalitních potravin trvale udržitelným způsobem*“ (MZ, 2019). Je vidět, že i v této definici je EZ propojeno s udržitelností.

Vzhledem ke zjevným výhodám EZ a udržitelnosti je jeho právní úpravě a podpoře věnována velká pozornost. „*Ekologické zemědělství je celosvětově vnímáno jako zásadní alternativa pro zemědělskou výrobu budoucnosti a je nedílnou součástí agrární politiky České republiky*“ (MZ, 2019). Legislativní systém je zároveň garantem kvality ekologických produktů a dodržení principů EZ.

### **3.1.1 Legislativa upravující oblast ekologického zemědělství**

Jedním z důležitých subjektů ovlivňujících legislativu v oblasti českého EZ je Ministerstvo zemědělství: „*Ministerstvo zemědělství je příslušným orgánem podle přímo použitelných předpisů Evropské unie upravující ekologickou produkci a označování ekologických produktů*“ (zákon č. 242/2000 Sb., § 2), MZ podporuje ekologické zemědělce prostřednictvím národních dotací a Programu rozvoje venkova. MZ se podílí na přípravě evropské legislativy, má na starosti přípravu české legislativy a strategických dokumentů pro ekologický rozvoj (MZ, 2019).

České zákony navazují na předpisy a nařízení Evropské unie. Oblast EZ upravuje především **zákon č. 242/2000 Sb.**, o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. Zákon upravuje podmínky hospodaření v EZ a k tomu vztahující pravidla osvědčení a označování bioproduktů, biopotravin, upravuje také výkon kontroly a dozoru nad dodržováním povinností spojených s EZ a bioprodukty.

Podmínky EZ, které musí dodržovat čeští výrobci, stanoví také evropská legislativa – zejména **nařízení Rady (ES) č. 834/2007**, o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91. Toto nařízení nahradilo nařízení Rady (EHS) č. 2092/91 ze dne 24. června 1991 o ekologickém zemědělství a k němu se vztahující označování zemědělských produktů a potravin. Cílem provedených úprav právních norem bylo zjednodušení a sblížení norem všech členských zemí EU a přispění k harmonizovanému vnímání pojetí ekologické produkce, transparentnosti a důvěře spotřebitelů.

Požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost biopotravin stanoví například následující předpisy:

- zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů (aktuální znění 20. 5. 2019 – 18. 5. 2020, verze 35),
- zákon č. 180/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 110/1997 Sb. a další související zákony,
- vyhláška č. 304/2004 Sb., kterou se stanoví druhy a podmínky použití přídatných a pomocných látek při výrobě potravin, vyhláška č. 305/2004 Sb., kterou se stanoví druhy kontaminujících a toxikologicky významných látek a jejich přípustné množství v potravinách, vyhláška č. 446/2004 Sb., kterou se stanoví požadavky na doplňky stravy a na obohacování potravin potravními doplňky.

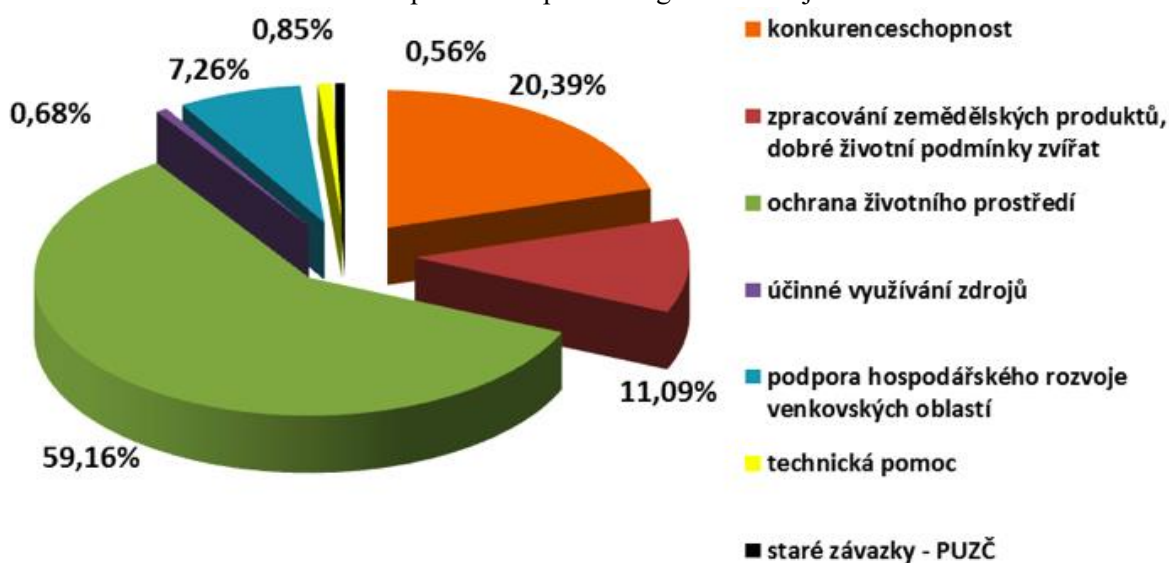
Kontrolu dovozu produktů EZ ze třetích zemí provádí Celní úřad ČR. K oblasti kontroly produktů EZ vztahuje zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci a o změně některých souvisejících zákonů.

### 3.1.2 Dotace a podpora ekologického zemědělství a výroby biopotravin

Vzhledem k rostoucímu významu otázek ochrany životního prostředí je problematika ekologického zemědělství velmi aktuální. EZ se stalo nedílnou součástí agrární politiky ČR a společné zemědělské politiky EU (dále jen „SZP“). Ke značnému nárůstu EZ v ČR došlo zejména v letech 1997–2003, kdy byla právě zahájena rozsáhlá státní podpora EZ (Fojtíková, 2008, s. 30). Vzhledem k tomu je možné tvrdit, že státní politika podpory EZ je velmi důležitá a přináší pozitivní výsledky. Po vstupu ČR do EU bylo potřeba propojit stávající národní legislativu s evropskými předpisy týkajícími se dotací a státní podpory EZ.

V současné době je platný dokument Program rozvoje venkova ČR na období 2014–2020 schválený Evropskou komisí. Cílem programu je „obnova, zachování a zlepšení ekosystémů závislých na zemědělství prostřednictvím zejména agroenvironmentálních opatření, dále investice pro konkurenceschopnost a inovace zemědělských podniků, podpora vstupu mladých lidí do zemědělství nebo krajinná infrastruktura“ (SZIF, 2019). V rámci Programu je vymezeno celkem 20 opatření, jedním z nich je Ekologické zemědělství. Podle tohoto programu je výše dotací téměř 3,5 miliardy EUR – 2,3 miliardy EUR ze zdrojů EU, 1,2 miliardy EUR z rozpočtu ČR. Strukturu alokace finančních prostředků do jednotlivých oblastí ilustruje Graf 1. Více než polovina dotací je určena k ochraně životního prostředí, přibližně pětina ke zvýšení konkurenceschopnosti, více než desetina ke zpracování zemědělských produktů a tvorbě dobrých životních podmínek zvířat.

Graf 1 Alokace finančních prostředků podle Programu rozvoje venkova ČR



Zdroj: SZIF, 2019

Dotacemi v oblasti EZ v ČR se zabývá Státní zemědělský intervenční fond (SZIF). Druhy a sazby jednotlivých dotačních titulů v roce 2019 jsou uvedeny v Tab. 2.

Tab. 2 Dotační tituly SZIF 2019

Opatření	Sazba dotace, Kč	Jednotka
Jednotná platba na plochu (SAPS)	3 394,11	ha
Greening	1 884,30	ha
Mladý zemědělec	1 697,06	ha
Dobrovolná podpora vázaná na produkci (VCS):		
VCS bílkovinné plodiny	2 135,99	ha
VCS konzumní brambory	4 599,12	ha
VCS brambory pro výrobu škrobu	14 014,44	ha
VCS ovoce s velmi vysokou pracností	11 735,23	ha
VCS ovoce s vysokou pracností	7 892,29	ha
VCS zelenina s velmi vysokou pracností	10 862,63	ha
VCS zelenina s vysokou pracností	3 906,56	ha
VCS cukrová řepa	7 245,58	ha
VCS chmel	15 621,44	ha
VCS tele masného typu	15 621,44	VDJ
VCS dojnice	8 083,99	VDJ
VCS na chov bahnice nebo chov kozy	3 865,27	VDJ

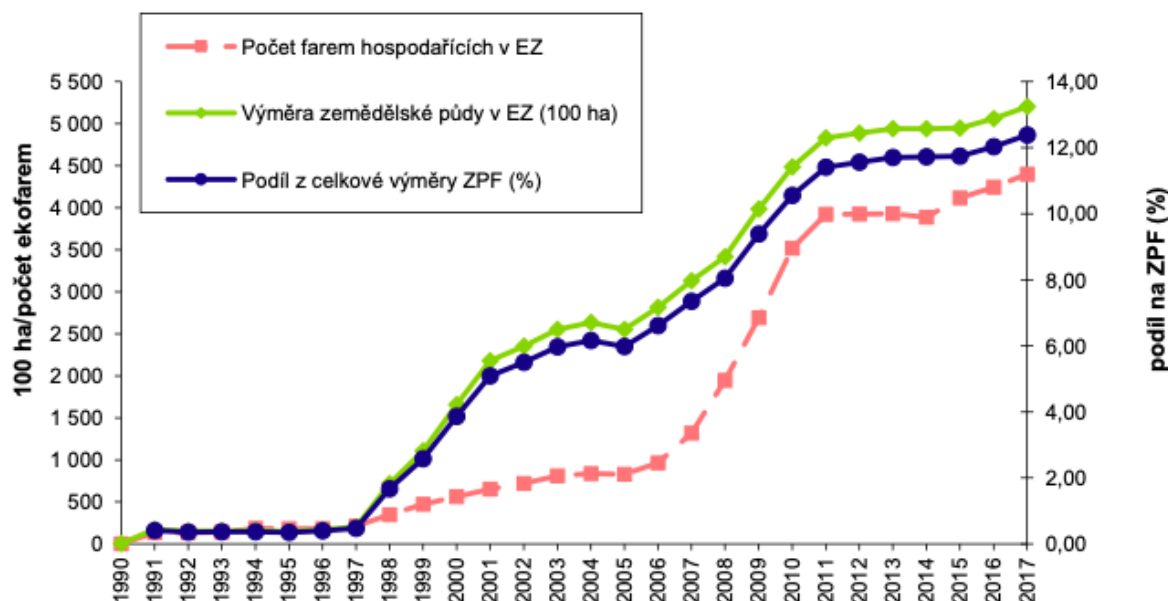
Zdroj: převzato z SZIF, 2019

Cílem dotačního titulu „Jednotná platba na plochu“ (SAPS) je podpořit zemědělce, kteří obhospodařují alespoň 1 hektar zemědělské půdy. Je to nejvýznamnější složka dotací z rozpočtu EU (cca 55 % částky určené pro přímé platby). Dotační titul Greening je určen k podpoře zemědělských postupů se zaměřením na oblasti klimatu a životního prostředí, jako například diverzifikace plodin, zachování úrovně trvalých travních porostů, zřizování ploch v ekozájmu. Podpora pro tento titul je vyplácena formou příplatku o opatření SAPS (SZIF, 2019).

### 3.1.3 Vývoj ekologického zemědělství v České republice

Ministerstvo zemědělství zveřejnilo poslední statistická šetření EZ z roku 2017. Dle údajů z Registru ekologických podnikatelů (REP) ke konci r. 2017 hospodařilo na území ČR celkem 4 399 ekofarem, a to na celkové ploše 520 032 ha (12,37 % celkové výměry zemědělské půdy). Počet ekofarem po významném nárůstu v období 2006–2011 zpomalil a od roku 2015 se začal opět pomalu zvyšovat. Trendy v počtu ekofarem korespondují s růstem zemědělské půdy v EZ. Vývoj počtu ekofarem a výměry zemědělské plochy v EZ ilustruje Graf 2. Podrobná statistická data jsou uvedena v příloze A.

Graf 2 Vývoj počtu ekofarem a celkové výměry půdy v EZ, podílu půdy v EZ na celkové zemědělské ploše v ČR, 1990–2017



Zdroj: MZ, 2018, s. 11

Plochy v EZ jsou nejvíce využívány pro trvalé travní porosty (82 % v r. 2017). Orná půda tvoří 13,75 % na celkové ploše půdy v EZ. Jen několika procent půdy je určeno pro trvalé kultury (ovocné sady, vinice, chmelnice, krajínotvorné sady) a ostatní účely (školky, porost rychle rostoucích dřevin, zalesnění půda aj.). Struktura užití půdních ploch v EZ v ČR ve vybraných letech v období 1999–2017 je uvedena v Tab. 3.

Tab. 3 Struktura půdního fondu v EZ v ČR ve vybraných letech v období 1999–2017, %

Užití půdy	1999	2003	2005	2008	2011	2014	2017
Orná půda	12,44 %	7,70 %	8,14 %	10,30 %	12,28 %	11,42 %	13,75 %
Trvalé travní porosty	86,72 %	90,86 %	82,34 %	82,43 %	82,43 %	83,54 %	82,25 %
Trvalé kultury	0,32 %	0,36 %	0,32 %	0,91 %	1,54 %	1,57 %	1,19 %
Ostatní plochy	0,32 %	1,08 %	9,19 %	6,37 %	3,76 %	3,47 %	2,81 %
Celková plocha	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Zdroj: MZ, 2018, s. 13

### 3.2 Produkty ekologického zemědělství

**Ekologické potraviny** (dále také jen „EP“) by měly být považovány za suroviny šetrné k životnímu prostředí, které jsou určeny bezprostředně ke spotřebě (slouží jako potrava, např. zelenina, ovoce, vejce atd.). Ekologickými potravinami jsou také polotovary a hotové potraviny vyrobené z ekologických surovin s využitím technologií šetrných k životnímu prostředí (Leontiev, Ovsyannikov, 2011, s. 84).

Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 (čl. 6) definuje zásady, kterými se řídí zpracování ekologických potravin:

- „EP se získávají z ekologických zemědělských složek s výjimkou případů, kdy složka není v ekologické podobě na trhu dostupná“,
- „použití potravinářských přídatných látek, složek nezískaných z EZ, jejichž hlavní funkce je technologická nebo spočívá ve smyslové stimulaci, mikroživin a činidel je omezeno tak, že k němu dochází v minimálním rozsahu a jen v případě nevyhnutelné technologické potřeby nebo z důvodů zvláštních nutričních požadavků“,
- „nepoužívají se látky nebo zpracovatelské metody, které by mohly uvádět spotřebitele v omyl, pokud jde o pravou povahu produktu“,
- „potraviny jsou pečlivě zpracovávány, pokud možno za použití biologických, mechanických a fyzikálních postupů.“

Geneticky modifikované organismy (GMO), produkty získané z GMO nebo za použití GMO se nesmí používat jako krmivo, potraviny, činidla, přípravky na ochranu rostlin, osivo apod. v ekologické produkci. Nesmí se také pro ošetření EP používat ionizující záření.

Podle § 3 zákona č. 242/2000 Sb. se **bioproduktem** rozumí „surovina rostlinného nebo živočišného původu nebo hospodářské zvíře získané v ekologickém zemědělství podle předpisů Evropské unie.“ **Ostatním bioproduktem** se rozumí ekologické krmivo nebo ekologický rozmnožovací materiál.

**Biopotravinu** je možné definovat jako potravinu vyrobenou za podmínek, které definuje zákon č. 242/2000 Sb. a předpisy EU (zejména nařízení Rady (ES) č. 834/2007) a která splňuje požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost.

### 3.2.1 Označování a certifikace produktů ekologického zemědělství

Při označování a propagaci produktů na území EU se mohou používat výrazy odkazující na ekologickou produkci jen v případě, že tyto produkty splňují stanovené normy nařízením Rady (ES) č. 834/2007. Jedná se zejména o výrazy „organic“ (v angličtině), „ekologické“ a „biologické“ (v češtině), nebo jejich odvozeniny a přidání zkrátek „bio“ a „eko“. Produkty, které nesplňují požadavky nařízení nebo zjevně nesouvisejí

s EP, nesmí používat tato označení. Nesmí být rovněž používána označení, která mohou uvést spotřebitele v omyl tím, že by definovala to, že produkt nebo jeho složky splňují kritéria EP.

Pokud jde o zpracované potraviny, mohou být výrazy typu „organic“, „ekologické“, „biologické“ apod. použity v jejich obchodním označení za podmínky, že splňují ustanovení nařízení a alespoň 95 % jeho hmotnostních složek zemědělského původu je ekologických. V seznamu složek musí být uvedeno, které složky jsou ekologické.

Pokud v označení jsou použity výše zmíněné výrazy, musí být na označení rovněž uveden číselný kód kontrolního orgánu nebo subjektu, jemuž podléhá podnikatelský subjekt, který provedl poslední fázi produkce nebo přípravy produktu. Balené potraviny musí mít na obalu uvedeno logo Společenství označující EP (viz Obr. 1). Na obalu musí být uvedeno rovněž místo, kde byly vyprodukovány zemědělské suroviny. Údaje s kódem kontrolní organizace a místem původu surovin musí být uvedeny v jednom zorném poli s logem. Biopotraviny, dovážené do EU ze třetích zemí, mohou, ale nemusí být označeny evropským logem.

Obr. 1 Evropské značení ekologické produkce



Zdroj: MZ, 2019

České produkty EZ mohou být označeny národním značením – grafický znak BIO, tzv. biozebra (viz Obr. 2) s nadpisem „Produkt ekologického zemědělství“. Tento znak se používá jako celostátní ochranná známka pro biopotraviny. Logo musí být uvedeno na obalech biopotravin a všech bioproduktů vyprodukováných v ČR. Musí být rovněž uveden číselný kód kontrolní organizace (CZ-BIO-xxx).

Obr. 2 České značení ekologické produkce



Zdroj: MZ, 2019



### 3.2.2 Produkce ekofarem v České republice

**Ekofarma** je v zákoně č. 242/2000 Sb. definována jako „uzavřená hospodářská jednotka zahrnující pozemky, hospodářské budovy, provozní zařízení a popřípadě i hospodářská zvířata, sloužící EZ.“

ČR již dlouhou dobu patří k zemím, kde průměrná velikost ekofarem značně převyšuje průměr ekofarem v EU (cca 40 ha). V roce 2001 byla průměrná výměra ekofarmy v ČR nejvyšší – 333 ha. Od té doby se však pozoruje mírný pokles – v roce 2017 byla průměrná velikost ekofarmy již 118 ha. Důvodem poklesu se stalo zejména dělení stávajících podniků na menší farmy (například mezi rodinnými příslušníky) a také vstup nových menších ekofarem (MZ, 2018, s. 16).

V následující Tab. 4 jsou uvedeny údaje o velikostní struktuře ekofarem v roce 2016 a 2017 v ČR.

Tab. 4 Velikostní struktura ekofarem v ČR, 2016–2017

Velikostní skupiny farem dle výměry (ha)	2016				2017				Meziroční změna	
	Počet		Plocha		Počet		Plocha		Počet	Plocha
	(abs.)	(%)	(ha)	(%)	(abs.)	(%)	(ha)	(%)	(%)	(%)
0 až < 5	425	10,0	817,3	0,2	408	9,3	826,6	0,2	-4,0	1,1
5 až < 10	393	9,3	2 875,3	0,6	388	8,8	2 845,2	0,6	-1,3	-1,0
10 až < 50	1 694	39,9	43 841,8	8,9	1 797	40,9	46 502,6	9,2	6,1	6,1
50 až < 100	694	16,4	49 884,5	10,2	743	16,9	52 947,1	10,5	7,1	6,1
100 až < 500	793	18,7	177 479,9	36,1	808	18,4	178 468,8	35,3	1,9	0,6
500 až < 1000	190	4,5	130 735,0	26,6	196	4,5	134 410,7	26,6	3,2	2,8
1000 až < 2000	49	1,2	67 128,0	13,7	54	1,2	72 501,2	14,3	10,2	8,0
2000 a více	5	0,1	18 202,1	3,7	5	0,1	17 118,1	3,4	0,0	-6,0
<b>Celkem</b>	<b>4 243</b>	<b>100,0</b>	<b>490 963,9</b>	<b>100,0</b>	<b>4 399</b>	<b>100,0</b>	<b>505 620,1</b>	<b>100,0</b>	<b>3,7</b>	<b>3,0</b>

Zdroj: MZ, 2018, s. 16

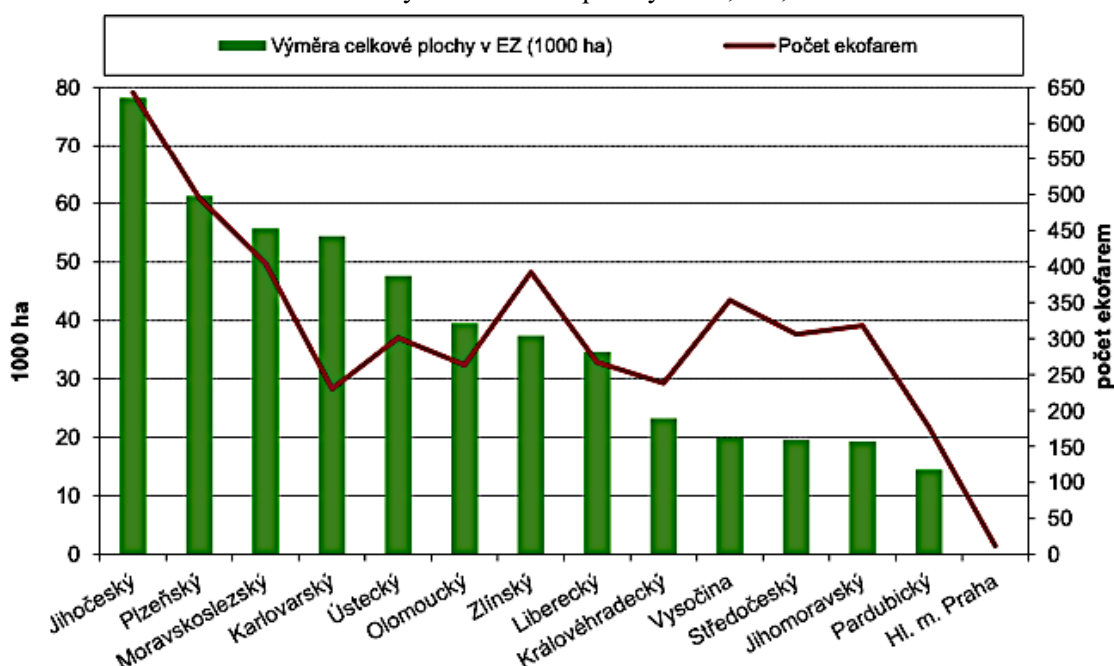
Nejčastější rozloha ekofarem v ČR je v rozmezí 10–50 ha (40,9 % všech ekofarem). Údaje o výměře ekofarem podle MZ zahrnují pouze půdu, která je evidována v rámci registru půdy LPIS. Půda mimo tento registr není v této statistice zahrnuta. Přibližně čtvrtina farem (nad 100 ha) obhospodařuje cca 80 % půdy v EZ. Vzhledem k tomu, že necelých 6 % farem (nad 500 ha) obhospodařuje cca 44 % půdy v EZ, je možné tvrdit, že v EZ dominují velké podniky.

Nejvíce ekofarem je tradičně umístěno v horských a podhorských oblastech ČR. Největší plochy EZ se podle údajů MZ (2018, s. 18) nachází v hornatých oblastech následujících krajů:

- Jihočeský kraj (643 ekofarem v r. 2017, 15,5 % z celkové plochy v EZ),
- Plzeňský kraj (495 ekofarem, 12,1 %),
- Moravskoslezský kraj (404 ekofarem, 11,0 %),
- Karlovarský kraj (230 ekofarem, 10,8 %),
- Ústecký kraj (301 ekofarem, 9,4 %).

Celkový přehled o počtu ekofarem a velikosti ploch v EZ v jednotlivých krajích ČR v roce 2017 ilustruje Graf 3.

Graf 3 Počet ekofarem a výměra celkové plochy v EZ, ČR, 2017



Zdroj: MZ, 2018, s. 19

### 3.2.3 Rostlinná výroba a produkce na ekofarmách

Hlavními plodinami na orné půdě ekofarem jsou obiloviny (44,4 % na celkové produkci EZ v r. 2017, zejména pšenice obecná a oves, také tritikále, ječmen, pšenice tvrdá, pšenice špalda) a píce (42,7 % v r. 2017, zejména víceleté pícniny, na rozdíl od PZ, v němž dominují jednotlivé pícniny kukuřice a siláž). Pěstování okopanin a zeleniny u ekofarem je dlouhodobě na nízké úrovni (0,4 % a 0,4 % v r. 2017). U okopanin dominují brambory, u zeleniny mrkev a dýně. Podíl technických plodin dosahuje 4,8 % na celkové produkci ekofarem, luskovin – 5,2 % a ostatních plodin – 2,8 %. Na plochách luk a pastvin

dominují ovocné sady zahrnující jádroviny, peckoviny, ořechy a bobuloviny. (MZ, 2018, s. 21, 27).

Objem ekologické rostlinné produkce v roce 2017 dosáhl 1 505 tis. tun (o 8,5 % více než v roce 2016), z toho produkce píce (přepočtená na seno) tvořila největší část (88,4 %). U trvalých kultur více než polovina produkce připadá na ovocné sady (jabloně, švestky, hrušně, třešně/višně, meruňky) a vinice. Mezi pěstovanými plodinami dosahují nejvyššího podílu léčivé, aromatické a kořeninové rostliny (LAKR). Z pohledu podílu bioprodukce přední pozice zaujímají právě LAKR. Významně roste produkce ovsa.

Tab. 5 Struktura a produkce na orné půdě ekofarem, 2017

Plodiny	Počet ekofarem	Plocha, ha	Ekologická produkce, t
Orná půda celkem	1 492	66 443,10	167 030,36
Obiloviny pro produkci zrna (vč. osiva)	699	29 482,89	70 208,62
Luskoviny na zrno (suché)	128	3 455,12	4 924,30
Okopaniny	222	285,67	3 630,73
Technické plodiny	135	3 197,51	1 743,29
LAKR	78	1 802,81	749,59
Ostatní technické plodiny	9	72,59	92,30
Čerstvá zelenina, melouny, jahody	103	252,29	1 585,27
Pícniny na orné půdě (píce v seně)	1 153	28 383,45	84 581,74
Další plodiny na orné půdě	26	496,71	353,87
Půda ladem (součást osevního postupu)	63	889,38	0,00
Další plochy na OP	26	496,71	353,87
Houby	2	0,08	2,54

Zdroj: MZ, 2018, s. 24–26

### 3.2.1 Živočišná výroba a produkce na ekofarmách

V posledních letech se pozoruje růst v oblasti chovu zvířat na ekofarmách (viz Tab. 6). V roce 2017 bylo v ČR ekologicky chováno více než 418 tis. bio zvířat, tj. „zvířat, která prošla přechodným obdobím a jsou již chována v ekologickém režimu“ (MZ, 2018, s. 29). Nejvíce se na ekofarmách chová skot (v r. 2017 celkem 256 tis. kusů skotu, 61,2 % všech zvířat), ovce (23,6 %), drůbež (10,5 %), kozy (2,2 %), koně (2,1 %) a prasata (0,5 %). V roce 2017 došlo k mírnému růstu chovaných včelstev (o 8,8 % více než v r. 2016).

Tab. 6 Struktura živočišné výroby a produkce na ekofarmách v ČR, 2017

Kategorie zvířat	Počet ekofarem	Počet všech bio zvířat, ks	Meziroční změna 2017/2016, %
Zvířata celkem	3 207	418 109	2,6 %
Skot	2 454	255 978	3,8 %
Ovce	1 035	98 559	-2,4 %
Kozy	315	9 240	0,1 %
Prasata	40	2 101	8,2 %
Drůbež	52	43 675	4,47 %
Koně	892	8 556	21,6 %
Včely (počet rojů)	3	87	8,8 %
Ostatní zvířata (poníci, osli, králíci aj.)	88	423	-2,1 %

Zdroj: MZ, 2018, s. 24–26

V příloze B je uvedena tabulka, která zobrazuje strukturu živočišné bioprodukce na ekofarmách (včetně prodeje živých zvířat), která je certifikovatelná a kterou farmáři plánují prodávat v daném roce, ať už jako bio, nebo konvenční produkt. Takový přístup ke statistickému šetření umožňuje zjistit objem reálné bioprodukce z ekofarem, nikoli jen objem požadované certifikované produkce nebo objem produkce, kterou se podařilo prodat jako bio.

V kategorii biomasa je nejvíce produkováno hovězí maso (90 %). Roste produkce koziho biomasa, naopak klesá objem vepřového a skopového biomasa. V roce 2017 došlo k nárůstu upraveného kravského mléka a poklesu čerstvého kravského mléka. Klesá produkce čerstvého ovčího mléka a ovčího sýra, roste produkce koziho mléka a kysaných mléčných výrobků. Produkce bio vajec mírně roste, naopak produkce medu klesá z důvodu snížení plánu u jednoho výrobce.

### 3.3 Hlavní zjištění ze sekundární analýzy výzkumů na téma biopotravin

Stále více spotřebitelů po celém světě preferuje biopotraviny. V roce 2016 byl podíl biopotravin na celkové spotřebě českých domácností 0,9 %, přičemž každý Čech utratil průměrně 241 Kč ročně za nákup bioproduktů. Celkově trh s biopotravinami v ČR v r. 2016 oproti r. 2015 vzrostl o 13,5 % – podle zprávy MZ (Vobecká, 2018) dosáhly tržby 4 mld. Kč včetně vývozu. ČR podle tohoto ukazatele byla nad celosvětovým průměrem – tempo růstu světového trhu s biopotravinami v r. 2016 dosáhlo 10 %. Nejvíce trh rostl v USA, Německu a Francii (Vobecká, 2018).

V roce 2017 zaznamenal trh biopotravin ještě větší rozvoj – meziroční nárůst spotřeby v ČR vzrostl o 30,5 %, celkové výdaje českých domácností za biopotraviny v r. 2017 překročily 3 mld. Kč (Bílý, 2019).

Z hlediska poptávky je v ČR podle šetření ÚZEI (MZ, 2018, s. 31) dlouhodobě nejvyšší zájem o kategorii „Ostatní zpracované potraviny“ (36,4 % v r. 2017), přičemž téměř polovinu z toho tvoří hotové pokrmy (např. dětská výživa) a ostatní zpracované biopotraviny (např. doplňky stravy), pětinu představuje káva a čaje, další pětinu – koření, kakao, čokoláda a cukrovinky. Druhou nejpopulárnější kategorií byla v r. 2017 „Ovoce a zelenina“ (23 %), třetí – „Mléko a mléčné výrobky“ (18 %). Podíl hlavních kategorií biopotravin na celkovém obratu trhu zobrazuje tabulka 7.

Tab. 7 Podíl hlavních kategorií biopotravin na celkovém obratu trhu, 2007–2017

Hlavní kategorie potravin	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	podíl kategorie potravin (%)										
Maso a masné výrobky	6,2	5,4	9,5	8,6	8,5	8,1	6,9	8,2	6,9	5,1	5,9
Ovoce a zelenina <sup>1)</sup>	5,4	6,2	10,8	10,8	13,6	13,7	16,1	13,7	12,6	21,3	22,5
Oleje a tuky	x	x	1,8	1,9	1,9	2,1	2,1	4,4	4,2	2,9	3,6
Mléko a mléčné výrobky	20,9	22,2	21,1	24,8	19,6	20,0	18,2	22,0	20,0	23,0	17,5
Mlýnské a škrobárenské výrobky	6,0	5,9	6,3	8,4	9,7	10,4	11,7	8,2	7,5	4,8	4,9
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	1,6	3,8	9,4	8,2	9,4	9,5	9,2	9,4	7,3	6,2	5,9
Ostatní zpracované potraviny	49,3	45,9	35,9	32,8	35,3	34,3	33,0	33,0	37,1	33,2	36,4
Nápoje <sup>1)</sup>	10,6	10,6	5,2	4,5	2,0	1,9	2,7	1,1	4,2	3,4	3,3
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

<sup>1)</sup>do roku 2008 byly ovocné/zeleninové džusy zahrnovány do kategorie Nápojů, od r. 2009 tvoří oddělenou kategorii

Zdroj: ÚZEI MZ, 2019, s. 31

Podle výzkumu STEM/MARK z r. 2018, realizovaného v rámci projektu Ministerstva zemědělství, nejvíce biopotraviny kupují v ČR ženy ve věku 30–39 let s vyšším vzděláním, které uvádějí, že je pro ně důležitá kvalita potravin a zdraví. Nejvyhledávanější bioprodukty byly v r. 2018 podle studie STEM/MARK mléčné výrobky (je tento výsledek odlišný od výše zmíněného šetření ÚZEI, v němž mléčné výrobky obsadily jen 3. místo). Podle studie MEDIAN (Hynek, 2014) z r. 2014 byly mléčné výrobky také zařazeny do kategorie nejvyhledávanějších bioproduktů – vybírá je téměř 70 % osob, v jejichž domácnostech se biopotraviny pravidelně konzumují.

Nejvíce jsou biopotraviny nakupovány v maloobchodních řetězcích (41 % všech biopotravin v r. 2017) a v drogistických řetězcích, zejména v DM drogerii (18 %). Prodej biopotravin přes e-shopy je nejdynamičtější se vyvíjecí kategorií – v r. 2017 se oproti r. 2016 prodej biopotravin přes e-shopy více než zdvojnásobil (14,1 % v r. 2017, 6,7 %

v r. 2016) (MZ, 2019, s. 33). Podíl jednotlivých odbytových míst podle objemu prodaných biopotravin zobrazuje tabulka 8. Je patrné, že faremní a ostatní přímý prodej se podílí na celkových tržbách trhu bioproduktů jen 5,4 %. Podle šetření MEDIAN (Hynek, 2014) v r. 2014 byly trhy, včetně farmářských trhů, naopak nejčastějším místem nákupu (uvedlo je více než 60 % kupujících). Podle tohoto šetření byly e-shopy vyzkoušeny k nákupu biopotravin každým dvacátým člověkem, zajímajícím se o biopotraviny.

Tab. 8 Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2007–2017

Odbytové místo v ČR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2016
	podíl odbytového místa v ČR (%)											(mil. Kč)
Supermarkety/ hypermarkety <sup>1)</sup>	67,5	74,0	69,2	70,4	67,8	67,7	67,0	57,4	60,9	61,8	58,0	1 933
z toho drogerie	x	x	11,2	14,1	11,3	18,0	18,7	16,5	14,7	17,9	17,5	583
Prodejny zdravé výživy a biopotravin	22,5	18,0	17,7	19,4	19,8	19,0	16,6	24,8	14,3	14,3	12,6	419
Nezávislé prodejny potravin	2,5	2,0	2,4	1,2	1,4	1,4	1,6	1,7	4,2	2,9	3,0	101
Faremní a ostatní přímý prodej	2,0	1,4	3,9	3,5	5,2	5,9	8,9	6,7	7,0	7,3	5,4	179
E-shopy <sup>2)</sup>	x	x	x	x	x	x	x	3,4	7,8	6,7	14,1	469
Lékárny	5,0	4,0	6,0	4,7	5,2	4,8	4,5	3,1	2,6	3,6	3,9	129
Gastronomie	0,5	0,6	0,8	0,8	0,6	1,1	1,4	2,9	3,2	3,4	3,0	100
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>3 331</b>

<sup>1)</sup>Součástí kategorie „supermarkety / hypermarkety“ jsou i drogistické řetězce

<sup>2)</sup>E-shopy byly uváděny jako oddělená kategorie od r. 2014

Zdroj: ÚZEI MZ, 2019, s. 33

Lidé se domnívají, že bioprodukty jsou zdravější, chutnější a kvalitnější, a proto je nakupují. Cena, omezený sortiment a špatná dostupnost jsou naopak důvody, proč lidé nekupují biopotraviny. Ti, kteří biopotraviny vůbec nekupují, uvádí, že nevěří rozdílu mezi biopotravinami a konvenčními potravinami, a proto vnímají cenu biopotravin jako neodůvodněnou (STEM/MARK in: EnviWeb, 2018, MEDIAN in Hynek, 2014). Zajímavým zjištěním je to, že například cena biomléka je levnější než cena konvenčního mléka, pokud se kupuje bezprostředně u biovýrobce – cca 15–20 Kč/litr (Urbánková in EnviWeb, 2018).

Podle výzkumu STEM/MARK (EnviWeb, 2018) by téměř tři čtvrtiny lidí (73 % respondentů) uvítaly využití biopotravin ve veřejném stravování a více než polovina lidí – využití biopotravin ve školních jídelnách. Potvrzují to i výsledky studie, kterou zmiňuje Vobecká (2018) – biopotraviny jsou stále více preferovány v přípravě pokrmů v restauracích a veřejných stravovacích provozech: objem biopotravin v těchto zařízeních vzrostl ze 73 mil. Kč v r. 2015 na 87 mil. Kč v r. 2016.

## 4 Metodika

Teoretická východiska jsou použita ke zpracování vlastní práce. Ve vlastní práci je za prvé provedená analýza nabídky a cen biopotravin na českém trhu (na příkladu **minikoše** vybraných konvenčních a biopotravin). Spotřebitelský minikoš byl sestaven z osmi vybraných potravin, které jsou v rámci práce popsány podrobněji. Ceny vybraných potravin byly zjišťovány v řetězci Tesco. Pozorování cen bylo provedeno v pěti obdobích – v lednu 2018, září 2018, lednu 2019, září 2019 a lednu 2020. V případě, že byly produkty nabízeny v odlišné váze (např. chléb celozrnný konvenční – 600 g, bio celozrnný chléb – 500 g), byly ceny přepočítány na stejnou váhu. V tabulkách jsou uvedeny zjištěné ceny (příp. přepočtené ceny na stejnou váhu), a jsou také uvedeny součty cen na vybrané potraviny v každém období – tj. celková cena minikoše vybraných potravin. Pak jsou spočítány absolutní (1) a relativní (2) rozdíly:

Absolutní rozdíl = celkem minikoš biopotravin – celkem minikoš konvenčních potravin [Kč] (1)

Relativní rozdíl = celkem minikoš biopotravin / celkem minikoš konvenčních potravin – 1 [%] (2)

Za druhé jsou zanalyzovány výsledky **dotazníkového šetření** na vzorku respondentů. Dotazníkové šetření je provedeno pomocí anketního dotazníku (vzor použitého dotazníku je uvedený v příloze C). Provedený výzkum umožňuje zjistit názory spotřebitelů na cenovou dostupnost a rozmanitost nabídky biopotravin v českých obchodech. Pak jsou syntézou těchto názorů a výsledků analýzy cen na trhu shrnuty závěry o tom, zda spotřebitelské představy o biopotravinách odpovídají skutečné situaci.

Pomocným nástrojem ke sběru dat posloužil online portál Survio.com. Odkaz na dotazník byl sdílen v sociálních sítích: neosobně – jako příspěvek v profilu, dostupný všem uživatelům sítě, a osobně – prostřednictvím osobních zpráv. Statistika přechodu na stránku dotazníku, historie návštěv, míra vyplnění dotazníku a čas vyplnění dotazníku a historie je uvedena v příloze D. Celkem byl odkaz na dotazník otevřen 174 lidmi, z toho 105 lidí (60 %) dokončilo vyplňování dotazníků, 69 lidí (40 %) vyplňování nedokončilo nebo zamítlo. Sběr dat proběhl v období 20.–28. února 2020. Vyplňování dotazníků v průměru trvalo každému respondentu od 2 do 5 minut. K analýze byly použity odpovědi 100 respondentů (bezplatně na portálu je možnost vyhodnotit jen omezené množství dotazníků – max. 100).

Získaná data jsou přenesena do Excelu a následně zpracována za použití základních matematicko-statistických metod. V práci jsou uvedeny absolutní a relativní četnosti odpovědí respondentů v tabulkách a jsou také ilustrovány pomocí grafů.



## 5 Vlastní práce

V této části práce je na začátku provedena analýza sledovaných cen vybraných konvenčních a biopotravin, poté je práce zaměřena na výsledky provedeného dotazníkového šetření na téma konzumace biopotravin.

### 5.1 Analýza cenového vývoje biopotravin v rámci vybraného spotřebitelského minikoše

Spotřebitelský minikoš byl sestaven z osmi vybraných potravin: pomeranče (1 kg), citrony (1 kg), okurka hadovka (1 ks), chléb celozrnný slunečnicový (600 g), hovězí maso na guláš (1 kg), máslo (25 g), bulgur (275 g) a jáhly (500 g). V případě, že byly produkty nabízeny v odlišné vaze (např. chléb celozrnný konvenční – 600 g, bio celozrnný chléb – 500 g), byly ceny přepočítány na stejnou váhu. Ceny na vybrané potraviny byly zjišťovány v řetězci Tesco. Vybrané druhy potravin jsou obvykle dostupné jak v kategorii konvenčních produktů, tak i v kategorii bioproduktů. Minikoš byl sestaven tak, aby obsahoval potraviny vhodné k přípravě hlavních pokrmů, a také ovoce, zeleninu a chléb. Sledované ceny na konvenční produkty jsou uvedeny v tabulce 9, cena na bioprodukty v tabulce 10. V tabulkách jsou uvedeny také součty cen na vybrané potraviny v každém období – tj. celková cena minikoše vybraných potravin.

Tab. 9 Ceny spotřebního koše vybraných konvenčních potravin

Konvenční potraviny, Kč	<i>množství</i>	Leden 2018	Září 2018	Leden 2019	Září 2019	Leden 2020
<b>pomeranče</b>	1 kg	19,9 <sup>1)</sup>	34,9	34,9	19,9 <sup>1)</sup>	34,9
<b>citrony</b>	1 kg	49,9	64,9	49,9	49,9	34,9
<b>okurka hadovka</b>	1 ks	16,9	13,9	16,9	9,9 <sup>2)</sup>	17,9
<b>chleba celozrnný slunečn.</b>	600 g	35,9	35,9	36,9	38	32,4
<b>hovězí guláš premium</b>	1 kg	312,5	199,75	199,75	199,75	199,8
<b>máslo</b>	250 g	59,9	42,9	49,9	54,9	65,8
<b>bulgur lagris</b>	275 g	39,9	39,9	32,9	22,9	19,7
<b>jáhly</b>	500 g	15,9	15,9	19,9	24,9	26,9
<b>Celkem</b>		<b>550,8</b>	<b>448,1</b>	<b>441,1</b>	<b>420,2</b>	<b>432,3</b>

1) cena po slevě, cena bez slevy 39,9 Kč

2) cena po slevě, cena bez slevy 35,0 Kč

Zdroj: vlastní pozorování, 2018–2020

Tab. 10 Ceny spotřebního koše vybraných biopotravin

Bio potraviny, Kč	<i>množství</i>	Leden 2018	Září 2018	Leden 2019	Září 2019	Leden 2020
<b>Bio pomeranče</b>	750 g	74,5	74,5	49,9	159,9	49
<b>Bio citrony</b>	500 g	89,8	89,8	42,9	79,8	69,8
<b>Bio okurka hadovka</b>	1 ks	34,9	29,9	29,9	39,9	54,9
<b>Bio chléb celozrnný slunečn.</b>	500 g	51,5	51,5	49,9	67,2	119,76
<b>Bio hovězí gulaš</b>	1 kg	219,9	219,9	219,9	219,9	219,9
<b>Bio máslo</b>	150 g	91,5	91,5	54,9	99,8	58
<b>Bio bulgur</b>	500 g	25,2	25,2	42,9	26,3	40,7
<b>Bio jáhly</b>	500 g	39,9	39,9	42,9	44,9	51,9
<b>Celkem</b>		<b>627,3</b>	<b>622,3</b>	<b>533,2</b>	<b>737,7</b>	<b>664,0</b>

Zdroj: vlastní pozorování, 2018–2020

V tabulce 11 jsou uvedeny výsledky srovnání cen na jednotlivé potraviny – jsou to absolutní rozdíly v cenách biopotravin a konvenčních potravin (od ceny biopotraviny se odčítává cena stejné konvenční potraviny v příslušném období). Z výsledků je patrné, že ceny všech biopotravin jsou téměř vždy vyšší než ceny konvenčních potravin. Jen ve výjimečných případech jsou biopotraviny levnější (např. hovězí maso na gulaš v lednu 2018, bulgur v lednu a září 2018, máslo v lednu 2020, citrony v lednu 2019). Největší rozdíl je zjištěn v ceně celozrnného chleba – zejména v lednu 2020, u pomerančů a citronů.

Stabilní rozdíly v cenách jsou u masa – bio hovězí maso na gulaš je již od září 2018 stabilně dražší o 20 Kč než konvenční maso stejného druhu, a také u jahel – po celou sledovanou dobu cca 20–25 Kč. Velmi nestabilní rozdíly v cenách jsou u ovoce a u chleba.

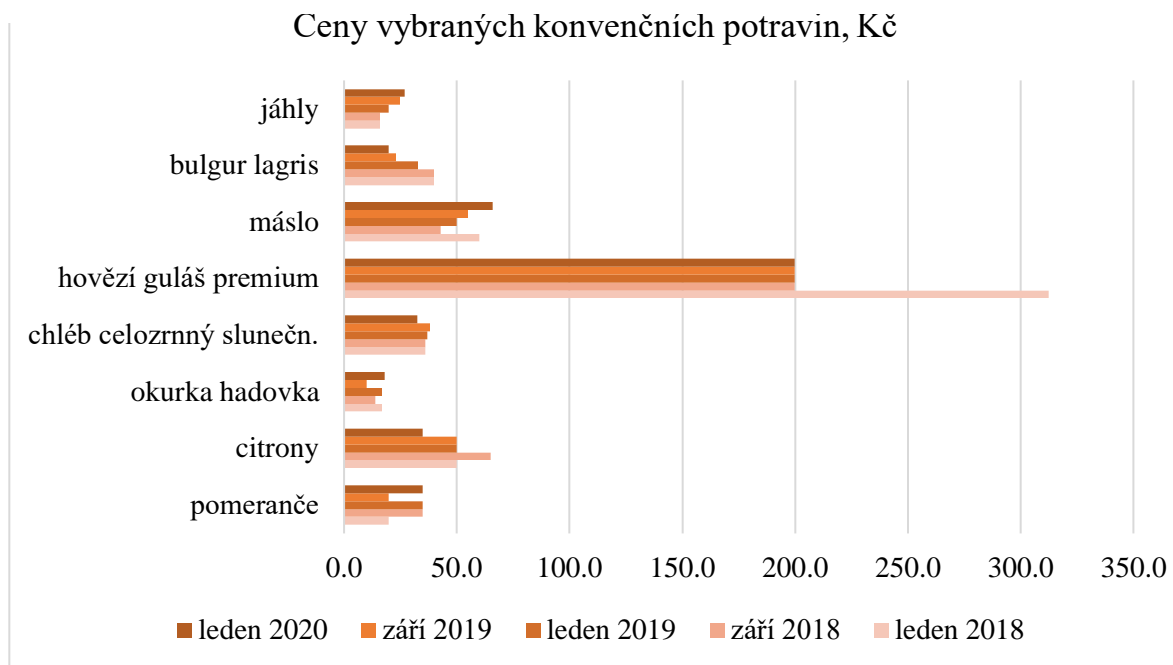
Tab. 11 Porovnání cen spotřebních košů vybraných konvenčních a biopotravin

Potraviny, Kč	<i>množství</i>	Leden 2018	Září 2018	Leden 2019	Září 2019	Leden 2020
<b>Pomeranče</b>	750 g	54,6	39,6	15	140	14,1
<b>Citrony</b>	500 g	39,9	24,9	-7	29,9	34,9
<b>Okurka hadovka</b>	1 ks	18	16	13	30	37
<b>Chléb celozrnný slunečn.</b>	500 g	15,6	15,6	13	29,2	87,4
<b>Hovězí gulaš</b>	1 kg	-92,6	20,15	20,15	20,15	20,1
<b>Máslo</b>	150 g	31,6	48,6	5	44,9	-7,8
<b>Bulgur</b>	500 g	-14,7	-14,7	10	3,4	21
<b>Jáhly</b>	500 g	24	24	23	20	25
<b>Celkem</b>		<b>76,5</b>	<b>174,2</b>	<b>92,1</b>	<b>317,5</b>	<b>231,7</b>

Zdroj: vlastní pozorování, 2018–2020

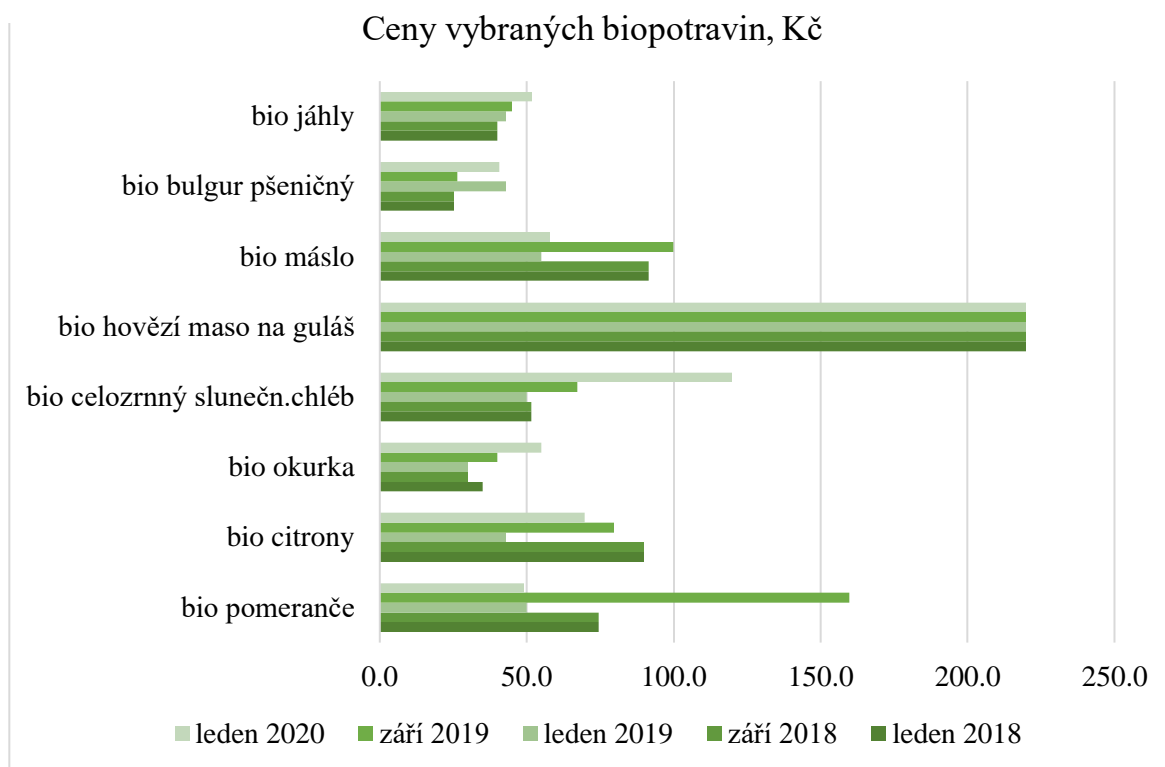
Grafy 4 a 5 ilustrují vývoj cen vybraných konvenčních a biopotravín ve vybraných obdobích.

Graf 4 Vývoj cen vybraných konvenčních produktů, Kč



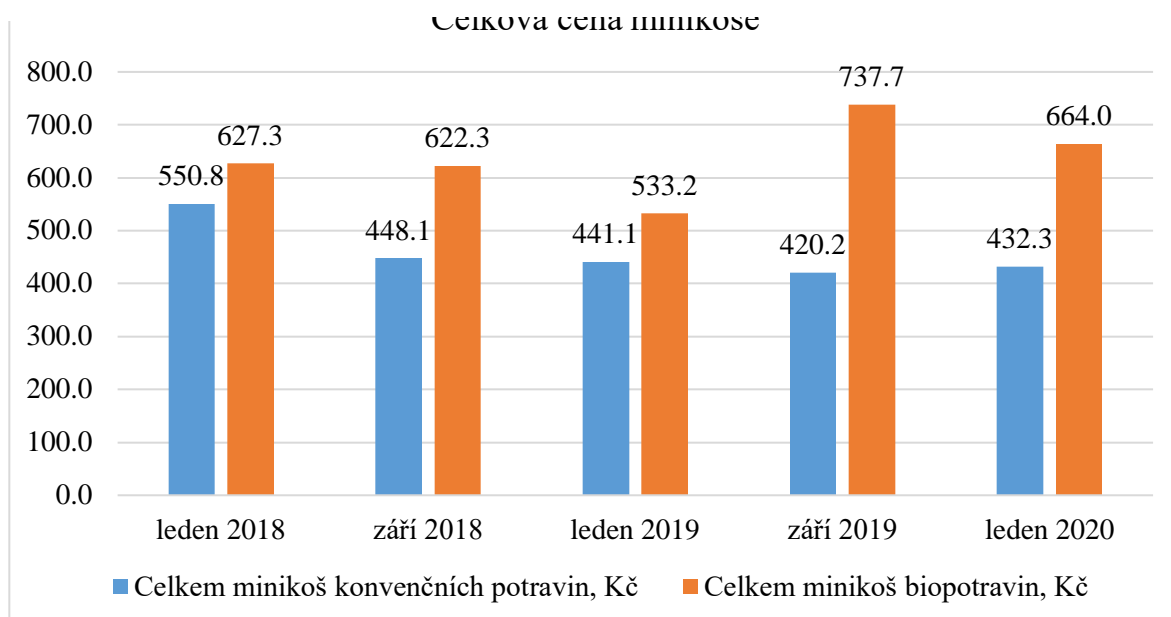
Zdroj: vlastní pozorování a výpočty, 2018–2020

Graf 5 Vývoj cen vybraných bioproduktů, Kč



Zdroj: vlastní pozorování a výpočty, 2018–2020

Graf 6 Vývoj celkové ceny minikoše vybraných konvenčních a bioproduktů, Kč



Zdroj: vlastní pozorování a výpočty, 2018–2020

Z výpočtu a porovnání celkových cen minikošů je patrné, že biopotraviny jsou dražší než konvenční potraviny, přičemž se tento cenový rozdíl postupem času zvětšuje. Celková cena minikoše vybraných konvenčních potravin v lednu 2018 byla 551 Kč, poté začala klesat, jen v lednu 2020 se cena trochu zvýšila oproti září 2019. Celkem se minikoš konvenčních potravin za sledované období zlevnil o 119 Kč. Minikoš biopotravin byl vždy dražší než minikoš konvenčních potravin a jeho cena se v průběhu sledovaného období na rozdíl od konvenčních potravin neustále zvyšovala. Největší rozdíl v ceně dvou minikošů byl zjištěn v září 2019, kdy nákup vybraných biopotravin stál o 76 % více (o 318 Kč) než nákup konvenčních potravin. Menší rozdíly byly zaznamenány na začátku sledovaného období – 14 % (77 Kč) v lednu 2018, 21 % (92 Kč) v lednu 2019. Z porovnání sledovaných cen lze udělat závěr, že rozdíl v cenách konvenčních a biopotravin je vždy větší v lednu, ale menší v září.

Tab. 12 Srovnání celkových cen minikošů vybraných konvenčních a bioproduktů

	leden 2018	září 2018	leden 2019	září 2019	leden 2020	Změna leden 2020 – leden 2018
Celkem minikoš konvenčních potravin, Kč	550,8	448,1	441,1	420,2	432,3	<b>-118,5</b>
Celkem minikoš biopotravin, Kč	627,3	622,3	533,2	737,7	664,0	<b>+36,7</b>
<b>Absolutní rozdíl<sup>1)</sup>, Kč</b>	<b>76,5</b>	<b>174,2</b>	<b>92,2</b>	<b>317,5</b>	<b>231,7</b>	<b>--</b>
<b>Relativní rozdíl<sup>2)</sup>, %</b>	<b>13,9 %</b>	<b>38,9 %</b>	<b>20,9 %</b>	<b>75,6 %</b>	<b>53,6 %</b>	<b>--</b>

<sup>1)</sup>Absolutní rozdíl = celkem minikoš biopotravin – celkem minikoš konvenčních potravin, Kč

<sup>2)</sup>Relativní rozdíl = celkem minikoš biopotravin / celkem minikoš konvenčních potravin – 1, %

Zdroj: vlastní pozorování a výpočty, 2018–2020

Z analýzy cen vybraných potravin v minikoši lze udělat neuspokojivý závěr, že biopotraviny jsou pro spotřebitele méně dostupné než konvenční potraviny, protože stojí víc. Je třeba však brát v úvahu to, že pozorování cen bylo provedeno jen ve vybraných měsících, ne v průběhu celého roku, a jsou zde si vybrány jen některé potraviny.

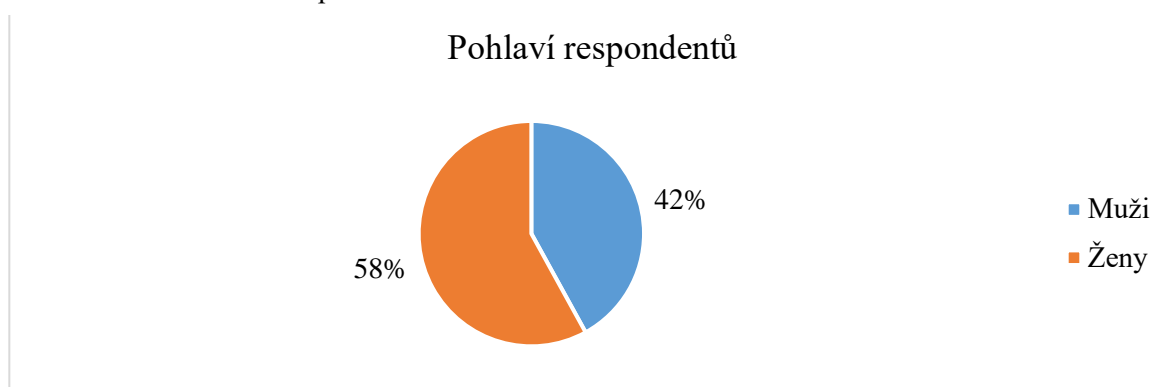
## 5.2 Analýza výsledků dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření se zaměřuje na zkoumání názorů a postojů spotřebitelů vůči nabídce biopotravin na trhu na vybraném vzorku respondentů. Vzhledem k tomu, že je cílem bakalářské práce provést zhodnocení aktuálního stavu na trhu biopotravin, je nezbytné analyzovat stranu poptávky na tomto trhu. Kromě sekundárních dat (např. dosavadní výzkumy, popsáné v kapitole 3.3) je rozhodnuto o sběru primárních dat. Pro tyto účely je zvolena metoda dotazníkového šetření.

### 5.2.1 Výběrový vzorek

Jak již bylo zmíněno, výběrový vzorek je tvořen 100 respondenty. Strukturu respondentů z hlediska jejich pohlaví, věku a vzdělání znázorňují grafy 7, 8 a 9. Podíly mužů a žen jsou přibližně vyrovnané: výběrový vzorek je tvořen 58 % žen a 42 % mužů.

Graf 7 Pohlaví respondentů

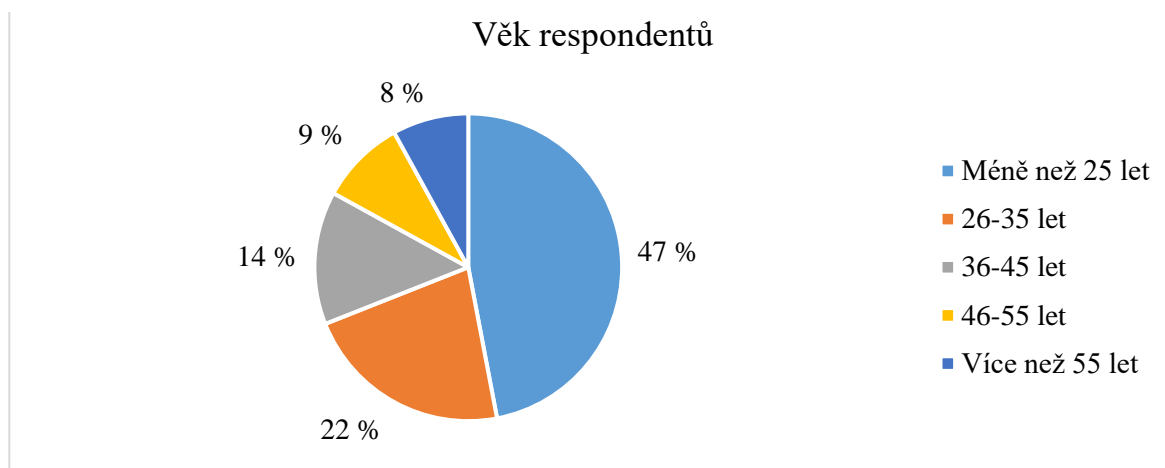


Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Větší část výběrového vzorku tvořili mladí lidé ve věku do 35 let (47 % – méně než 25 %, 26–35 let – 22 %) (viz graf 8). Vzhledem k tomu lze tvrdit, že se výsledky šetření vztahují především na tuto věkovou skupinu spotřebitelů. Nicméně je celkový počet respondentů dost malý pro to, aby výsledky šetření mohly být zobecněny na celou populaci. Výsledky jsou tedy považovány za orientační a vhodné k nastínění problematiky v rámci bakalářské práce.

Graf 8 Věk respondentů

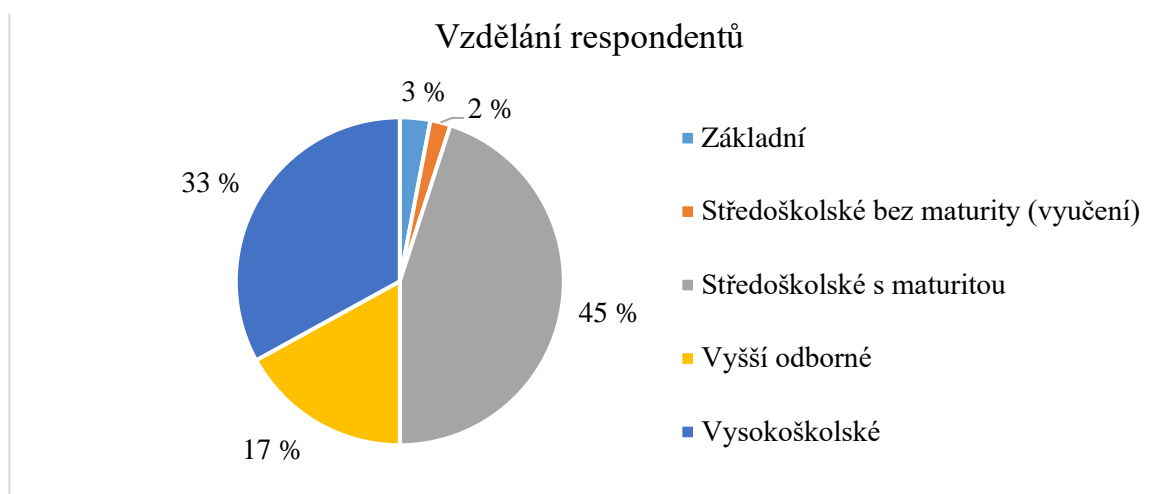


Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Relativně mladý věk mnoha respondentů souvisí s jejich nejvyšším dosaženým vzděláním (viz graf 9). Téměř polovina respondentů (45 %) má středoškolské vzdělání s maturitou. Třetina respondentů má však již vysokoškolský stupeň vzdělání (33 %). Vyšší odborné vzdělání má 17 % respondentů.

Graf 9 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



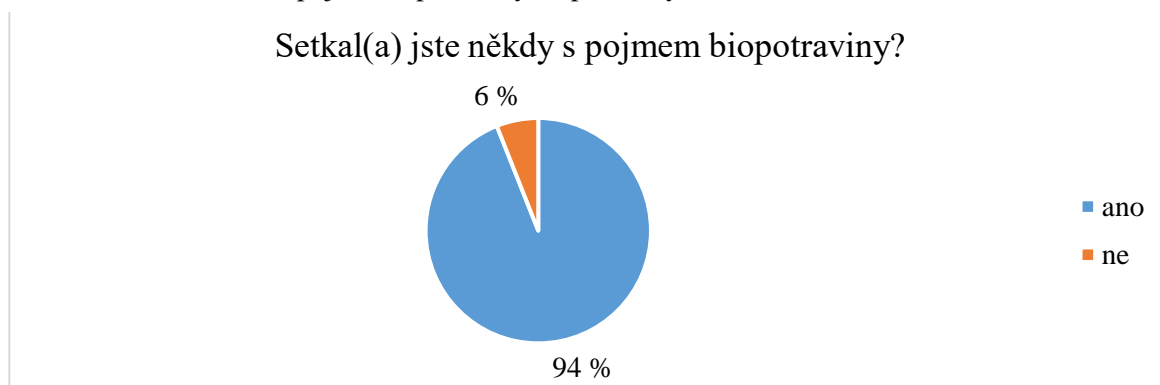
Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

### 5.2.2 Obecná znalost biopotravin a ekoznačení

První z hlavních otázek dotazníku se týká obecné znalosti pojmu biopotraviny. Výsledky (viz graf 10) svědčí o velmi dobré znalosti tohoto pojmu. 94 % respondentů uvedlo, že se někdy setkali s pojmem biopotraviny, 6 % – ne.

Graf 10 Znalost pojmu biopotraviny respondenty



Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Následující otázka je zaměřena na zkoumání spontánní znalosti konkrétních značek biopotravin. Otázka je otevřeného typu, odpověď na ni uvedlo jen 5 % respondentů (viz tab. 13). 2 % respondentů zmínila označení všech bioproduktů – národní značení, tzv. biozebru. 3 % uvedlo značku Hipp, která prodává dětskou výživu a také ekodrogerii. 1 % respondentů uvedlo značky biokosmetiky a drogerie – Alverde a bio DM, další 1 % značky Probio a Nature's Promise (biopotraviny a ekodrogerie). V souvislosti s velmi malým počtem

odpovědi u této otázky lze konstatovat velmi nízkou znalost značek biopotravin v ČR, anebo také připustit nízkou motivaci respondentů vyplňovat odpovědi vlastními slovy.

Tab. 13 Znalost značek biopotravin respondenty

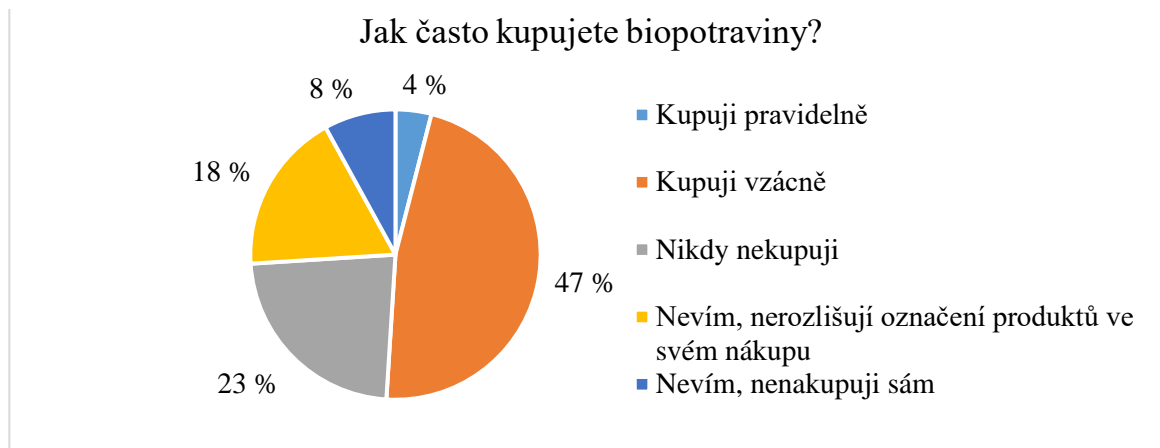
Uveďte první značku biopotravin, která Vás napadne (můžete uvést 1–5 značek):		Kategorie produktů
Hipp	3 %	dětská výživa, kosmetika
„Biozebra“, „bio (tzv. biozebra)“	2 %	národní logo (biozebra)
Alverde, bio DM	1 %	kosmetika, drogerie
Probio, nature's promise	1 %	biopotraviny, ekodrogerie
Celkem	7 %	

Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Přes nízkou znalost konkrétních značek biopotravin respondenti uvedli, že občas kupují biopotraviny v ČR. Celkem 51 % respondentů kupují biopotraviny pravidelně nebo vzácně (viz graf 11). Méně než třetina respondentů uvedla, že nikdy biopotraviny nekupuje, méně než pětina (18 %) uvedla, že nerozlišuje značky bio a konvenčních potravin ve svých nákupech. 8 % respondentů uvedli odpověď „nevím“, protože nenakupují sami. Odpovědi těchto 8 % respondentů nejsou zcela relevantní pro hodnocení všech výsledků.

Graf 11 Jak často respondenti kupují biopotraviny



Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Další otázka se zaměřovala na to, které kategorie bioproduktů jsou nejvíce poptávány respondenty (viz tab. 14). Čtvrtina respondentů zde uvedla, že žádné bioprodukty nekupuje. 37 % respondentů uvedlo, že kupují bio mléčné produkty, 31 % bio ovoce nebo bio zeleninu. Přibližně desetina respondentů (11 %) kupuje bio maso nebo bio ryby a bio luštěniny. Otázka byla polořádkového typu a umožňovala volbu jedné nebo více odpovědí. Vlastními slovy



uvedli respondenti následující odpovědi: „Záleží, na co narazím. Ale třeba sypané čaje.“, „Sušenky, krekry“, „biokosmetika“.

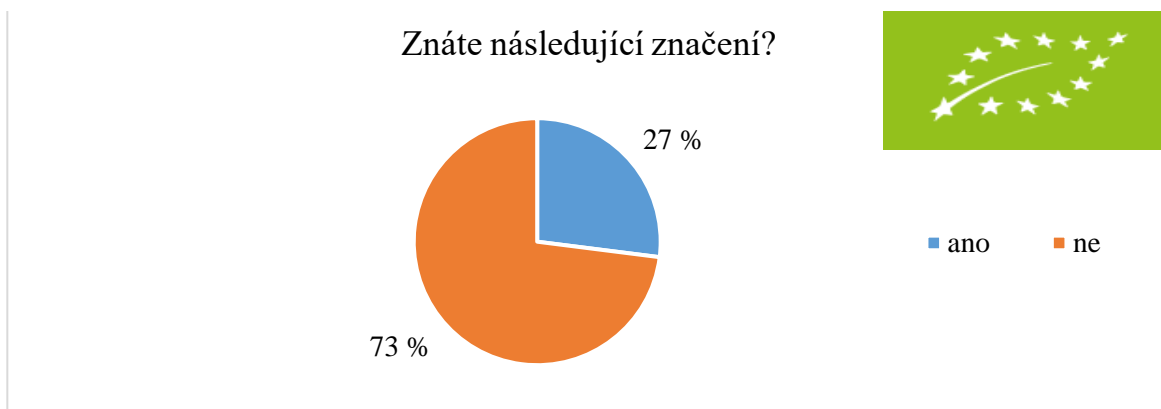
Tab. 14 Biopotraviny, které respondenti nejčastěji kupují

<b>Pokud kupujete biopotraviny, o jaké potraviny se obvykle jedná?</b>	Podíl na celkovém počtu respondentů (N=100)	Podíl na počtu respondentů, kteří biopotraviny kupují (n=74)
Bio mléčné produkty	37 %	50,0 %
Bio ovoce nebo bio zelenina	31 %	41,9 %
Bio maso nebo ryby	11 %	14,9 %
Bio luštěniny	10 %	13,5 %
Jiné (definováno)	3 %	4,1 %
Jiné (nedefinováno)	1 %	1,4 %
Nekupují žádné, nic	25 %	--
Nevím	1 %	--

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Výsledky šetření poukazují na dost vysokou znalost ekoznačení EU a ČR mezi respondenty. 73 % respondentů uvedlo, že znají evropské značení ekoprodukce, 69 % uvedlo, že znají české značení. 27 % respondentů nezná značení EU, 31 % nezná značení ČR. Výsledky ilustrují následující grafy 12 a 13.

Graf 12 Znalost ekoznačení EU



Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Graf 13 Znalost ekoznačení ČR



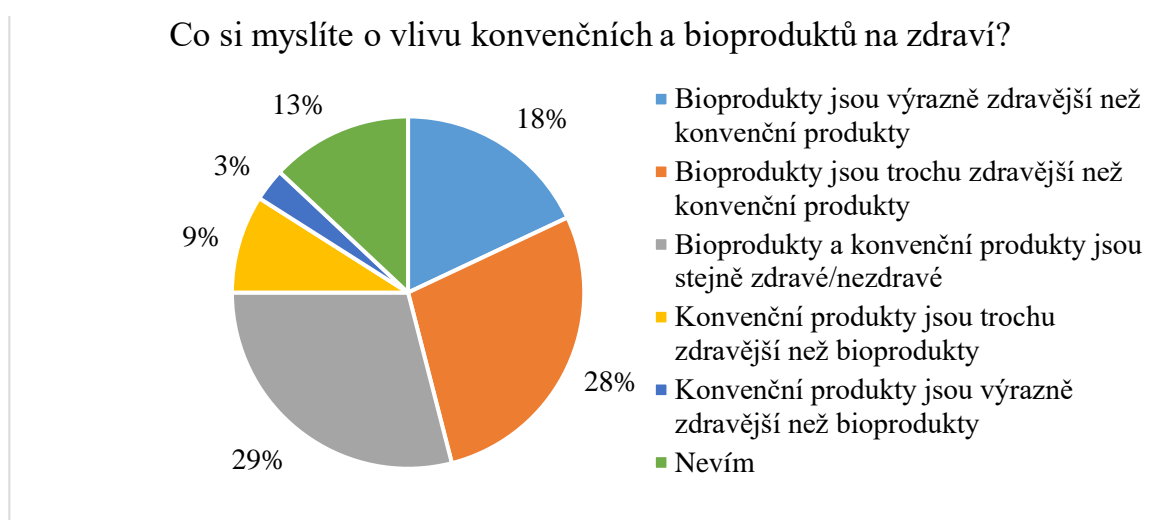
Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

### 5.2.3 Názory respondentů na kvalitu biopotravin

Dále byly v rámci vlastního šetření zkoumány názory respondentů na vlivy biopotravin a konvenčních potravin na lidské zdraví (viz graf 14). Ukázalo se, že téměř polovina respondentů se domnívá, že biopotraviny jsou zdravější než konvenční potraviny (18 % – výrazně zdravější, 28 % – trochu zdravější). 29 % respondentů si myslí, že bioprodukty a konvenční produkty mají stejné vlivy na zdraví – jsou stejně zdravé/nezdravé, proto se moc u této otázky nerozlišují bio- a konvenční potraviny. Jen 12 % se domnívá, že konvenční potraviny jsou zdravější než bioprodukty (9 % – trochu zdravější, 3 % – výrazně zdravější). Tito respondenti neuvodili bohužel žádný důvod, proč si to myslí. Odpověď „nevím“ se u této otázky objevila u 13 % respondentů.

Graf 14 Názory respondentů na vlivy bio a konvenčních potravin na zdraví

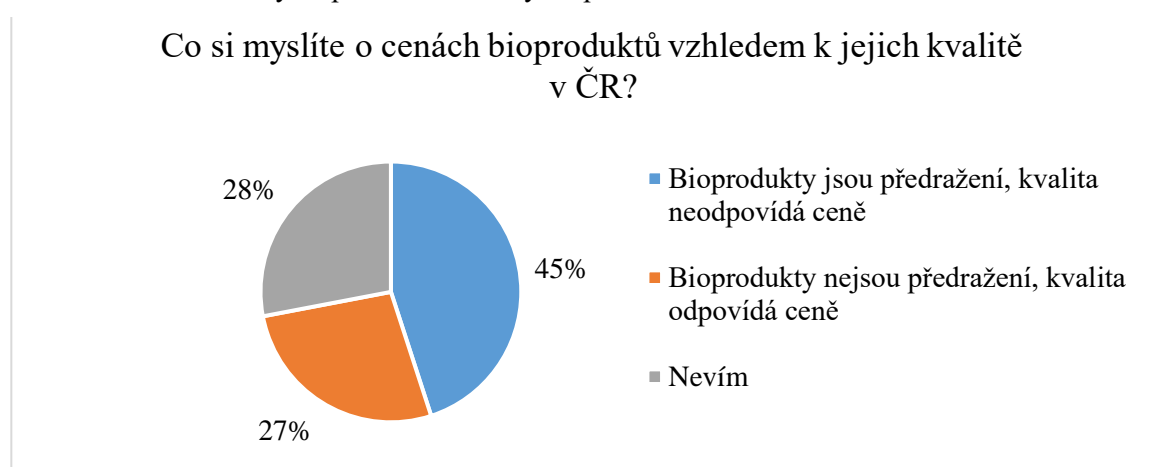


Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Dále byly zjištěny názory respondentů na cenu biopotravin (viz graf 15). Téměř polovina respondentů (45 %) se domnívá, že bioprodukty jsou předražené a jejich kvalita neodpovídá ceně. Je to poměrně velký podíl, což je spíše negativním zjištěním o poptávce a dostupnosti biopotravin v ČR. Nicméně více než čtvrtina respondentů (27 %) se domnívá, že cena bioproduktů odpovídá jejich kvalitě a bioprodukty nejsou předražené. 28 % respondentů není zatím schopná uvést žádný názor na ceny biopotravin ve vztahu ke kvalitě. Tento segment může být účinně ovlivněn marketingovými nástroji, uplatňovanými výrobcí a prodejci biopotravin.

Graf 15 Názory respondentů na ceny bioproduktů ve vztahu ke kvalitě



Poznámka: N = 100

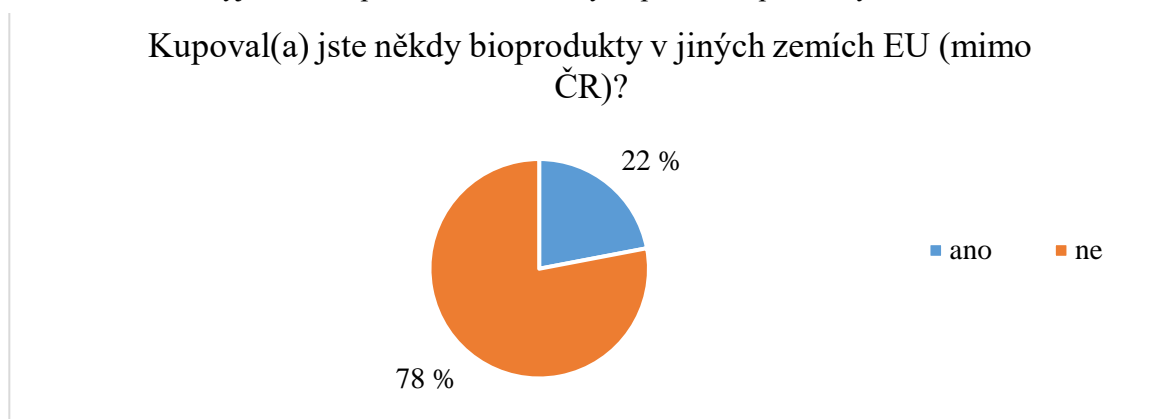
Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Výše uvedené faktory – vnímání vlivu biopotravin na zdraví, vnímání ceny biopotravin ve vztahu k jejich výhodám, které nabízí, jsou důležité pro charakteristiku připravenosti trhu na přijetí bioproduktů. Zatím lze udělat závěr, že jen malá část respondentů pozitivně vnímá ceny biopotravin z pohledu jejich užitku.

#### 5.2.4 Názory respondentů na nabídku bioproduktů v dalších zemích EU

Další otázky byly zaměřeny na zjištění názorů respondentů na nabídku biopotravin v jiných zemích EU. Bohužel více než tři čtvrtiny respondentů konstatovaly, že nikdy nekupovaly biopotravin v EU (mimo ČR) (viz graf 16).

Graf 16 Vyjádření respondentů, zda někdy kupovali biopotraviny v dalších zemích EU

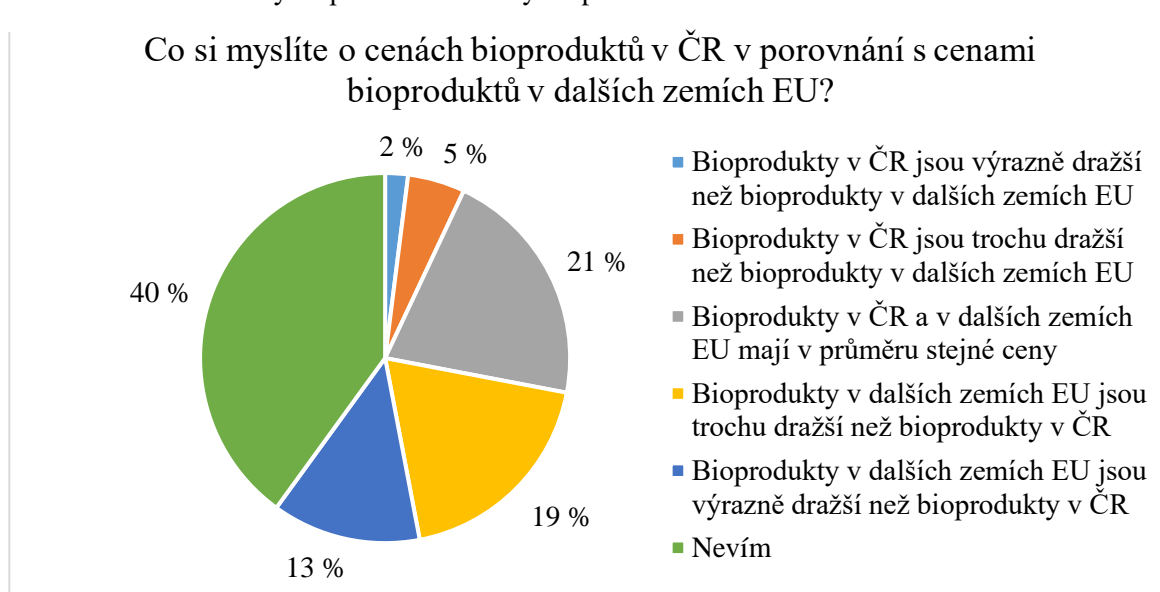


Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Bez ohledu na to, že 78 % respondentů nikdy biopotraviny v jiných zemích EU nekupovalo, 38 % z nich mají názory na jejich ceny. Subjektivní vnímání cen bylo také sdíleno 22 % respondentů, kteří biopotraviny v těchto zemích kupovali (viz graf 17). Pouze 7 % respondentů se domnívá, že ceny bioproduktů v ČR jsou dražší než v EU (2 % – výrazně dražší, 5 % – trochu dražší). Přibližně pětina respondentů (21 %) uvádí, že ceny v ČR a EU jsou v průměru stejné. A většina respondentů (32 %) si myslí, že bioprodukty v dalších zemích EU jsou dražší než v ČR (výrazně dražší – 13 %, trochu dražší – 19 %). Výsledky odpovědí na tuto otázku jsou spíše pozitivním zjištěním, protože větší část respondentů pozitivně vnímá ceny v ČR v porovnání s EU.

Graf 17 Názory respondentů na ceny biopotravin v ČR a v dalších zemích EU

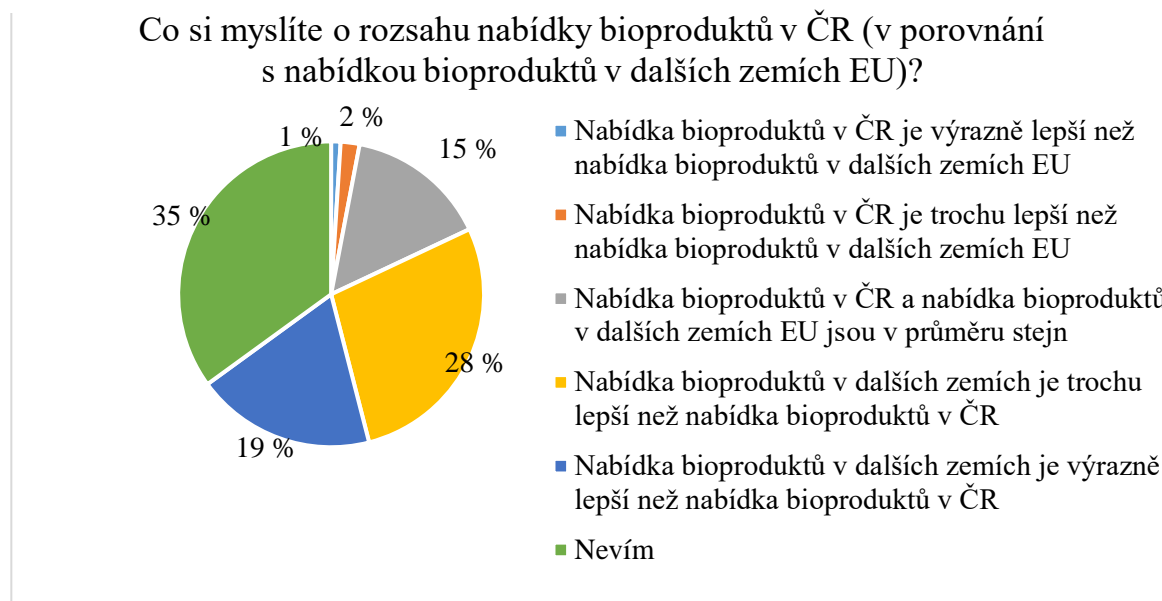


Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Přes existenci pozitivních názorů na ceny bioproduktů v ČR, existují rovněž negativní názory na rozsah jejich nabídky. Téměř polovina respondentů (47 %) uvádí, že nabídka bioproduktů v EU je lepší než nabídka v ČR (výrazně lepší – 19 %, trochu lepší – 28 %). Pouze 3 % respondentů se domnívá, že je nabídka bioproduktů v ČR lepší než v EU. Pro 15 % jsou nabídky v ČR a EU stejné. Výsledky ilustruje graf 18.

Graf 18 Názory respondentů na rozsah nabídky biopotravin v ČR a v dalších zemích EU



Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

### 5.2.5 Místo nákupu biopotravin

Je zajímavé, že u následující otázky, zkoumající, v jakých obchodech respondenti nejčastěji nakupují biopotraviny, 27 % respondentů uvedlo, že nekupují biopotraviny (viz graf 19). U otázek na začátku dotazníků více než 27 % respondentů uvedlo, že biopotraviny nekupují. Ti respondenti, kteří biopotraviny kupují, navštěvují pro tyto účely především supermarkety a hypermarkety (36 %). 12 % respondentů nakupuje biopotraviny na různých trzích vč. farmářských trhů. 9 % respondentů realizují své nákupy ve specializovaných prodejnách zdravé výživy a biopotravin, v e-shopech – 5 % respondentů. Ostatní místa prodeje biopotravin (drogerie, nezávislé prodejny potravin, lékárny, restaurace apod.) jsou používány jen 2–4 % respondentů. Strukturu odpovědí ilustruje graf 19.

Graf 19 Místo nákupů biopotravin

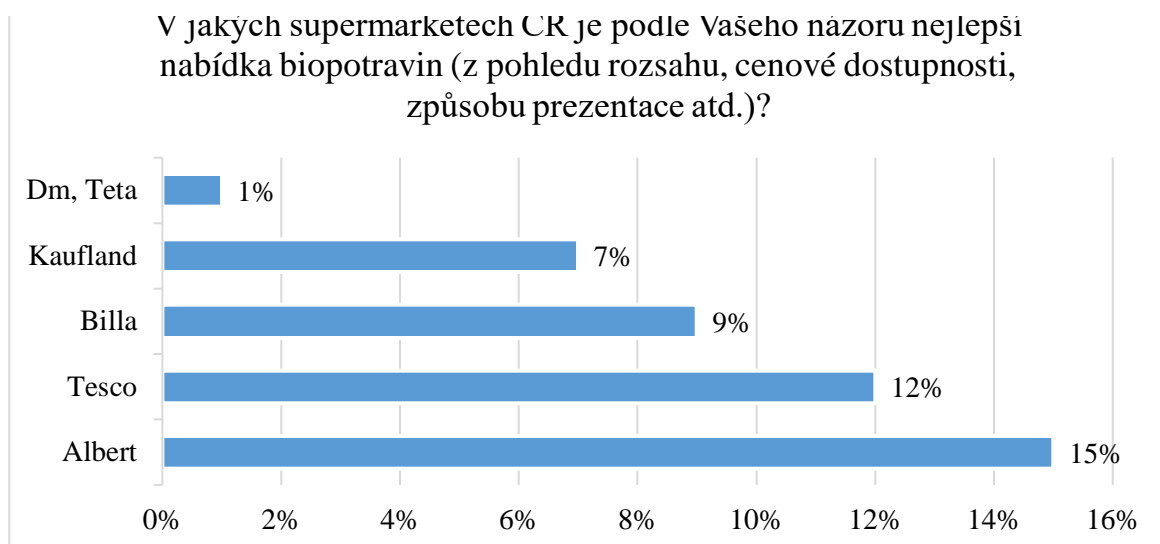


Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Podle názorů respondentů je nejlepší nabídka biopotravin v síti supermarketů a hypermarketů Albert (15 %) a Tesco (12 %) (viz graf 20). Řetězce Billa (9 %) a Kaufland (7 %) byly zmíněny u této otázky téměř stejným počtem respondentů. Jeden respondent uvedl také názvy řetězců drogerií DM a Teta, avšak tyto prodejny nepatří ke kategorii supermarketů a hypermarketů, která byla uvedena v otázce.

Graf 20 Supermarkety, v nichž je podle názorů respondentů nejlepší nabídka biopotravin



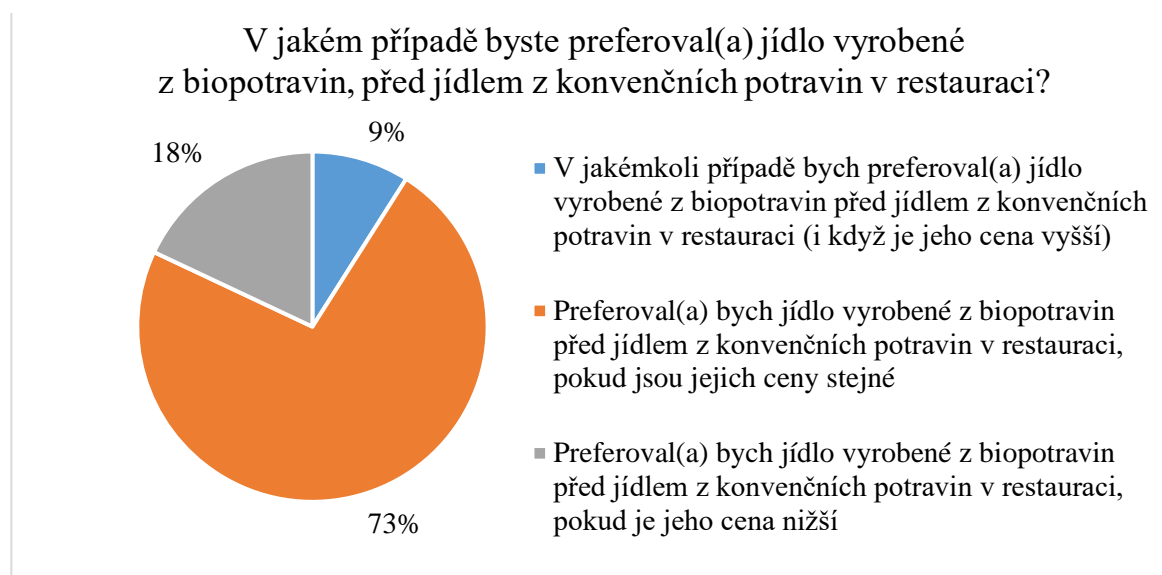
Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Podle výsledků odpovědí na následující otázku lze dojít k závěru, že respondenti mají dost vysoký sklon k objednávání jídel, vyrobených z biopotravin, v restauracích (viz graf

21). Necelé tři čtvrtiny respondentů (73 %) konstatovaly, že by preferovaly jídlo vyrobené z biopotravin před jídlem z konvenčních potravin v restauraci, pokud jsou ceny těchto jídel stejné. 18 % respondentů ovšem očekávají, že cena jídla z biopotravin bude nižší – jen v tomto případě budou toto jídlo před konvenčním preferovat. Necelá desetina respondentů (9 %) akceptuje vyšší ceny bioprodukce a proto preferuje jídla z biopotravin v restauracích, i když jejich ceny jsou vyšší než ceny jídel z konvenčních potravin. Z výsledků lze dojít k závěru, že restaurátoři, mající zájem o podporu bioprodukce, by měli dávat pozor na vyváženost cen konečných pokrmů. Poptávka po biopotravinách není zatím u respondentů tak velká, aby je akceptovaly za vyšší ceny.

Graf 21 Názory respondentů na jídla, vyrobená z biopotravin v restauracích



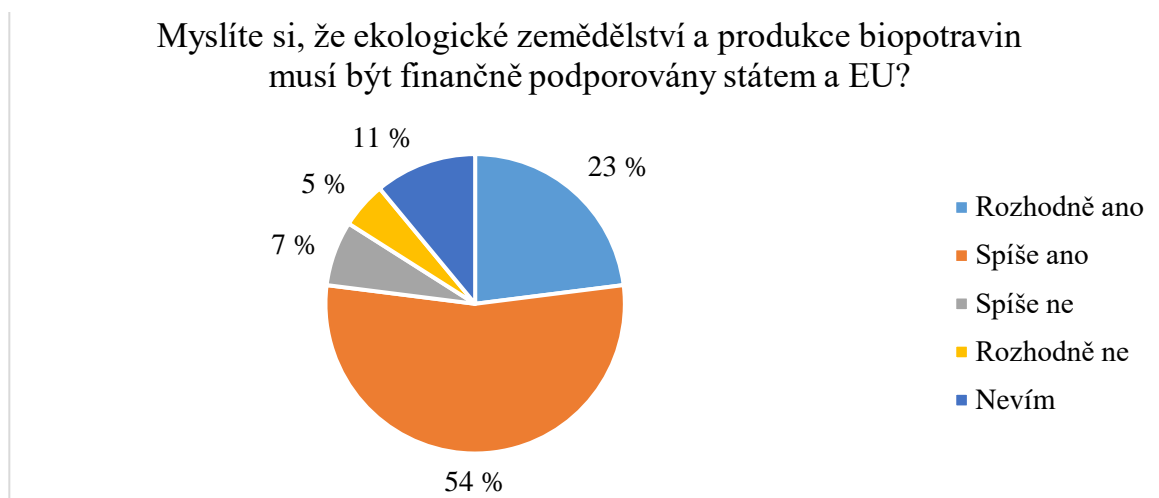
Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

### 5.2.6 Další názory respondentů na biopotraviny

U další otázky se objevila dost příznivá a slibná zjištění: většina respondentů konstatovala svůj kladný postoj ke státní a evropské podpoře bioprodukce. Jen 12 % respondentů uvedlo, že by stát a EU neměly bioprodukcí finančně podporovat (7 % – spíše ne, 5 % – rozhodně ne). 11 % respondentů zatím nemá na tuto otázku žádný názor. Výsledky ilustruje graf 22.

Graf 22 Názory respondentů na nutnost státní a evropské finanční podpory ekozemědělství a produkce biopotravin



Poznámka: N = 100

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

U jedné z posledních otázek byli respondenti vyzváni k vyjádření vlastního názoru na to, co by mohlo podpořit jejich zájem kupovat biopotraviny. Měli vlastními slovy dokončit větu „Kupoval(a) bych biopotraviny pravidelně, pokud...“ Uvedené odpovědi lze rozdělit podle hlavní myšlenky do několika skupin.

První skupina zahrnovala cenový faktor. Byly uvedeny odpovědi, že by biopotraviny měly být levnější a dostupnější ve vztahu k dostupným finančním zdrojům, mzdě apod. Tyto odpovědi tvořily nejpočetnější skupinu.

Druhá skupina byla tvořena odpověďmi, které se týkaly dostupnosti a rozsahu nabídky biopotravin: „nabídka by byla větší“ apod.

Populárnost, znalost a informovanost o biopotravinách lze vymezit jako třetí kategorii odpovědí. Patří sem názory „věděla by jaký je rozdíl“, „věděla jaký je užitek“, „znala bych rozdíl“, „bylo víc informace“, „víc info o tom“ apod. Někteří respondenti navíc přímo odkázali na to, že zatím nejsou přesvědčení o skutečně větších výhodách biopotravin oproti potravinám konvenčním: „by byly opravdu zdravější“, „byly rozhodně lepší než konvenční“ apod. Přehled všech odpovědí je uvedený v příloze E. Původní gramatika odpovědí je v záznamu zachována.

U poslední otázky měli respondenti možnost vlastními slovy vyslovit svůj názor na téma biopotravin. Ze 100 respondentů zde uvedlo odpověď jen 5 lidí, přičemž jeden



respondent pouze zmínil „nevím“. Záznam dalších čtyř odpovědí je uvedený níže (viz tab. 15).

Tab. 15 Další názory respondentů na téma biopotravin v ČR

<b>Prostor pro vlastní názory na téma biopotravin v ČR</b>
„Nevím“
„Někdy je příliš mnoho „bio“ a „eko“ v označeních. Otázkou je, zda jsou opravdu lepší nebo je to jen marketing“
„Biopotraviny jsou nafouklá bublina, která má uživit drobné zemědělce, kteří rozvrátili systém Zemědělských družstev. Jedině se Zemědělskými družstvy jsme jako ČR schopni konkurovat Evropě bez dotací.“
“Je to fajn, když víte, co kupujete, ale stejně jako bezlepkový potraviny, ekopotraviny jsou teď něco jako móda pro hipstery a hodně firem toho zneužívá, flákne na obal eko, splní nějakou minimální podmínku, aby to legálně mohli udělat, a dají na produkt hipsterskou daň.“
„Biopotraviny jistě mají lepší vliv na zdraví člověka, za důležité ale považují i podporu místních farmářů a hospodaření šetrné vůči zemědělské půdě a zvířatům, což bio produkce ctí.“

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

V těchto názorech je nastíněna problematika „nafouknutí“ užitečnosti biopotravin v marketingu. To znamená, že respondenti zmínili obtěžování reklamou, ekoznačením, štítky „bio“ apod. Nynější propagace biopotravin totiž účinně zvyšuje povědomí o těchto produktech, ale nepřesvědčuje lidi o jejich výhodách a užitech. Navíc to může způsobit další významný negativní dopad, a to snížení důvěry ve výrobce potravin a drobné zemědělce vůbec.

## 6 Diskuse a doporučení

Dále je provedeno porovnání výsledků zjištěných v rámci dotazníkového šetření s výsledky sekundárních výzkumů. Je třeba brát v úvahu, že dotazníkové šetření má omezenou vypovídací schopnost a jeho výsledky nejsou zcela porovnatelné s výsledky výzkumů velkých společností. Vlastní šetření bylo provedeno na vzorku 100 lidí a jejich věková struktura neodpovídá rozložení populace v ČR. Dále provedené porovnání lze považovat za orientační.

Podle výzkumu Eurobarometru z r. 2009 60 % Čechů nikdy o ekoznačce neslyšelo. Na základě výsledků vlastního šetření lze tvrdit, že se povědomí o ekoznačení významně vylepšilo. Nicméně je třeba brát v úvahu rozdílnou míru relevancí výsledků šetření EU a vlastního šetření.

Pro porovnání znalostí ekoznačení lze zmínit také výzkum Široké (2011), která se zaměřovala na výzkum mezi mladými segmenty obyvatel. Zjistila, že jen 12 % žáků v posledním ročníků základní školy a v posledním ročníků střední školy znají českou značku ekologického zemědělství. Ve výzkumu, stejně jako v dané práci, se jednalo o podpořenou znalost značky, avšak lze jednoznačně konstatovat, že výsledky vlastního šetření ukázaly výrazně vyšší znalost tohoto značení.

Z porovnání vlastních zjištění s výsledky sekundárních šetření (ÚZEI, 2017) a MEDIAN (2014) je patrné, že poptávka po vybraných kategoriích bioproduktů mezi respondenty je vyšší než podíl těchto kategorií v šetření ÚZEI. Odlišnost spočívá také v tom, že se mléčné produkty ve vlastním šetření ukázaly jako kategorie poptávané více než bio ovoce a bio zelenina, zatímco ve výzkumu ÚZEI je to naopak. Výzkum MEDIAN (2014), zmíněný v teoretické části práce naopak ukázal ještě větší popularnost bio mléčných výrobků než výsledky vlastního šetření. Srovnání kategorií bioproduktů, které nejvíce kupují respondenti z vlastního šetření a respondenti z rozsáhlých výzkumů ÚZEI a MEDIAN je uvedeno v tabulce 16.

Tab. 16 Porovnání výsledků primárního a sekundárních výzkumů – biopotraviny, které respondenti nejčastěji kupují

	Vlastní šetření	ÚZEI, 2017	MEDIAN, 2014
Bio mléčné produkty	50 %	17,5 %	70 %
Bio ovoce nebo bio zelenina	42 %	22,5 %	n/d
Biomaso nebo ryby	15 %	5,9 %	n/d
Bio luštěniny	14 %	4,9 %*	n/d

\* Luštěniny patří ve výzkumu ÚZEI do kategorie „mlýnské a škrobárenské výrobky“

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020, ÚZEI, 2018, Median, 2015

Po porovnání vlastních zjištění s výsledky výzkumu ÚZEI (2017) je patrné, že se výsledky trochu liší (viz tab. 17). Například ve výzkumu ÚZEI byla zjištěna větší popularnost drogerií a e-shopů pro nákup biopotravin než ve vlastním výzkumu. Naopak respondentů z vlastního výzkumu více kupují biopotraviny v supermarketech a hypermarketech a na různých trzích než respondenti ze šetření ÚZEI. Význam lékáren a specializovaných prodejen zdravé výživy je pro nákupy biopotravin přibližně stejný, jak z pohledu výsledků vlastního šetření, tak i z pohledu výsledků ÚZEI.

Tab. 17 Porovnání výsledků primárního a sekundárních výzkumů – místa, kde respondenti nejčastěji kupují biopotraviny

Kde nakupujete biopotraviny nejčastěji?	Vlastní výzkum		ÚZEI, 2017
	Respondenti celkem (N=100)	Respondenti, kteří biopotraviny kupují (n=73)	
Supermarkety / hypermarkety	36 %	49,3 %	41 %
Trhy, vč. farmářských trhů a jiného faremního prodeje	12 %	16,4 %	5,4 %
Specializované prodejny zdravé výživy a biopotravin	9 %	12,3 %	12,6 %
E-shopy	5 %	6,8 %	14,1 %
Drogerie	4 %	5,5 %	17,5 %
Nezávislé prodejny potravin	3 %	4,1 %	3 %
Lékárny	2 %	2,7 %	3,9 %
Restaurace a jiná gastronomická zařízení	2 %	2,7 %	3 %
Nekupují biopotraviny	27 %	--	

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020, ÚZEI, 2018

Z výsledků vlastního šetření a porovnání jeho výsledků se sekundárními výzkumy lze dospět k závěru o některých pozitivních a negativních zjištěních ve vztahu k poptávce a vnímání biopotravin respondenty. Pozitivním by mohla být například dobrá znalost bioproduktů a jejich výhod, pozitivní postoje a vysoký sklon k jejich preferování před konvenčními potravinami, vnímání biopotravin jako cenově dostupných produktů apod. Za

negativní zjištění lze považovat opačné závěry, které mohou bránit rozvoji poptávky po bioproduktech a nepřesvědčovat spotřebitele o výhodách biopotravin.

Zjištění vyplývající z výsledků práce jsou shrnuta v následující tabulce 18.

Tab. 18 Pozitivní a negativní zjištění

Pozitivní zjištění	Negativní zjištění
Přibližně polovina respondentů alespoň vzácně kupuje biopotravinu	Téměř polovina respondentů vnímá biopotravinu jako předraženou ve vztahu k jejich kvalitě
Relativně pozitivní vnímání cen bioproduktů (v ČR je lepší než v EU)	Nabídka bioproduktů v ČR je vnímána hůř než nabídka v EU
Relativní dobrá podpora znalost ekoznačení EU a ČR	Nedostatečná znalost konkrétních značek bioproduktů na trhu (spontánní vybavení značek – nízké)
Vysoká poptávka po vybraných kategoriích produktů (zejména bio mléčné výrobky, bio ovoce a zelenina)	Nedostatečná nebo nezjištěná poptávka po ostatních kategoriích bioproduktů, vč. např. ekokosmetiky, doplňků výživy apod.
Vnímání pozitivních vlivů biopotravin na zdraví	Obtížné značení eko a bio, neúčinný marketing (nedostatečné přesvědčení o výhodách a užitečných biopotravin), nedůvěra vůči drobným zemědělcům

Zdroj: dotazníkové šetření, únor 2020

Z výsledků lze dospět k závěru o existenci určitých pozitivních vyhlídek do budoucího rozvoje biopotravin v ČR a identifikovat faktory bránící tomuto rozvoji. V návaznosti na zjištění lze výrobcům a prodejcům biopotravin doporučit přezkoumat marketing svých výrobků, a to následovně:

- zvýšit informativnost komunikačních sdělení: obal a reklamní prostředky musí nejen zviditelnit samotné značení „eko“ či „bio“, ale přesvědčivě informovat o užitečných bioproduktu (na zdraví, na ekologii, ekonomiku apod.). Je vhodné podpořit přesvědčivost informací například výsledky zdravotnických testů, statistikami, infografikou, sociální reklamou apod.,
- podpořit znalost konkrétních značek bioproduktů: na obalech a reklamních prostředcích graficky zvýraznit konkrétní logo výrobce, následně je třeba pracovat na podpoře znalosti značky, budování vztahů se zákazníky (uplatnit zejména nástroje připomínací reklamy, PR, využívat vizuální prvky v komunikaci),
- zapracovat na zvýšení důvěry vůči drobným ekologickým zemědělcům: lze do komunikačních kampaní zapojit videoukázky, co se děje a jak se vyrábí produkce na ekofarmách, prezentovat příběhy konkrétních zemědělců, navrhnout zákazníkům prohlídky ekofaremu,

- podpořit znalost a prodej kategorií bioproduktů, které jsou zatím málo poptávány: např. ekokosmetika, doplňky výživy apod. Toto doporučení se vztahuje například k prodejnám, které nabízejí více kategorií produktů.

Výše uvedená doporučení lze aplikovat a dále detailně rozpracovat pro konkrétní značky biopotravin. Měly by směřovat k odstranění nedostatečné znalosti a nedůvěry vůči bioprodukcí mezi zákazníky. Neměla by chybět důkladná segmentace a zaměření na vybrané skupiny spotřebitelů.

## 7 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo provést zhodnocení aktuálního stavu na trhu biopotravin, hodnocení množství produkce nabízené v ČR a cenového vývoje portfolia biopotravin.

K dosažení hlavního cíle práce byla provedena analýza primárních a sekundárních dat. Na začátku práce byly popsány základní pojmy, právní úprava ekologického zemědělství a byla zohledněna otázka financování podpory tohoto oboru. Lze tvrdit, že je úpravě ekologického zemědělství a efektivní finanční podpoře drobných ekologických zemědělců věnována velká pozornost v ČR. Byla provedena analýza vývoje ekologického zemědělství v České republice, vycházející ze sekundárních dat – především statistického šetření Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI). Analýza se týká vývoje užití půdy v ekologickém zemědělství, počtu registrovaných subjektů v EZ, objemu a struktury rostlinné a živočišné produkce v EZ. Výsledky analýzy vývoje počtu a velikosti ekofarem jednoznačně poukazují na růst v této oblasti. Největší potenciál ekologického zemědělství z hlediska dostupné plochy ekofarem je v Jihočeském kraji. Nejvýznamnější kategorie bioproduktů z hlediska objemu výroby tvoří bio ovoce a bio zelenina, ale také výstupy živočišné výroby – zejména produkce biomasa, biomléka, bio mléčných výrobků. Odpovídá to struktuře poptávky po bioprodukcii – právě tyto kategorie jsou nejvýznamnější z hlediska objemu tržeb. Výsledky výzkumů ÚZEI, STEM/MARK a MEDIAN poukazují zejména na zvýšenou poptávku po mléčných biovýrobcích. Výsledky vlastního dotazníkového šetření na výběrovém vzorku 100 respondentů potvrdily tuto skutečnost, i když se jednalo pouze o orientační výsledky, které nelze aplikovat na celou populaci ČR (relativně malý počet respondentů, struktura vzorku neodpovídá struktuře populace, je tvořená především mladými lidmi). Podle šetření ÚZEI z roku 2017 jsou biopotraviny nejvíce nakupovány v supermarketech a hypermarketech, a také v prodejnách zdravé výživy a biopotravin. Podle výsledků dotazníkového šetření tyto typy prodejen jsou také respondenty nejvíce vyhledávány při nakupování biopotravin. Mladí respondenti z vlastního šetření však méně nakupují biopotraviny v e-shopech než respondenti z výzkumu ÚZEI.

Další oblastí, na kterou bylo v této práci poukázáno, byla otázka cen biopotravin. Byl prozkoumán spotřebitelský minikoš, skládající z vybraných biopotravin (maso, chléb, luštěniny, máslo, ovoce a zelenina) a byly sledovány ceny těchto výrobků v období ledna 2018, září 2019, ledna 2019, září 2019 a ledna 2020, a také ceny stejných konvenčních

potravin. Z výsledků je patrné, že ceny všech biopotravin jsou téměř vždy vyšší než ceny konvenčních potravin. Jen ve výjimečných případech jsou biopotraviny levnější než konvenční potraviny. Stabilní rozdíly v cenách jsou u masa – biomaso je vždy dražší než konvenční maso. Velmi nestabilní rozdíly v cenách jsou u ovoce a chleba. Cenový rozdíl biopotravin a konvenčních potravin se neustále zvyšuje, což je spíš negativním zjištěním, protože snižuje dostupnost biopotravin pro spotřebitele. Cenová nevýhoda biopotravin byla zmíněna také většinou dotazovaných respondentů.

V rámci dotazníkového šetření byla také zjištěna nedostatečná znalost výhod biopotravin oproti konvenčním potravinám, nedůvěra vůči značkám „bio“ a „eko“ a nedůvěra vůči drobným ekozemědělcům. Na základě těchto zjištění byla vytvořena některá doporučení pro marketing bioproduktů, který uplatňují výrobci a prodejci. Týkají se především nutnosti zvýšit informativnost a přesvědčivost marketingové komunikace bioproduktů. Tato doporučení lze podrobněji rozpracovat pro konkrétní výrobce biopotravin.

Přínos práce má výchovný a vzdělávací charakter: práce poskytuje znalosti o biopotravinách, ekozemědělství, ekoznačení, zvyšuje povědomí o bioprodukci. Výsledky práce lze využít v marketingu výrobců a prodejců biopotravin.

## 8 Seznam použitých zdrojů

### Literatura

- FOJTIKOVÁ, Lenka, 2008. *Společné politiky EU*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-717-9939-9.
- HRADIL, Pavel a kol., 2018. *Biodynamické vinohradnictví a vinařství*. Praha: Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-271-0418-5.
- KOL. AUTORŮ FiBL (Forschungsinstitut für biologischen Landbau), 2007. *90 argumentů pro ekologické zemědělství*. Olomouc: Bioinstitut, o.p.s., červen 2007. ISBN 978-80-87080-07-8.
- LEONTIEV, M., OVSYANNIKOV, Yu, 2011. K voprosu o soderzhanii ponyatiya „ekologicheski chistye produkty pitaniya“. *Agrarnyi vestnik Urala*. Jekaterinburg: AVU, 4(83), ss. 82-84. ISSN 2307-0005.
- MZ, 2018. *Právní předpisy pro ekologickou produkci*. Praha: Ministerstvo zemědělství. ISBN 978-80-7434-415-2.
- OVSYANNIKOV, Yuriy, 2012. Proizvodstvo ekologicheski chistyh poroduktov pitaniya kak odno iz napravleniy racionalnoho prirodospolzovaniya. *Journal of new economy*. Jekaterinburg: UrGEU, 2(40), ss. 156-159. ISSN 2658-5081.
- PAVLOUŠEK, Pavel, 2016. *Bio odrůdy révy vinné*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-4330-1.
- SMITH-SPANGLER, Crystal a kol., 2012. Are organic foods safer or healthier than conventional alternatives? A systematic review. *Annals of Internal Medicine*. 2012, 157(5), ss. 348-366. doi: 10.7326/0003-4819-157-5-201209040-00007.
- SÝKORA, Jaroslav, 2014. *Zemědělské stavby: základy navrhování*. Praha: Grada Publishing a.s. ISBN 978-80-247-5273-0.
- ŠIROKÁ, Pavla, 2011. *Environmentálně šetrné nakupování: informovanost, zájem a jednání žáků*. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Přírodovědecká fakulta. Vedoucí práce: Ing. Aleš Máchal.



## Internetové zdroje

BÍLÝ, Vojtěch, 2019. Září – měsíc biopotravin: zájem o biopotraviny roste. *eAgri.cz* [online]. 1.10.2019 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <[http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2019\\_zari-mesic-biopotravin-zajem-o.html](http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2019_zari-mesic-biopotravin-zajem-o.html)>.

CVVM, TOČEK, Milam, 2017. *Tisková zpráva: Hodnocení ochrany životního prostředí – květen 2017* [online]. Praha: CVVM, Sociologický ústav AV ČR, v.v.o., květen 2017. 15 s. [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <[https://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c2/a4370/f9/oe170629.pdf](https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a4370/f9/oe170629.pdf)>.

EUROBAROMETR in: EKOLIST.CZ, 2010. Horší už to být nemůže, pojďme to dělat jinak, říká k ekoznačce její kritik. *Ekolist.cz: Praha* [online]. 11.11.2010 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<https://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/zpravy-zd/horsi-uz-to-byt-nemuze-pojdme-to-delat-jinak-rika-k-ekoznacce-jeji-kritik>>.

GFK, cit. MEDIAGURU, 2007. Biopotraviny ano. Ale co to je? *MediaGuru* [online]. 11.12.2007 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<https://mediaguruwebapp.azureweb sites.net/clanky/2007/12/biopotraviny-ano-ale-co-to-je/>>.

GFK, 2017. Češi si dopřávají dopolední svačinu x více než lidé ve světě. *GfK* [online]. 31.1.2017 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.gfk.com/cz/insights/press-release/cesi-si-dopravaji-dopoledni-svacinu-2x-vice-nez-lide-ve-svete/>>.

HYNEK, Jordan, 2014. Výzkum ukázal, že biopotraviny nakupuje již více než 41 % domácností. *eAGRI.cz* [online]. 29.9.2014 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <[http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2014\\_vyzkum-ukazal-ze-biopotraviny-nakupuje.html](http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2014_vyzkum-ukazal-ze-biopotraviny-nakupuje.html)>.

KUBÁŇOVÁ, Jan, 2008. Zdravý biostyl? *Sedmá generace* [online]. 24.07.2008 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.sedmagenerace.cz/zdravy-biostyl/>>.

MZ, 2018. *Statistická šetření ekologického zemědělství: Základní statistické údaje (2017)* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR [cit. 2020-01-02]. Dostupné z WWW:

- <[http://eagri.cz/public/web/file/611801/Statistika\\_ekologickeho\\_zemedelstvi\\_2017.pdf](http://eagri.cz/public/web/file/611801/Statistika_ekologickeho_zemedelstvi_2017.pdf)>.
- MZ, 2019. Ekologické zemědělství. *eAGRI: Zemědělství* [online]. [cit. 2019-11-30]. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>>.
- MZ, 2019. Loga pro ekologické zemědělství. *eAGRI: Zemědělství* [online]. [cit. 2019-12-09]. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/dokumenty-statistiky-formulare/loga-a-znaceni/>>.
- OSN, UNEA, 2018. *Udržitelné zemědělství (background report)* [online]. Leden 2018 [cit. 2019-11-30]. Dostupné z WWW: <[https://www.studentsummit.cz/wp-content/uploads/2019/02/UNEA\\_zemedelstvi.pdf](https://www.studentsummit.cz/wp-content/uploads/2019/02/UNEA_zemedelstvi.pdf)>.
- OSN, 2015. Cíle udržitelného rozvoje (SDGs): Fakta. *OSN* [online]. 22.9.2015 [cit. 2019-11-30]. Dostupné z WWW: <<https://www.osn.cz/cile-udrzitelneho-rozvoje-sdgs/>>.
- RADA EU, 2007. Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91. *Úřední věstník Evropské unie* [online]. 20.7.2007, L 189/1 [cit. 2019-12-09]. Dostupné z WWW: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=celex:32007R0834>>.
- STEM/MARK in ENVIWEB, 2018. Ze sortimentu biopotravin Češi nejčastěji nakupují mléčné produkty. *EnviWeb* [online]. 25.11.2018 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.enviweb.cz/112568>>.
- SZIF, 2019. Platba pro zemědělce dodržující zemědělské postupy příznivé pro klima a životní prostředí (Greening). *SZIF* [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z WWW: <<https://www.szif.cz/cs/greening>>.
- SZIF, 2019. Program rozvoje venkova 2014-2020. *SZIF* [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z WWW: <<https://www.szif.cz/cs/prv2014>>.
- SZIF, 2019. Státní zemědělský intervenční fond zveřejňuje Sazby jednotlivých dotačních titulů 2019. *SZIF* [online]. [cit. 2020-01-02]. Dostupné z WWW: <[https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa\\_anon%2Fcs%2Fdokumenty\\_ke\\_stazeni%2Fnepub%2F1548398803248%2F1571320471124.pdf](https://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fdokumenty_ke_stazeni%2Fnepub%2F1548398803248%2F1571320471124.pdf)>.

- TSVETKOV, Ilia, 2014. Biologizaciya zemledeliya. *Vestnik Herald of Russian State agrarian correspondence university* [online]. Balashiha: RGZU. ISSN 2075-3756 [cit. 2019-11-30]. Dostupné z WWW: <[http://edu.rgazu.ru/file.php/1/vestnik\\_rgazu/data/20140519152749/e0721.html](http://edu.rgazu.ru/file.php/1/vestnik_rgazu/data/20140519152749/e0721.html)>.
- ÚZEI cit. MZ, 2019. *Ročenka 2018: Ekologické zemědělství v České republice* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství. 76 s. ISBN 978-80-7434-536-4 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <[http://eagri.cz/public/web/file/643739/Rocenka\\_ekologickeho\\_zemedelstvi\\_2018\\_WEB.pdf](http://eagri.cz/public/web/file/643739/Rocenka_ekologickeho_zemedelstvi_2018_WEB.pdf)>.
- VOBECKÁ, Kristýna, 2018. Spotřeba bio produktů roste. Češi za ně utratí průměrně 241 korun ročně. *Obnovitelně.cz* [online]. 10.4.2018 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<https://www.obnovitelne.cz/cz/clanek/412/spotreba-bio-produktu-roste-cesi-za-ne-utrati-prumerne-241-korun-rocne/>>.
- ZEMAN, Drahošlav, 2019. Zdravé potraviny jsou stále žádanější. Češi bohatnou a obchody zvyšují nabídku. *ČT24* [online]. 15.6.2019 [cit. 2019-10-09]. Dostupné z WWW: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/2841263-zdrave-potraviny-jsou-stale-zadanejsi-cesi-bohatnou-a-obchody-zvysuji-nabidku>>.

## 9 Přílohy

Příloha A Hlavní statistické údaje o EZ v ČR, 1990–2017 .....	61
Příloha B Hlavní statistické údaje o živočišné produkci ekofarem v ČR .....	62
Příloha C Dotazník.....	63
Příloha D Statistika dotazníku.....	68
Příloha E Záznam odpovědí na otázku č. 19 dotazníku.....	69

Příloha A Hlavní statistické údaje o EZ v ČR, 1990–2017

Rok	Počet farem hospodařících v EZ <sup>1)</sup>	Celková výměra půdy v EZ (ha)	Podíl z celkové výměry ZPF (%)	Meziroční změna počtu farem v EZ (%)	Meziroční změna výměry půdy v EZ (%)
1990	3	480	-	-	-
1991	132	17 507	0,41	-	-
1992	135	15 371	0,36	2,3	-12,2
1993	141	15 667	0,37	4,4	1,9
1994	187	15 818	0,37	32,6	1,0
1995	181	14 982	0,35	-3,2	-5,3
1996	182	17 022	0,40	0,6	13,6
1997	211	20 239	0,47	15,9	18,9
1998	348	71 621	1,67	64,9	253,9
1999	473	110 756	2,58	35,9	54,6
2000	563	165 699	3,86	19,0	49,6
2001 <sup>1)</sup>	654	217 869	5,09	16,2	31,5
2002	721	235 136	5,50	10,2	7,9
2003	810	254 995	5,97	12,3	8,4
2004	836	263 299	6,16	3,2	3,3
2005	829	254 982	5,98	-0,8	-3,2
2006	963	281 535	6,61	16,2	10,4
2007	1 318	312 890	7,35	36,9	11,1
2008	1 946	341 632	8,04	47,6	9,2
2009	2 689	398 407	9,38	38,2	16,6
2010	3 517	448 202	10,55	30,8	12,5
2011	3 920	482 927	11,40	11,5	7,7
2012	3 923	488 483	11,56	0,1	1,2
2013	3 926	493 896	11,70	0,1	1,1
2014	3 885	493 971	11,72	-1,0	0,0
2015	4 115	494 661	11,74	5,9	0,1
2016	4 243	506 070	12,03	3,1	2,3
2017	4 399	520 032	12,37	3,7	2,8

Poznámka: pro výměru celkové plochy v EZ v r. 2001 jsou dva odlišné oficiální údaje (218 114 ha a 217 869 ha).

<sup>1)</sup> Počet ekofarek je uveden do roku 2015 vč. poboček. Od roku 2016 je uveden počet subjektů bez poboček z důvodu sjednocení údajů s REP, kde nejsou pobočky uvedeny. Údaje o počtu hospodařících farem a celkové výměře půdy k 31. 12. 2017 byly platné k 13. 2. 2018 a mohou se lišit od údajů aktualizovaných v průběhu roku 2018.

Zdroj: MZ, 2018, s. 12.

Příloha B Hlavní statistické údaje o živočišné produkci ekofarem v ČR

Produkty	Jednotka	Počet ekofarem	Bioprodukce z BIO zvířat		Meziroční změna (%)
		2017	2016	2017	
<b>Maso</b>					
Hovězí	1 000 kg	2 025	10 866,05	11 174,85	2,8
Hovězí-maso	1 000 kg	1 573	6 062,75	6 027,12	-0,6
Hovězí-zástav	1 000 kg	1 539	4 803,30	5 147,73	7,2
Skopové/Jehněčí	1 000 kg	790	588,21	580,53	-1,3
Skopové/Jehněčí - maso	1 000 kg	609	427,87	411,83	-3,8
Skopové/Jehněčí - zástav	1 000 kg	408	160,34	168,70	5,2
Kozí	1 000 kg	133	18,04	18,72	3,8
Vepřové	1 000 kg	36	130,14	123,25	-5,0
Drůbeží	1 000 kg	18	112,94	112,29	-0,6
Králíčí	1 000 kg	3	0,12	0,12	0,0
<b>Živá zvířata - prodej jako zástav nebo na chov</b>					
Zástav - telata	kusy	1 539	53 370	57 197	7,2
Zástav - ovce	kusy	408	16 034	16 870	5,2
Chov - skot	kusy	222	3 337	4 231	26,8
Chov - ovce	kusy	70	2 517	2 009	-20,2
Chov - kozy	kusy	70	975	832	-14,7
Chov - prasata	kusy	2	38	47	23,7
Chov - drůbež	kusy	4	175	330	88,6
Chov - koně	kusy	36	92	120	30,4
<b>Mléčná produkce</b>					
Čerstvé mléko - kravské	1 000 l	86	32 753,88	32 207,17	-1,7
- ovčí	1 000 l	6	65,50	54,20	-17,3
- kozí	1 000 l	22	96,35	113,21	17,5
Upravené mléko - kravské	1 000 l	21	150,17	193,16	28,6
- ovčí	1 000 l	2	9,39	9,40	0,1
- kozí	1 000 l	15	45,44	48,70	7,2
Sýr - kravský	1 000 kg	27	70,01	64,16	-8,4
- ovčí	1 000 kg	12	23,67	21,80	-7,9
- kozí	1 000 kg	23	37,80	39,86	5,5
<b>Další mléčná produkce:</b>					
Kysané mléčné výrobky	1 000 kg	12	86,99	114,95	32,1
Tvaroh	1 000 kg	13	39,98	38,14	-4,6
Máslo	1 000 kg	6	2,00	2,91	45,4
Smetana	1 000 l	5	39,08	18,83	-51,8
Vejce pro konzumaci	1 000 kg	40	209,18	228,85	9,4
Med	1 000 kg	3	1,73	1,05	-39,1

Zdroj: MZ, 2018, s. 33.

Příloha C Dotazník  
**Nákupy biopotravin**

Vážená paní/vážený pane,

obracím se na Vás s prosbou o vyplnění dotazníku na téma nakupování biopotravin. Dotazník je anonymní, výsledky budou použity ke zpracování bakalářské práce na ČZU v Praze. Děkuji za upřímné odpovědi.

S pozdravem

Marina Prokopeva

- 1. Setkal(a) jste někdy s pojmem biopotraviny?**
  - a) Ano
  - b) Ne
- 2. Uved'te první značku biopotravin, která Vás napadne (můžete uvést 1–5 značek):**

.....
- 3. Jak často kupujete biopotraviny?**
  - a) Kupuji pravidelně
  - b) Kupuji vzácně
  - c) Nikdy nekupuji
  - d) Nevím, nerozlišuji označení produktů ve svém nákupu
  - e) Nevím, nenakupuji sám
- 4. Pokud kupujete biopotraviny, o jaké potraviny se obvykle jedná? (můžete zvolit 1 nebo více odpovědí)**
  - a) Biomaso nebo ryby
  - b) Bio ovoce nebo bio zelenina
  - c) Bio mléčné produkty
  - d) Bio luštěniny
  - e) Jiné: .....
  - f) Žádné nekupuji
- 5. Znáte následující značení?**



- a) Ano
- b) Ne



- a) Ano
- b) Ne

**6. Co si myslíte o vlivu konvenčních a bioproduktů na zdraví?**

- a) Bioprodukty jsou výrazně zdravější než konvenční produkty
- b) Bioprodukty jsou trochu zdravější než konvenční produkty
- c) Bioprodukty a konvenční produkty jsou stejně zdravé/nezdravé
- d) Konvenční produkty jsou trochu zdravější než bioprodukty
- e) Konvenční produkty jsou výrazně zdravější než bioprodukty
- f) Nevím

**7. Co si myslíte o cenách bioproduktů vzhledem k jejich kvalitě v ČR?**

- a) Bioprodukty jsou předražené, kvalita neodpovídá ceně
- b) Bioprodukty nejsou předražené, kvalita odpovídá ceně
- c) Nevím

**8. Kupoval(a) jste někdy bioprodukty v jiných zemích EU (mimo ČR)?**

- a) Ano
- b) Ne

**9. Co si myslíte o cenách bioproduktů v ČR v porovnání s cenami bioproduktů v dalších zemích EU?**

- a) Bioprodukty v ČR jsou výrazně dražší než bioprodukty v dalších zemích EU
- b) Bioprodukty v ČR jsou trochu dražší než bioprodukty v dalších zemích EU
- c) Bioprodukty v ČR a v dalších zemích EU mají v průměru stejné ceny
- d) Bioprodukty v dalších zemích EU jsou trochu dražší než bioprodukty v ČR
- e) Bioprodukty v dalších zemích EU jsou výrazně dražší než bioprodukty v ČR
- f) Nevím



**10. Co si myslíte o rozsahu nabídky bioproduktů v ČR (v porovnání s nabídkou bioproduktů v dalších zemích EU)?**

- a) Nabídka bioproduktů v ČR je výrazně lepší než nabídka bioproduktů v dalších zemích EU
- b) Nabídka bioproduktů v ČR je trochu lepší než nabídka bioproduktů v dalších zemích EU
- c) Nabídka bioproduktů v ČR a nabídka bioproduktů v dalších zemích EU jsou v průměru stejné
- d) Nabídka bioproduktů v dalších zemích je trochu lepší než nabídka bioproduktů v ČR
- e) Nabídka bioproduktů v dalších zemích je výrazně lepší než nabídka bioproduktů v ČR
- f) Nevím

**11. Kde nakupujete biopotraviny nejčastěji?**

- a) Supermarkety/hypermarkety
- b) Drogerie
- c) Specializované prodejny zdravé výživy a biopotravin
- d) Nezávislé prodejny potravin
- e) Trhy, vč. farmářských trhů a jiného faremního prodeje
- f) E-shopy
- g) Lékárny
- h) Restaurace a jiná gastronomická zařízení
- i) Nekupuji biopotraviny

**12. V jakých supermarketech ČR je podle Vašeho názoru nejlepší nabídka biopotravin (z pohledu rozsahu, cenové dostupnosti, způsobu prezentace atd.?)**

.....

**13. V jakém případě byste preferoval(a) jídlo vyrobené z biopotravin, před jídlem z konvenčních potravin v restauraci?**

- a) V jakémkoli případě bych preferoval(a) jídlo vyrobené z biopotravin před jídlem z konvenčních potravin v restauraci (i když je jeho cena vyšší)
- b) Preferoval(a) bych jídlo vyrobené z biopotravin před jídlem z konvenčních potravin v restauraci, pokud jsou jejich ceny stejné
- c) Preferoval(a) bych jídlo vyrobené z biopotravin před jídlem z konvenčních potravin v restauraci, pokud je jeho cena nižší

**14. Myslíte si, že ekologické zemědělství a produkce biopotravin musí být finančně podporovány státem a EU?**

- a) Rozhodně ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Rozhodně ne
- e) Nevím

**15. Dokončete větu: „Kupoval(a) bych biopotravinu pravidelně, pokud...“:**

.....  
.....

**16. Prostor pro vlastní názory na téma biopotravin v ČR:**

.....  
.....

---

**Jste muž nebo žena?**

- a) Muž
- b) Žena

**Kolik je Vám let?**

- a) Méně než 25 let
- b) 26–35 let
- c) 36–45 let
- d) 46–55 let

e) Více než 55 let

**Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

a) Základní

b) Středoškolské bez maturity (vyučení)

c) Středoškolské s maturitou

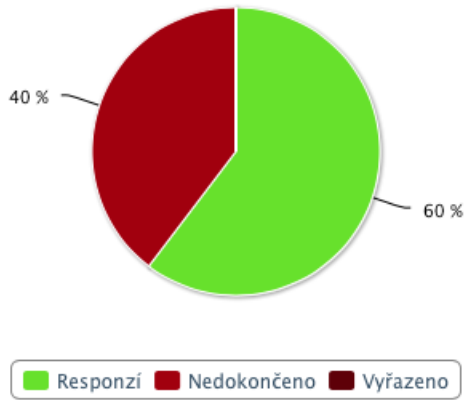
d) Vyšší odborné

e) Vysokoškolské

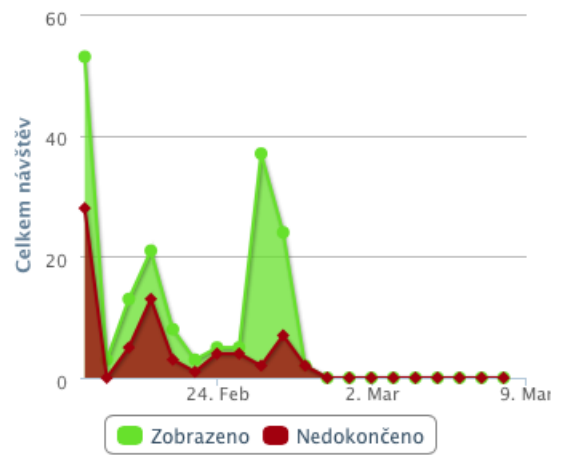
Zdroj: vlastní, 2019.

## Příloha D Statistika dotazníku

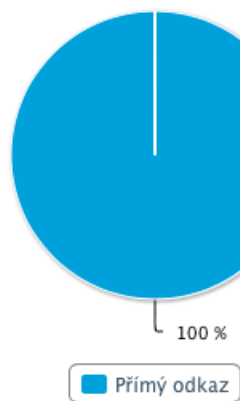
### Celkem návštěv



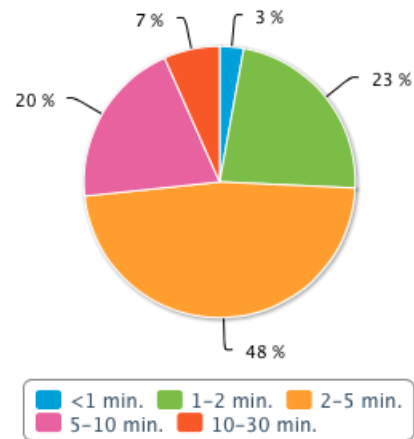
### Historie návštěv



### Zdroje návštěv



### Čas vyplňování dotazníku



Zdroj: Survio.com, 2020.

**Otázka č. 19: Dokončete větu: „Kupoval(a) bych biopotraviny pravidelně, pokud...“:**

Jsou levné	Bych se o to zajímala
Cena nebyla tak vysoká	Měl peníze
bylo jich v nabídce supermarketu více, cena by byla přiměřená	Byly levnější
Levne (5x)	o tom vedel lol
Měl bych vyšší plat	By byli výrazně levnější
Ceny stali nižší	Jejich Vídim vic
By je produkovala zemedelska druzstva a ne pristipkari na vesnicich.	zvýší se nabídka v obchodě, bude více informace o biopotravinach
By byly výrazně lepší/zdravější	jejich cena byla by nižší
By nebyly tak šíleně předražený a kdybych chtěla jist zdravě	byli rozhodně lepší než konvenční
by nebyly o hodně dražší	Pokud bych měla větší zájem
By to pomohlo memu zdraví	Pokud by to bylo levněji
By byla jejich cena nižší	By byly levnější (2x)
nevím	bude levnější
... by byly lépe k sehnání a cena byla nižší	By byly opravdu zdavejsi a levnejsi.
Jejich cena byla na stejné úrovni jako běžné potraviny a jejich kvalita byla opravdu znát, nejen v označení "BIO"	Opravdu byli kvalitní
by byla cena přívětivější	By byly stejně drahé jako konvenční potraviny.
by jich bylo na výběr dostatečné množství a nebyly tak drahé	by cena nebyly o tolik vyšší
bych nechtěl umřít, záleželo by mi na mém zdraví a nebylo to tak drahý a často jen reklamní nesmysl	měl bych problémy s nákupem konvenčních potravin
Bychom veľkou časť zeleniny nepěstovali doma	staly levneji
by byly levnější (2x)	Cena nebyla by předražená
By byly levnější a dostupnější	Bych věděl užitek
Bych měla záruku že jsou opravdu bio...	Byly levne
By nebyly tak drahe	Vedel jaky je rozdíl
nebyly predrazene	Byl rozdíl
by jejich ceny klesly.	мики
by byly levnější a dostupnější.	Vedela uzitek
bych na to měla finance	Byl vetsi plat
by byly cenově dostupnější	Byla větší nabídka
vedel ze jsou lepsi	měla bych vyšší plat
By byl větší výběr produktu na trhu	Vic info o tom
Znal bych	Bych měl vic peněz
Tesco	Bylo vic informace
Ceny byly by nizsi	Ceny stali nizsi
Vic v obchodech	Vedela ze jsou lepsi a zdavejsi
Levneji	Byly by levnější
Bych měla větší plat	Citila rozdíl
Mel větší zájem	Nabidka byla by vic
Cens byla by nizsi	Vic info

Byly by populární	Znala bych rozdíl
Vedela jaký je rozdíl	Levnější
Cena byla by nižší	Levně byly by
Bylo to pro mne zajímavé	Vedela jaký je užitek
Levně by byli (2x)	To nebyla drahé (3x)
Cena byla by nižší	To nebylo drahé
Byla větší nabídka	Vedel víc o tom
	Cena byla by nižší

Zdroj: dotazníkové šetření, 2020.