

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**



**Bakalářská práce**

**Alternativní potravinové řetězce – studie konceptu  
lokálních potravin**

**Pavλίna Poklopová**



# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Pavλίna Poklopová

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

**Alternativní potravinové řetězce – studie konceptu lokálních potravin**

Název anglicky

**Alternative food networks – study on the concept of local food production**

---

### Cíle práce

Alternativní formy produkce a spotřeby potravin mají významnou roli v procesu tranzice současného systému směrem k vyšší udržitelnosti. Účelem této práce je systematicky popsat a vysvětlit koncept "lokálních potravin" a poptávku po nich v kontextu České republiky.

V teoretické části práci jsou konceptualizovány prvky a okolnosti alternative food networks se zvláštním důrazem na koncept "lokálních potravin". Dále je zmapována poptávka po potravinách označených jako "lokální" v kontextu České republiky z pohledu producentů i spotřebitelů a zhodnocen přínos tohoto konceptu z hlediska udržitelnosti.

Na teoretickou část práce navazuje empirická studie, která je zaměřena na socioekonomické aspekty tohoto způsobu produkce a spotřeby potravin.

### Metodika

V empirické části práce je prezentována studie z českého prostředí. Základní metodou pro zpracování této části je metoda případové studie (case study method). Data pro studii jsou získána kombinací vhodných technik sběru dat (studium dokumentů, rozhovory, pozorování). Data jsou zpracována pomocí kvalitativních analytických procedur.

Volba objektu (co sledovat) a přesný design výzkumu (jak postupovat) bude uskutečněno po zpracování teoretické části práce.

**Doporučený rozsah práce**

30 – 40 normostran

**Klíčová slova**

AFN, udržitelnosti, marketing, kvalita, preference

---

**Doporučené zdroje informací**

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melanie; GOODMAN, Michael K. Alternative food networks: Knowledge, practice, and politics. 2012.

HOLLOWAY, Lewis, et al. Are you alternative? 'Alternative' food networks and consumers' definitions of alterity. In: Interrogating Alterity. Routledge, 2016. p. 201-214.

SPILKOVÁ, Jana. Teoretické zarámování studia alternativních potravinových sítí. Alternativní potravinové sítě: Česká cesta, 2016.

VENN, Laura, et al. Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations. Area, 2006, 38.3: 248-258.

ZAGATA, Lukáš, et al. 'We want farmers' markets!' Case study of emerging civic food networks in the Czech Republic. The International Journal of Sociology of Agriculture and Food, 2012, 19.3: 347-364.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2021/22 LS – PEF

**Vedoucí práce**

doc. Mgr. Ing. Lukáš Zagata, Ph.D.

**Garantující pracoviště**

Katedra humanitních věd

---

Elektronicky schváleno dne 17. 2. 2022

**prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 21. 2. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

---

V Praze dne 12. 03. 2022

---

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Alternativní potravinové řetězce – studie konceptu lokálních potravin" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2022

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala mému vedoucímu práce panu doc. Mgr. Ing. Lukáši Zagatovi, Ph.D. za jeho cenné rady a odborné poznatky, které velice pomohly ke zpracování této práce. Dále bych ráda poděkovala všem účastníkům šetření za jejich ochotu a čas při uskutečňování výzkumu. A na závěr děkuji mé rodině a přátelům za neustálou podporu při psaní práce.

# **Alternativní potravinové sítě – studie konceptu lokálních potravin**

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá tématem alternativních potravinových sítí. V první části popisuje jejich vznik, důvod vzniku a postupný vývoj. Je zde zmapována dostupnost alternativních potravinových sítí v České republice, konkrétně pak lokálních potravin. V této kapitole jsou rozepsány konkrétní možnosti, kde lze sehnat lokální potraviny. Práce se následně zabývá lokálností, jejím významem, výhodami a nevýhodami. Na tuto část navazuje téma udržitelného rozvoje, který s AFN úzce souvisí, kde je popsána důležitost opatření, která jsou zavedena na podporu celkové udržitelnosti. V poslední části teoretické práce je porovnávána kvalita českých, zahraničních potravin a je zde rozebrána problematika dvojí kvality potravin.

Praktická část zkoumá preference běžných spotřebitelů při výběru potravin. Obsahuje pohledy a názory spotřebitelů na kvalitu tuzemských a dovážených potravin. Je zde zjišťováno, zda pro českého spotřebitele znamená české – lepší. Také je zkoumáno, co si lidé představí pod pojmem lokální, a jaké kritéria musí splňovat potravina, aby se jí mohlo říkat lokální. V poslední části dotazování popisují, jakým způsobem posuzují, že je daná potravina kvalitní, a co je při jejich rozhodování při nakupování potravin nejdůležitější.

**Klíčová slova:** AFN, udržitelnost, marketing, kvalita, preference

# **Alternative food networks – study on the concept of local food production**

## **Abstrakt**

This bachelor thesis deals with the topic of alternative food networks. The first part describes their origin, reason and gradual development. The availability of alternative food networks in the Czech Republic, specifically local foods, is mapped here. This chapter describes the specific options where you can get local food. The work then deals with locality, its importance, advantages and disadvantages. This section is followed by the topic of sustainable development, which is closely related to AFN, which describes the importance of measures that are put in place to promote overall sustainability. The last part of the theoretical work compares the quality of Czech and foreign food and discusses the issue of dual food quality.

The practical part examines the preferences of ordinary consumers in choosing food. It contains the views and opinions of consumers on the quality of domestic and imported food. It is ascertained here whether it means Czech - better for the Czech consumer. It also examines what people think of as local and what criteria a food must meet in order to be called local. In the last part, the respondents describe how they assess that the food is good and what is most important when making decisions when buying food.

**Key words:** AFN, sustainability, marketing, quality, preference



# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	11
<b>2</b>	<b>Cíl práce a metodika</b> .....	12
2.1	Cíl práce .....	12
2.2	Metodika .....	12
<b>3</b>	<b>Teoretická část</b> .....	14
3.1	Vznik a rozvoj alternativních potravinových řetězců .....	14
3.2	Trvale udržitelný rozvoj .....	16
3.3	Ekologické zemědělství a udržitelnost .....	18
3.4	Klady potravin z alternativních sítí .....	19
3.4.1	Environmentální význam .....	19
3.4.2	Kvalita potravin .....	20
3.4.3	Ekonomický význam .....	21
3.5	Lokální potraviny .....	22
3.5.1	Biopotraviny .....	23
3.5.2	Český výrobek .....	23
3.6	Zdroje lokálních potravin .....	24
3.6.1	Prodej ze dvora .....	24
3.6.2	Farmářské trhy .....	25
3.6.3	Komunitou podporované zemědělství .....	27
3.6.4	Komunitní zahrady .....	28
3.6.5	System bedýnek .....	29
3.6.6	Samosběr .....	30
3.7	Kvalita českých a zahraničních potravin .....	31
<b>4</b>	<b>Empirická část</b> .....	33
4.1	Charakteristika narátorů .....	34
4.2	Způsoby nákupu potravin .....	35

4.3	Hodnocení tuzemských a zahraničních potravin.....	36
4.4	České výrobky.....	40
4.5	Význam lokálnosti očima spotřebitelů.....	42
4.6	Kritéria kvality.....	44
<b>5</b>	<b>Výsledky.....</b>	<b>46</b>
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>48</b>
<b>7</b>	<b>Seznam použitých zdrojů.....</b>	<b>50</b>
<b>8</b>	<b>Přílohy.....</b>	<b>54</b>

## **Seznam tabulek**

<b>Tabulka 1</b>	<b>Přehled narátorů.....</b>	<b>34</b>
------------------	------------------------------	-----------

# 1 Úvod

Po několika letech omezených možností nakupování potravin za komunismu, měli čeští spotřebitelé na počátku 90. let minulého století, díky zahraničním řetězcům, možnost nakupovat v neomezeném množství jakoukoliv potravinu. Do té doby byly některé potraviny zakázané ovoce, a tak lidé nakupovali mnoho zboží ve velkém množství. Po více než dvou desetiletích později se však zdá, že se čeští spotřebitelé začínají zajímat spíše o původ, kvalitu, okolnosti vzniku zboží než o kvantitu a rozmanitost zboží. Jídlo totiž není jen pouhou hmotou, kterou spotřebitel koupí v zabaleném obalu jako hotový produkt. Proces výroby potravin je úzce propojen s problematikou rizika environmentálního znečištění, sociální nerovnosti, veřejného zdraví, ekonomickou problematikou zaměstnanosti, kvalitou života atd (SPILKOVÁ, 2016).

Mnozí obyvatelé České republiky pojem alternativní potravinové řetězce vůbec neznají. V této práci bude vysvětleno, co znamená pojem lokální potravina, česká potravina a biopotravina. V dnešní době tyto štítky běžný spotřebitel může najít i v supermarketech, kde je pak často zaměňuje s pojmy jinými. Supermarkety se snaží držet trendy a s rostoucím zájmem o tyto potraviny i oni začínají mít široký výběr např. biopotravin.

Čtenář se v práci dozví, jaké jsou na českém trhu možnosti v oblasti alternativních potravinových sítí, a jak se k takové potravine dostat. Bude se jednat např. o farmářské trhy, které se konají převážně ve větších městech nebo např. o systém bedýnek, který již v dnešní době umožňuje prostřednictvím internetu, dostat potraviny od farmáře přímo ke spotřebiteli, prodeje ze dvora, samosběry, prodeje přebytků ze zahrady a nabídka lokálních potravin v supermarketech. Práce také pojednává o důležitosti udržitelného rozvoje, alternativních potravinových sítích, důležitosti ekologického zemědělství a dopadech konvenčního zemědělství.

V práci je také rozebrán pohled spotřebitelů na kvalitu tuzemských a zahraničních potravin, lokálnost potravin, jejich celková představa o kvalitě potravin, a zda pro ně české znamená kvalitní.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Alternativní formy produkce a spotřeby potravin mají významnou roli v procesu tranzice současného systému směrem k vyšší udržitelnosti. Účelem této práce je systematicky popsat a vysvětlit koncept "lokálních potravin" a poptávku po nich v kontextu České republiky.

V teoretické části práci jsou konceptualizovány prvky a okolnosti alternative food networks se zvláštním důrazem na koncept "lokálních potravin". Dále je zmapována nabídka po potravinách označených jako "lokální" v kontextu České republiky z pohledu spotřebitelů a zhodnocen přínos tohoto konceptu z hlediska udržitelnosti. Následně jsou rozebrána kritéria kvality a konkrétně země původu potravin.

Na teoretickou část práce navazuje empirická studie, která je zaměřena na rozhodování spotřebitelů při výběru potravin.

Cíl práce je rozdělen do 4 menších cílů:

1. Prozkoumat pohledy spotřebitelů na české a zahraniční potraviny,
2. zjistit, zda pro spotřebitele znamená české – lepší, a popřípadě, proč tomu tak je,
3. jakým způsobem lidé vnímají pojem lokálnost, a jak by definovali lokální potravinu
4. jaké jsou kritéria výběru a kvality potravin z hlediska spotřebitele.

### **2.2 Metodika**

Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí, do části teoretické a praktické. Data pro teoretickou část byla získána ze sekundárních zdrojů, konkrétně z odborných dokumentů, příslušných zákonů, internetových stránek a již vzniklých studiích. Na začátku této části práce je popsán vznik a vývoj alternativních potravinových sítí. Následně jejich formy a jejich dostupnost v České republice. Dále je v práci rozebrána udržitelnost a lokálnost, které jsou nezbytnou součástí alternativních potravinových sítí. Na závěr je hodnocena kvalita tuzemských výrobků a výrobků ze zahraničí.

V praktické části práce je prezentována studie z českého prostředí. Základní metodou pro zpracování této části je metoda případové studie (case study method). Data pro studii

byla získána kombinací vhodných technik sběru dat, konkrétně byly provedeny řízené polostrukturované rozhovory. Otázky v rozhovorech směřují k těmto okruhům:

- Postoj k tuzemské a zahraniční potravíně
- Český výrobek
- Představa o významu lokálnosti
- Kritéria kvality a výběru potravin ze strany spotřebitele

## 3 Teoretická část

### 3.1 Vznik a rozvoj alternativních potravinových řetězců

Alternativní potravinové sítě, dále jako AFN (Alternative food networks), vznikly jako reakce na neudržitelný potravinový systém v 80. letech 20. století. Průmyslové zemědělství produkující potraviny pro konvekční systém je kritizováno zejména kvůli jeho dopadům na životní prostředí a sociální nespravedlivosti. Jsou různé typy AFN, ale každá usiluje o jistou formu udržitelnosti. Některé usilují o šetrnou zemědělskou výrobu k životnímu prostředí, některé zas o čerstvost, kvalitu a některé zas usilují o spravedlivý obchod, kde výrobce dostane odpovídající odměnu za jeho práci, přičemž cena výrobků bude dostupnější pro všechny typy spotřebitelů. AFN se také snaží zkrátit trasu a zúžit kontakt mezi výrobcem a spotřebitelem, tak je tomu například u lokálních potravin.

Díky AFN konvenční výroba potravin prošla určitými změnami. Začalo to v období, kdy se rozvíjela kapitalisticky řízená zemědělská výroba založená na hnojení, šlechtění s genetickým zasahováním a celkové snaze na zdokonalování produkce díky novým vědeckým znalostem. S novými metodami přišly i obavy z dopadů na životní prostředí a kvalitu výrobků. Udržitelnost potravinových řetězců je už dlouho velkým tématem, které je probíráno např. orgánem Evropské unie. Existuje strategický plán Evropské unie „Evropa účinněji využívající zdroje“, je to stěžejní iniciativa strategie Evropa 2020. Strategie spočívá v efektivnějším využití přírodních zdrojů v oblasti dopravy, průmyslu i zemědělství (SPILKOVÁ, 2016).

AFN klade velký důraz na spotřebitele. V předchozí produktivistické fázi ekonomického vývoje byl na prvním místě výrobce (HUBBARD, 2009). Však v postproduktivistickém stadiu se dostává do popředí spotřebitel, u kterého zároveň vzrůstá zájem o vzdělanost a informovanost o tom, co konzumuje (SPILKOVÁ, 2016).

Alternativní potravinové sítě se snaží poskytnout spotřebitelům nesčetné množství přínosů, např. zajištění kvalitního jídla i sociálně znevýhodněným skupinám. Aktuálně např. v USA je kritizovaná právě nedostupnost těchto potravin pro nižší třídu lidí. Goodman podstatu shrnul a uvedl, že dohoda mezi potravinářským průmyslem a spotřebitelem ze střední třídy je narušená. Tento fakt vedl k mírnému odklonění od kvality a k zásobování supermarketů, kde se k nim spotřebitel může lépe dostat. Podle Goodmana je přístup k alternativním potravinovým sítím ovlivněn hodnotou kulturního

a ekonomického kapitálu, který umožňuje za vyšší cenu koupit kvalitnější potraviny. Konzumace kvalitních, ověřených a čerstvých potravin je umožněno zejména lidem ze střední a vyšší vrstvy, a tak jsou někteří jedinci diskriminováni (GOODMAN, 2009).

Když bychom měli uvést pouze jednu definici AFNs, tak bude velmi nepřesná a široce zahrnující. Proto existuje několik vysvětlení alternativních potravinových sítí. Renting, Banks a Marsden mluví o těchto alternativních sítích jako o krátkých potravinových řetězcích. Krátké potravinové řetězce (SFCN) Renting chápe jako více specifické, protože zahrnují účastníky, kteří jsou zapojeni přímo do výroby, zpracování, distribuce a spotřeby produktů. SFSCs se soustředí na zkrácení cesty od výrobce k spotřebiteli. Tento termín je používán spíše sociálními geografi. Ve své studii Renting dělí SFSCs na tři kategorie:

- Přímý prodej
- Blízké SFSCs
- Prodloužené SFSCs

**Přímý prodej** je založen na osobní komunikaci mezi producenty a spotřebiteli. Spotřebitelé zde nakupují produkty přímo od výrobce a důvěra je zprostředkována právě přes osobní interakce. Můžeme sem řadit farmářské trhy, prodej ze dvora a další.

**Blízké SFSCs** je rozšíření první kategorie o nutnou spolupráci. Zemědělci si dohromady rozšiřují svůj sortiment a používají jednu společnou regionální značku. Spotřebitelé vytvářejí skupiny a společně odebírají produkty po celou sezónu od jednoho výrobce, či producenta, takto např. funguje komunitou podporované zemědělství. Síť producentů jsou v této kategorii založeny nejen na prostorové blízkosti ale i na kulturní blízkosti. Prodejci mohou pro propagaci vlastních výrobků a k získání dalších zákazníků, a tím posílit další rozšiřování SFSC, využít různé kulturní akce jako jsou např. veletrhy.

V **Prodloužených SFSCs** již nehraje roli osobní vztah zákazníka s producentem ani prostorová blízkost. Výrobky od producentů se prodávají spotřebitelům mimo oblast výroby a ve většině případů se exportují z regionu na národní trhy i po celém světě. V tomto případě nejde o lokálnost, ale o skutečnost, že v daném produktu je uložena přidaná hodnota. Zákazník tak navazuje vztah s místem produkce a s metodou, jakým byl produkt zpracován. Do této kategorie můžeme řadit výrobky jako je šampaňské, kávová zrna, či čaj (RENTING, BANKS, MARSDEN, 2003).

Novější forma, která doplňuje dosavadní koncept jako je právě SFSCs jsou „civic food networks“ (CFNs), které vyzdvihují důležitost kvality potravin, jejich původ, jejich procesy výroby a roli občanské společnosti. CFNs jsou hlavním motorem pro proces změny zemědělsko-potravinářského režimu. Tento koncept zdůrazňuje důležitou roli spotřebitelů-občanů a občanské společnosti v řízení AFNs. CFNs ukazuje na rostoucí význam role občanské společnosti se srovnání s tržními silami a státem (RENTING, SCHREMER, ROSSI, 2012).

Dále např. podle např. Lucy Jarosz by potravina z alternativních sítí měla splňovat 4 následující kritéria:

1. Potraviny urazí kratší vzdálenost mezi výrobcem a spotřebitelem,
2. výroba probíhá na menších farmách,
3. mají odlišné prodejní místo a formu,
4. výrobce i spotřebitel přispívá k sociální, environmentální udržitelnosti (JAROSZ, 2008).

### **3.2 Trvale udržitelný rozvoj**

S alternativními potravinovými sítěmi se pojí udržitelný rozvoj. Udržitelný rozvoj je takový druh rozvoje, který se snaží odstranit a zmírnit negativní projevy dosavadního způsobu vývoje lidské společnosti. Tento vývoj závisí především na celkové modernizaci, která se nezvratně podepisuje na životním prostředí. Převážná většina přírodních zdrojů není nekonečná a jejich nadměrné čerpání poškozuje planetu. Udržitelný rozvoje nebere ohled pouze na ekonomický růst, ale i společenské hodnoty a přírodní bohatství. Otázkou pak je, jak zajistit potřeby současným a budoucím generacím a zároveň, co největší rovnováhu mezi sociální, environmentální a ekonomickou sférou (NEČAS, 2008).

Jedna ze známých definic trvale udržitelného rozvoje pochází ze Světové komise pro životní prostředí a rozvoj (WCED – World Commission on Environment and Development, 1987): "Trvale udržitelný rozvoj je takovým rozvojem, který naplňuje potřeby přítomných generací, aniž by ohrozil schopnost naplňovat je i generacím budoucím (ZPRÁVA SVĚTOVÁ KOMISE PRO ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ A ROZVOJ, 1991)." Zároveň je tento pojem definován v české zákoně č. 17/1992 Sb. „*Trvale udržitelný rozvoj společnosti je*



*takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachovává možnost uspokojovat jejich základní životní potřeby, a přitom nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce ekosystémů“.*

Udržitelný rozvoj historicky vychází z nutnosti chránit životní prostředí, v dnešní době je to současně záležitost politická. Zájem o udržitelný rozvoj v poslední době narostl díky velkým změnám klimatu, demografickým změnám, ztrátě úrodné půdy atd. V důsledku modernizace a nových technologiím dnešní doby je nutné, aby každý stát měl zodpovědnost vůči globálnímu společenství. Proto v roce 2015 OSN přijalo 17 Cílů udržitelného rozvoje, které navazují na plán Rozvojové cíle tisíciletí a představují program udržitelného rozvoje na následujících 15 let (2015-2030). Na formulaci programu se podílely všechny členské státy OSN (INFORMAČNÍ CENTRUM OSN V PRAZE).

### **17 Cílů udržitelného rozvoje:**

- 1. „Snaha vymýtit chudobu ve všech formách všude na světě.*
- 2. Vymýtit hlad, dosáhnout bezpečnosti a prosazování udržitelného zemědělství.*
- 3. Zajistit zdravý život a zvyšovat kvalitu pro všechny v jakémkoli věku.*
- 4. Zajistit všem stejný přístup k inkluzivnímu a kvalitnímu vzdělání a podporovat celoživotní vzdělávání.*
- 5. Dosáhnout genderové rovnosti a posílit postavení všech žen a dívek.*
- 6. Zajistit všem dostupnost vody a sanitačních zařízení.*
- 7. Zajistit přístup k cenově dostupným a udržitelným zdrojům energie pro všechny.*
- 8. Podporovat trvalý, inkluzivní a udržitelný hospodářský růst, plnou produktivní zaměstnanost a důstojnou práci pro všechny.*
- 9. Vybudovat odolné infrastruktury, podporovat inkluzivní a udržitelné industrializace a inovace.*
- 10. Snižit nerovnost uvnitř zemí a mezi lidmi.*
- 11. Vytvořit inkluzivní, odolná, bezpečná, udržitelná města a obce.*
- 12. Zajistit udržitelnou spotřebu a výrobu.*
- 13. Přijmout opatření, která bojují se změnou klimatu.*
- 14. Chránit a udržitelně využívat oceány, moře a mořské zdroje pro zajištění udržitelného rozvoje.*

15. *Chránit, obnovovat a podporovat udržitelné využívání suchozemských ekosystémů, udržitelně hospodařit s lesy, zastavit a následně zvrátit degradaci půdy a zastavit úbytek biodiverzity.*
16. *Podporovat mírové a inkluzivní společnosti pro udržitelný rozvoj, zajistit všem přístup ke spravedlnosti a vytvořit efektivní, odpovědné a inkluzivní instituce na všech úrovních.*
17. *Oživit globální partnerství pro udržitelný rozvoj a posílit prostředky pro jeho uplatňování“ (INFORMAČNÍ CENTRUM OSN V PRAZE).*

Další iniciativou, která se snaží pro udržitelný rozvoj je Zelená dohoda pro Evropu (EU Green Deal). Zelená dohoda pro Evropu je soubor politických iniciativ Evropské komise. Je to plán, který se snaží prostřednictvím několika opatření podpořit využívání zdrojů díky přechodu na oběhové hospodářství, a tím tak podporovat udržitelný rozvoj a snížit znečištění planety. Program má uzpůsobit politiky EU v oblasti klimatu, energetiky, dopravy a zdanění tak, aby se mohly podílet na snižování čistých emisí skleníkových plynů do roku 2030 alespoň o 55 % oproti roku 1990. Celkovým úkolem je docílit toho, aby se Evropa do roku 2050 stala klimaticky neutrální (EVROPSKÝ INFORMAČNÍ PROJEKT, 2020).

Existuje také klíčový dokument české státní správy pro udržitelný rozvoj je Strategický rámec Česká republika 2030, tento dokument nahrazuje Strategický rámec udržitelného rozvoje z roku 2010. Vrcholným orgánem, který zastřešuje v České republice udržitelný rozvoj je Rada vlády pro udržitelný rozvoj (MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ, 2020).

### **3.3 Ekologické zemědělství a udržitelnost**

Ekologické zemědělství je uznávaná metoda v Evropě, která je dána zákonem. Produkty získané z ekologického zemědělství jsou označovány BIO či EKO. Je to moderní forma práce s půdou bez používání chemických přípravků, postřiků a hormonů, které mají negativní dopady na životní prostředí. Vyžadují větší náklady a je nutné je částečně hradit z dotací. Tento způsob zemědělství je uznáván ekonomy, politiky i vědci. Ekologické zemědělství je zároveň model setrvalého zemědělství, které zachovává kulturní krajinu a pomáhá udržovat populaci na vesnici. Mimo tvorbu bioproduktů, ekologické zemědělství pomáhá k lepším životním podmínkám hospodářských zvířat, k šetření neobnovitelných zdrojů ke zvýšení biodiverzity a k ochraně životního prostředí.

Tradiční zemědělství se začalo měnit již začátkem 20. století a v roce 1994 se stalo ekologické zemědělství součástí zemědělské politiky Evropské unie. Byla to reakce na první důkazy o poškozování půdy a její úrodnosti, které souvisely právě s chemickými a technickými metodami, zejména s rozvojem biochemie a zlevněním výroby dusíkatých hnojiv (URBAN, 2003).

### **3.4 Klady potravin z alternativních sítí**

#### **3.4.1 Environmentální význam**

Právě výroba potravin je jeden z faktorů, který působí na životní prostředí. Obavy z konvenčního systému potravin může vyvolávat fakt, že světová populace stále roste a s ní roste i poptávka po potravinách. Díky různým trendům se zvyšuje i zájem o potraviny, které jsou pro planetu náročné, např. maso. Počet skleníkových plynů vyprodukované díky nadměrné živočišné výrobě, je vyšší než ten, který vyprodukuje celosvětová doprava. (WIEBEL a kol., 2008). Maso a mléčné výrobky mají ze všech potravin největší negativní dopad na životní prostředí (KUSCH, FIELBERKORN, 2019). Za drtivou většinu skleníkových plynů konvenční může výroba potravin, konkrétně je to 83 % (včetně produkovaných plynů z chovu hospodářských zvířat), s tím souvisí i dovoz potravin, díky kterému se vyprodukuje 15 % skleníkových plynů. Důvodem dovozu potravin lze omezit koupí tuzemských potravin, které nutně nemusí být lokální či ekologicky zpracované (PROCHÁZKOVÁ, NOVOTNÁ, 2013).

Další potravinou, která za krátkou dobu získala velkou popularitu je avokádo. Mexičtí zemědělci kácí a vypalují lesy, aby získali více vhodné zemědělské půdy pro hruškovec přelahodný, který avokádo plodí (ESPEJO, 2018).

#### **Trendy potravin**

Avokádo se nejen v České republice za poslední období zpopularizovalo natolik, že jeho spotřeba je odhadovaná v průměru na 1,05 kg na hlavu v USA a Evropě. Zvyšující se trend spotřeby avokáda v posledních desetiletích způsobuje v mnoha zemích negativní environmentální a socioekonomické dopady. *Persea Americana* (hruškovec přelahodný) je dřevina, která vyžaduje vysokou míru zavlažování a teplé klima. Její plody se používají k přímé spotřebě i k výrobě různých produktů včetně oleje a kosmetiky. V Evropě je hlavním výrobcem Španělsko, následně Francie a Řecko. Vzhledem k tomu, že tato produkce

nepokryje poptávku na evropském trhu, uvaluje EU clo na dovážená avokáda např. z Mexika.

Díky vysoké produkci avokáda např. v již zmiňovaném Mexiku byla významná část lesa přeměněna na avokádová pole, to postupuje v nekončící a nekontrolovatelné odlesňování. Druhým z hlavních problémů je nadměrná spotřeba vody, která ovlivňuje dodávku vody běžným obyvatelům Mexika. Rostou obavy, jak zajistit přístup vody pro místní komunity, kteří ji nemají dostatek (SOMMARUGA, 2021).

### **Nadměrná produkce masa**

Ve většině zemí spotřeba masa vzrostla zejména od 60. až 80. let 20. století. Z celé spotřeby masa tvoří 60 % červené maso (vepřové, skopové a hovězí). Tuto skutečnost je potřeba brát vážně, protože zejména produkce červeného masa, např. hovězího, vytváří nejvíce emisí CO<sub>2</sub>. Tento zdroj bílkovin má velký dopad na životní prostředí. Živočišná výroba v takové masové produkci má výrazně negativní vliv na životní prostředí, konkrétně na emise skleníkových plynů, vodní stopu, znečištění vody a opět na její nedostatek (GONZÁLES, MARQUES, NADAL, DOMINGO, 2020).

#### **3.4.2 Kvalita potravin**

Krom ekologických důvodů je určitě jedno z rozhodujících kritérií, proč si zákazník vybere právě potravinu z lokálních zdrojů, kvalita potravin. Kvalita lokálních potravin je obecně vyšší, přispívá k tomu sklizeň v konzumní zralosti. Není potřeba kvůli transportu sklízet potraviny nezralé a následně pak uměle urychlovat např. ethylenem jejich dozrání. Sklizeň plodů v jejich zralosti je činí výživově bohatšími.

Dlouhý transport ochuzuje produkty o vitamín C. Dlouhé transporty vyžadují, aby plody byly v uzavřeném balení, které je často vhodným prostředím pro růst plísní, proto se stává, že v supermarketech můžeme vidět např. plesnivé citrusy. Při skladování dovezených potravin jsou potřeba různé metody konzervace jako je ionizující záření, mrazení, chlazení, ochranná atmosféra, které mění nutriční složení, chuť a také můžou potravinu trvale poškodit (PROCHÁZKOVÁ, NOVOTNÁ, 2013). To, co si myslí spotřebitelé o kvalitě lokálních, tuzemských a dovážených potravin bude zkoumáno v empirické části.

### 3.4.3 Ekonomický význam

Podpora produkce lokálních potravin může výrazně prospět ekonomické sféře. V této souvislosti je potřeba zmínit pojem „*ekonomická lokalizace*“. Ekonomická lokalizace je opakem ekonomické globalizace a přináší podporu místního koloběhu peněz. Cílem je co největší rovnováha mezi lokálním a globálním měřítkem produkce se snahou o co nejvyšší ekonomickou, environmentální a sociální stabilitou. Podstatou ekonomické lokalizace je pro udržitelný rozvoj přejít od ekonomiky globální k ekonomice lokální. Zde můžeme rozumět pojmu lokální jako tuzemský, protože z ekonomického hlediska na dalších charakteristikách lokálnosti v tomto případě nezáleží.

Výhodou ekonomické lokalizace je posílení místní ekonomiky a nezávislost na výkyvech mezinárodního trhu. Díky tomuto posílení by došlo ke zvýšení zaměstnanosti a udržení místních malých a středních podniků, které aktuálně zanikají v konkurenci s velkými nadnárodními korporacemi. Další výhodou je snížení odtoku místních peněz do mezinárodního obchodu a podpora sociálního kapitálu (FRANĀKOVÁ, 2012).

Nevýhodou by mohla být nižší výnosnost a neefektivita místních uzavřených ekonomik. Minimalizace dovozu a vývozu vede k nižší soutěživosti a tím pravděpodobně k nižší výkonnosti ekonomiky. Také by bylo nutné zavést opatření, která by podpořila místní produkci a tím ji zvýhodnila oproti světovému trhu, tato opatření by mohla zpomalovat volný trh a vést ke stagnaci. Další nevýhodou by mohl být negativní dopad na země třetího světa, které jsou ekonomicky závislé na vývozu potravin do vyspělých zemích. Tento fakt je však zpochybňován, protože lokalizace právě i v těchto zemích by naopak mohla prospět jejich stabilizaci.

Když se budeme bavit o ceně dovážených produktů musíme do ní zahrnout několik aspektů. Jedním z nich je cena transportu. Většina potravin má rychlou kazivost, a tak musí být transportována letecky, což je velmi drahý způsob dopravy. Také musíme počítat s tím, že většina potravin, která jsou dovážena z velké dálky jsou navýšené o náklady za konverzaci, obalový materiál a ochranu proti plísním. V neposlední řadě se do ceny dováženého produktu započítává marže zprostředkovatelů, kteří stojí za transportem (PROCHÁZKOVÁ, NOVOTNÁ, 2013).

### **3.5 Lokální potraviny**

Obecně lze definovat lokální potraviny jako ty, které byly získány a zpracovány v blízkosti místa prodeje nebo konečného spotřebitele a nepřepravují se přes velkou vzdálenost. Výrobky jsou produkovány většinou místními lidmi z místních surovin pomocí dostupných energetických zdrojů. Člověk lokální potraviny může také chápat jako nejbližší možné. Například kvůli tomu, že Česká republika nemá přístup k oceánu, tak zde není možno lovit mořské ryby, či plody. Tudíž lze brát jako lokální potraviny i mořské ryby dovezené z nejbližšího moře v Polsku. Převoz z jiné země však popírá lokálnost z ekonomického hlediska.

Dle některých studií je význam lokální potraviny je vysvětlován na základě emocionálních a společenských vztahů. Na lokálnost má vliv především vztah mezi výrobcem a spotřebitelem, kteří mohou mít přímý kontakt např. na farmářských trzích (GUTHOVÁ, 2006).

#### **Charakter lokální potraviny**

Lokální potravina má hned několik znaků, které ji odlišují od potraviny z konvenční výroby. Má-li lokální produkt spotřebitele zaujmout, musí se odlišit od běžného zboží, které může koupit v supermarketu. Lokální produkty se vyznačují především kvalitou, chutí, zpracováním a místním charakterem. Na rozdíl od běžných potravin neobsahují konzervanty, barviva a umělá aroma. Díky těmto přínosům je rozvoj místních trhů podporován dietology a zdravotníky.

Rozvoj trhu s lokálními produkty je závislý jak na producentech, tak na konzumentech, těmi se rozumí nejen jednotlivci ale i různá zařízení, např. stravovací. Oba tyto aktéři jsou nezbytní pro rozvoj trhu. Obě tyto skupiny mohou být znevýhodněny překážkami, které znemožňují růst trhu s místními výrobky. Jsou to překážky vnější a vnitřní. Na straně producenta se v případě vnitřních překážek může jednat o nedostatek zkušeností s podnikáním a dovedností s produkcí, nedostatek finančních prostředků pro zpracování potravin (půda, stroje, skladovací prostory) a následnou propagaci. Vnější překážkou na straně producenta může být např. nevhodně nastavená legislativa, která může limitovat jeho výrobu a prodej produktů. Na straně konzumenta může být vnitřní překážkou nedostatek finančních prostředků ke koupi a nedostatek informací o nabídce lokálních potravin. Také jsou často konzumenti nedostatečně informováni o kvalitě běžného zboží,

o dopadech konvenční výroby na ekologii, o významu podpory místních výrobců a celého regionu. Vnější znevýhodněním pro konzumenta je nedostupnost lokálních potravin v jeho lokalitě.

Podpora místního trhu spočívá v identifikaci a odstranění těchto překážek, ve vytváření, obnovování a udržování vztahů mezi producentem a konzumentem. Pro tento rozvoj je nezbytná mezisektorová spolupráce všech subjektů, které se toho účastní, tedy podnikatelů, vědeckých pracovišť, úřadů práce, neziskových sektorů a dalších (GUTHOVÁ, 2006).

### **3.5.1 Biopotraviny**

Někteří mohou snadno lokální potraviny zaměnit s biopotravinou. Biopotravinou se však rozumí potravina, která je vyrobena dle podmínek uvedených v zákoně a předpisech Evropské unie, Čl. 1 odst. 2 písm. b) nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a má vystaven platný certifikát. Biopotravina musí splňovat požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními právními předpisy. Např. nesmí být použity umělá hnojiva, škodlivé chemické postřiků. Upraveno dle zákona č. 864/2007 (URBAN, 2011).

Značení biopotravin v ČR podléhá evropské legislativě a zákonu 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Potraviny, které splňují tyto zákonem definovaná kritéria, mohou požívat logo biopotravin, které je označeno tzv. zelenou „biozebrou“. Od roku 2005 je tato značka majetkem státu. Zneužití této značky je zakázáno a může být postihováno pokutami.

Aby mohl produkt být označen jako BIO, musí minimální 95 % složek pocházet z ekologického zemědělství. Výrobci konvenčních produktů nesmí ve svých výrobcích

uvádět výrazy, které mohou ve spotřebiteli vyvolat pocit, že jsou z ekologického zemědělství, tedy BIO (URBAN, 2011).

### **3.5.2 Český výrobek**

Další označení, se kterým se spotřebitel může setkat je označení Český výrobek. Český výrobek je tuzemská potravina, která je vyrobena v České republice. Toto označení ale může být svádějící, protože produkt, kde je uváděno „vyroběno v České republice“, může být pouze v České republice dohotoven, však prvotní část výroby může pocházet z jiné země, tzn. že český výrobek nutně nemusí být lokální potravina (PROCHÁZKOVÁ, 2013).

Existuje konkrétní značka Český výrobek, který je ve vlastnictví Potravinářské komory. Potravinářská komora je neziskové sdružení zpracovatelů zemědělské výroby a výrobců potravin a nápojů založené v roce 2001 (BEZPEČNOST POTRAVIN, 2015). Značka Český výrobek je garantována Potravinářskou komorou ČR, její použití dovoluje pouze prezident Potravinářské komory po předchozím odsouhlasení výkonné rady. Jak bylo zmíněno výše, výroba produktu nemusí probíhat v celém rozsahu jen v České republice a z českých zdrojů. Lze však říci, že hlavní suroviny pro výrobu musí být tuzemské z 50 % (trvanlivé výrobky) až 100 % (mléčné výrobky, maso). Použití této značky je placená služba a roční poplatek závisí na množství označených produktů a na velikosti firmy, která chce toto označení používat (POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA ČR, 2014). Existují i další značky, které označují výrobky jako české, např. Český výrobek s.r.o., Český výrobek – nadační fond atd (CRHOVÁ, 2016).

Je potřeba zmínit že štítek vyrobeno v České republice neznamena, že je potravina lokální. V České republice se také probíhá konvenční výroba a nutně to neznamena, že všechny výrobky vyrobené právě v České republice jsou kvalitnější než ty, které jsou z dovozu. To, jakým způsobem nahlíží spotřebitel na tuzemské potraviny, bude zkoumáno v praktické části.

## **3.6 Zdroje lokálních potravin**

### **3.6.1 Prodej ze dvora**

Jedním ze způsobu, jak spotřebitel může získat lokální potravinu je prodej ze dvora. Pojmeme prodej ze dvora rozumíme prodej malého množství vlastních produktů chovatelů ve svém hospodářství přímo spotřebiteli pro spotřebu v jeho domácnosti. Prodej probíhá přímo v místě výroby produktů nebo může fungovat skrze místní maloobchodní prodejny. Jakým způsobem bude probíhat prodej určuje zejména druh produktu. Jednotlivé druhy produktů a zacházení s nimi je spojené s určitou mírou rizika z hlediska zdravotní nezávadnosti a trvanlivosti. Proto u některých konkrétních výrobků je umožněn pouze prodej přímo z hospodářství.

Potravina může být uvedena do oběhu pouze v případě, že je bezpečná, tzn. pro člověka zdraví neškodná a vhodná ke s potřebě. Spotřebitel musí být vždy informován, jakým způsobem s produktem nakládat, aby nedošlo ke škodlivým účinkům na zdraví člověka. Za nezávadnost výrobků jsou zodpovědní prodejci (DROBNÍČEK, 2010).



Legislativní podklady, na základě, kterých mohou farmáři prodávat svoje produkty:

*„Zákon 166/1999 Sb., o veterinární péči (ustanovení § 27a) a vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které nejsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství“ (MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2009-2022).*

Farmáři mohou prodávat v určitém množství tyto produkty:

- čerstvé králičí a drůbeží maso
- zvěřinu
- syrové mléko
- čerstvá vejce
- včelí produkty
- ryby

Výhoda pro spotřebitele tohoto způsobu prodeje je v tom, že zná původ výrobku, může vidět suroviny ze kterých jsou produkty vyrobené a zná místo výroby. Tím pádem je celý proces výroby pro spotřebitele uchopitelnější a potravina pro něj důvěryhodnější než potravina zakoupená v supermarketu. Současně farmáři upevňují se zákazníky vztah a ti, pokud jsou spokojeni, tak se na stejnou farmu pravděpodobně vrátí znovu.

### **3.6.2 Farmářské trhy**

Farmářské trhy jsou alternativou prodeje potravinářského a zemědělského zboží spotřebitelům, za účelem podpořit malé a střední zemědělské zpracovatele, výrobce, chovatele a pěstitele. Je to místo kde farmáři a ostatní výrobci prodávají své produkty napřímo. Skrze trhy český občan může nakupovat čerstvé zemědělské potraviny převážně českého původu. Sortiment je však závislý na časovém období a spotřebitel si tak musí vybrat mezi sezonními produkty. Můžeme zde vidět nabídku masa, koření, mléka, pečiva, svíček, košů atd. Farmářské trhy jsou místo, kde vzniká a prohlubuje se vztah mezi výrobcem a spotřebitelem. Farmářské trhy neslouží jenom jako místo, pro prodej a nákup výrobku, ale je to akce, která je ze sociologického hlediska pro občany a celkově pro město velmi důležitá. Součástí trhů bývá i doprovodný program, např. tematické slavnosti, tvořivé dílny, koncerty, ukázky tradičních řemesel, divadla a další. Je to místo, které se snaží o přátelskou atmosféru, spotřebitel si zde může nakoupit čerstvé potraviny, pobavit se s lidmi a např. něco si vyrobit.

Farmářské trhy se konají veřejně oznámené na pravidelné bázi (MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2011), (SPILKOVÁ, 2016).

Trhy kontroluje Krajská veterinární správa a místo konání musí schválit obec (MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR). Existuje také dokument kodex farmářských trhů, který vydalo v roce 2011 Ministerstvo zemědělství a určuje pravidla, kterými se farmáři a provozovatelé musí řídit. Podle kodexu musí výrobky vycházet z české tradice (pěstování plodin, chov zvířat) a musí pocházet od farmáře, který dokáže zaručit původ z vlastních zdrojů. Ve většině případech na farmářských trzích je prodáváno zboží lokálního charakteru, pokud tak není, tak musí být výrobek označen zemí původu (MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2011).

V dnešní době jsou farmářské trhy velkým trendem, jsou jednoznačně jeden z druhů alternativních potravních řetězců a lokální potraviny jsou zde snadno k sehnání. Cílem farmářských trhů je odlišit se od konvenčních prodejců jako jsou supermarkety, na této skutečnosti také staví svůj marketing. Samozřejmě za tuto popularitu mohou i organizátoři trhů, kteří jsou klíčoví pro propagaci akcí, oslovování zákazníků, či výrobců. Jak již bylo zmíněno výše farmářské trhy jsou spíše záležitostí města, takže lidé z vesnice jsou mnohdy nuceni hledat jiné alternativy (ZAGATA, 2012).

### **Historie a vývoj farmářských trhů**

Farmářské trhy v České republice mají bohatou historii. Na rozdíl od dnešní doby, kdy důvodem proč nakupovat na farmářských trzích je touha po kvalitních lokálních potravinách a tradici, do 19. století jejich hlavní role byla ryze ekonomická. Trhy vznikaly při zakládání sídel. Pravidelný trh byla záležitost spíše města, tak to mu je i dodnes. V 18. a 19. století se trhy dělily na čtyři kategorie: dobytčí, výroční neboli jarmarky, týdenní a denní. Jarmarky zpravidla trvaly několik dní a odehrávaly se několikrát do roka. Zákazníci zde dostali produkty jak z okolí, tak od překupníků. Tady už můžeme vidět zárodek velkoobchodu. V historii lidé na trzích sháněli „exotické“ věci, dnes běžný zákazník na trzích chce, co nejvíce lokální potraviny. Na počátku 20. století začal ekonomický i společenský význam trhů slábnout a spotřebitel se přemisťoval ke kamenným obchodům. Na úpadku trhů se podepsala také kolektivizace zemědělství. Na Moravě a ve Slezsku vymizely do 40. let 20. století (HNUTÍ DUHA, 2010).

První „novodobý“ farmářský trh se konal v Klánovicích v roce 2009, byl to trh, který se konal spíše na zkoušku. Skutečný boom nastal až na přelomu jara a léta 2010 (HÁJKOVÁ, 2010). Trhy byly zakládány občanskými iniciativami a podnikatelskými subjekty s komerční orientací. Nejaktivnějšími aktéry byli zástupci z občanského sdružení Archeotyp, kteří v roce 2010 rozšířili farmářské trhy na několika místech. V roce 2010 byly trhy výrazně podporovány místními samosprávami. Například městská část Prahy 6 v té době velmi podporovala dnes známý trh na „kulaťáku“. Na podzim 2010 fungovalo v Praze přes 20 farmářských trhů. V roce 2011 pomohla k rozvoji dotace Ministerstva životního prostředí. Následně v roce 2012 fungovalo v Česku přes 150 farmářských trhů. V sezóně 2015 bylo v Česku monitorováno přes 200 pravidelně konaných farmářských trhů. Aktuálně není žádná spolehlivá databáze, která by monitorovala počet farmářských trhů, a tak poskytovala přehled spotřebitelům o trzích.

Bohužel s popularitou s farmářských trhů se může snižovat kvalita potravin. V prvním roku fungování farmářských trhů bylo zaznamenáno několik pokusů o prodej lokálních potravin, které však byly dovezeny z velkoskladu a rozhodně neměly lokální původ. Tyto skutečnosti byly medializovány a Ministerstvo zemědělství zavedlo několik opatření, které by měly zabraňovat falšování původu zboží. V roce 2011 vydalo směrnici, která definovala standardy farmářských trhů a popsala to, co musí trh splňovat, aby byl označen jako farmářský (SPILKOVÁ A SPOL, 2016).

### **3.6.3 Komunitou podporované zemědělství**

Komunitou podporované zemědělství je koncept zemědělství a distribuce lokálních potravin. Systém komunitou podporovaného zemědělství, dále jako KPZ, je obvykle označován jako partnerství mezi hospodáři a spotřebiteli, jehož součástí jsou i rizika a zodpovědnost. Sdílejí spolu rizika i výhody, jako jsou např. neúroda a nadúroda. Jak farmář, tak spotřebitel chápe, že hospodářství není běžný způsob podnikání, ale je to způsob, jak zacházet s krajinou, který souvisí s vnímáním venkova a proměnlivostí přírody. Je založen na několika aspektech, od sociálního až k ekologickému. Důraz v těchto systémech je primárně kladen na sezónnost, lokálnost a solidaritu. KPZ je hlavně o partnerství mezi farmářem, či výrobcem a spotřebitelem. Farmář dělá svou práci jak nejlépe umí a spotřebitel mu zajistí, že potravinu koupí za spravedlivou cenu. Spotřebitelé se totiž v těchto systémech zavazují k dlouhodobému odběru faremní produkce za předem dohodnutou cenu, často dokonce s předstihem na celou sezónu, to pomáhá farmářům

a výrobcům zajistit nákladné období na začátku sezóny. Systém KPZ se tak snaží o obnovu kontroly nad produkcí potravin místním lidem (KETTNEROVÁ, VALEŠKA, 2012).

Produkce potravin je aktuálně ovládána korporacemi, které vnímají potraviny jako prostředek k zisku. Farmáři pak často kvůli ekonomickým přínosům zápasí a často KPZ zanikají a nová spíše nevznikají. V hospodářství i v zemědělství v posledních letech došlo velké míře úpadku samostatné a tvořivé práce, a to v důsledku technizace, modernizace a tlaku zaměstnanců. Venkov tak dlouhodobě ztrácí svou identitu, kulturu, pocit sounáležitosti a společenství. KPZ je jedna z iniciativ, která pomáhá farmářům udržet jejich zemědělství. (KETTNEROVÁ, VALEŠKA, 2012).

V praxi KPZ nejčastěji funguje tak, že skupina odběratelů je navázána na již existující farmu. Vždy před sezónou proběhne schůze, kde spotřebitelé mohou vyjádřit svoje výhrady a požadavky. Zemědělci zde informují o produkci a celkové úspěšnosti v minulém roce. Na schůzi se zároveň stanovuje výše poplatku. Každý KPZ je jiný a někdy je dokonce možný samosběr nebo odpracování si části poplatku.

KPZ je zároveň systém, který se hlásí již k výše zmíněné myšlence AFN. Snaží se být alternativou k celé produkci potravin. Řeší otázky ekologického zemědělství, lokálnosti a udržitelnost. KPZ vzniklo již v 60. letech v Japonsku a Švýcarsku za účelem výhodného partnerství, zisku bezpečných potravin a zaměstnání sedláků. V USA je skoro 4000 skupin, které se snaží o tuto iniciativu. Ve Francii fungují systémy AMAP (Sdružení pro rozvoj drobného hospodaření), kterého je součástí zhruba 10 000 zemědělců a několik set tisíc spotřebitelů. V současné době v České republice je do programu KPZ zapojeno podle KPZ info 97 fungujících komunit. (VALEŠKA, 2013)

V České republice se KPZ objevilo v roce 2009 (SPILKOVÁ, STRNADEL, 2016). Aktuálně v Česku funguje 17 projektů komunitou podporovaného zemědělství (KOMUNITOU PODPOROVANÉ ZEMĚDĚLSTVÍ).

#### **3.6.4 Komunitní zahrady**

Komunitní zahrady mohou být další cestou k lokální potravíně. V české republice má zahradničení dlouhou tradici. Dříve bylo zahradničení bráno pouze jako nástroj k získání potravin v době nedostatku. V České republice jsou první pokusy o zahradničení zaznamenány v 18. století. Následně pak v roce 1806 v Brně vznikl první zahrádkářský spolek. Spolek se nazýval *Moravskoslezská společnost pro zvelebování orby*,

*přírodoznalectví a vlastivědu*. To vyvolalo vznik dalších spolků. V dobách socialismu, kdy bylo spousta koníčků a zábavných aktivit omezována, právě zahradničení byla jedna z věcí, co lidé dělali, aby se nějakým způsobem odreagovali. Zatímco na konci 20. se v Česku ztrácel zájem o zahrádkové osady, ve světě se s příchodem renesance rozvíjel i zájem o přírodu a zároveň i o zahrádkaření. V současné době je trend zahrádkaření stavěn převážně na ekologii.

V dnešní době jsou komunitní zahrady většinou otevřené prostory, kde se pěstují květiny a potraviny, o které se starají členové místních komunit. Komunitní zahrada neslouží pouze k produkci potravin, ale měla by být místem hezkým pro odpočinek (SPILKOVÁ, 2016). Velmi často zakládají komunitní zahrady lidé, kteří žijí v bytových domech ve městech a nemají prostor pro pěstování vlastní zeleniny či ovoce. Produkce např. ovoce a zeleniny je však omezená na sezóně, tzn. že jsou lidé stejně v následujících období závislí na okolních zdrojích (POJAR, 2019).

### **3.6.5 Systém bedýnek**

Bedýnková schémata jsou další formou AFN, která již dlouhou dobu funguje ve Francii, Británii, Německu či Švýcarsku. Systém bedýnek vznikl ve Švýcarsku a v Německu v 60. letech minulého století. V České republice začal tento systém fungovat až se vznikem prvních farmářských trhů. První bedýnky si zákazníci vyzvedávali právě na farmářských trzích, konkrétně na náměstí Jiřího z Poděbrad v Praze, následně se zájem rozšířil. V dnešní době není žádná spolehlivá databáze, která by uváděla počet bedýnkových družstev v ČR, ale podle Komunity pro bedýnky z Čech a Moravy bylo v roce 2016 v Česku aktivních 114 bedýnkových družstev s 390 odběrnými místy (SPILKOVÁ A SPOL, 2016).

Způsob prodeje zeleniny prostřednictvím bedýnek se v poslední době v Evropě rychle rozšiřuje. Existuje několik modelů, jak prodej skrze bedýnky realizovat, lokální potravina putuje k zákazníkovi buď přímo domů nebo na výdejní místo. Systém bedýnek je výhodný v tom, že dovoz čerstvých produktů může být jak do města, tak na vesnici (VÁCLAVÍK, 2008).

Základem sortimentu v bedýnkách jsou různé druhy ovoce a zeleniny, bylinky, pečivo, mléčné výrobky, vejce, víno, medy, marmelády maso a další. Složení bedýnky závisí na ročním období, je vždy sezónní a v průběhu roku se nabídka mění. Produkty jako je mrkev, brambory můžeme nalézt v bedýnkách celoročně. Ovoce a zelenina je většinou

odesílána ve stejný den, ve který je sklízena, takže je zde zajištěna čerstvost. Někteří výrobci a pěstitelé umožňují zákazníkům vybrat si velikost bedýnky. Zákazníci pak, co týden či 14 dní odebírají bedýnku. Nevýhodou je, že zákazníci, kteří vstupují do bedýnkového systému se zavazují k pravidelnému odběru a pokud chtějí objednávku zrušit, musí to udělat dostatečně dopředu a aktivně oni sami.

Farmáři často do bedýnek přidávají recepty, či informace o svých produktech, díky kterým se opět prohlubuje vztah mezi výrobcem a spotřebitelem, aby prodej nebyl anonymní a pro spotřebitele byl odběr potravin osobnější než při koupi potravin ze supermarketu (VÁCLAVÍK, 2010).

Výhodou bedýnek je pro zákazníka absolutní čerstvost produktů od místních zemědělců a farmářů ve vysoké kvalitě a za nižší ceny než na samotné farmě. Však nevýhodou pro některé zákazníky může být, že v některých systémech nelze ovlivnit obsah bedýnky, a tím se může stát, že mohou dostat produkt, který nemají rádi. To může vyřešit model tohoto systému, kdy produkty od několika výrobců nakupuje třetí osoba, a ta pak svým prostřednictvím může dát zákazníkovi na výběr a obsah bedýnky je tím pádem variabilní. Jiní spotřebitelé se na novinky, které do bedýnky mohou dostat těší a tato „*překvapení*“ mají rádi (VÁCLAVÍK, 2010).

### **3.6.6 Samosběr**

Samosběr je jeden z dalších způsobů, jak se zákazník může dostat k lokální potravíně. Hlavní výhodou samosběru je úspora ruční práce a dopravy od výrobce ke spotřebiteli, tím pádem zákazník může získat více produktu za méně peněz. Zemědělcům se sníží náklady za pracovní sílu, třídění, balení a skladování. Mezi výhody pak patří, že zemědělec dostane zapláceno přímou platbou v hotovosti. Za nevýhody můžeme brát nutnost zodpovědnosti zemědělce za škody a úrazy na místě sklizně. Výdělek ze samosběru je také závislý na počasí a sezónách. Zároveň ani propagace samosběru na farmách není vůbec jednoduchá a je velmi těžké získat nové zákazníky. Nevýhoda pro zákazníka je čas, který stráví samotným sběrem a vzdálenost, kam se musí dopravit. Samosběrem může zákazník sklízet jahody, ovoce ze stromů, fazole, hrášek, brambory atd. V České republice jsou nejčastější plodinou pro samosběr právě jahody (MOUDRÝ, 2007).

Samosběr může také být zážitkem a formou aktivního odpočinku. Zároveň si spotřebitel a potraviny si sám může vybrat a přesně ví, co bude konzumovat.

## **Farmářské prodejny**

Farmářské obchody jsou dalším typem AFN, který se v České republice začal objevovat již v začátcích. Jejich vznik byl reakcí na polistopadový vývoj maloobchodních sítí a spotřebního chování (SPILKOVÁ, 2016).

V České republice můžeme najít kamenné prodejny s lokálními farmářskými výrobky. V ČR jsou konkrétně dva známé řetězce. Nejstarší je společnost Náš grunt, která otevřela první obchod v roce 2010 v Praze na Vinohradech a aktuálně je zastoupena na trhu formou vlastních obchodů a franšíz. U všech produktů, které nabízí je uváděná farma, či zemědělství z které produkty pochází. Zákazník si zde může vybrat kvalitní maso, mléčné výrobky, různé druhy zeleniny, chléb, med, víno a další (NÁŠ GRUNT).

Dalším řetězcem je firma Sklizeno, která prohlašuje, že nabízí pouze „opravdové jídlo“. Nabídku má velmi podobnou jako společnost Náš grunt. Zaručují potraviny, které neobsahují žádné škodlivé přísady, vyrábí ho lidé, kteří ctí základy poctivé produkce, tradice a ochranu životního prostředí. Na každém výrobku je etiketa, na které je uveden jasný původ a přesné složení včetně alergenů. Sortiment se však neskládá pouze z potravin lokálního původu ale i ze zahraničních produktů jako jsou sýry, šunky, koření, oříšky, káva atd. Také některé druhy zeleniny a ovoce jsou z dovozu, především v zimních obdobích (SKLIZENO)

Nevýhoda těchto kamenných obchodů je fakt, že farmář, či zemědělec nedostane celou částku, za kterou zákazník nakoupí produkt. Velká část z ceny produktu připadne samotným firmám, které jsou prostředníkem. Také tím, že jsou to obchody, které mají širší nabídku než např. mají farmářské trhy, tak ne všechny potraviny jsou lokální. Spotřebitel je zase o kus dál od výrobce a koupě těchto produktů je více anonymní než u výše zmíněných alternativ prodeje lokálních potravin.

### **3.7 Kvalita českých a zahraničních potravin**

V dnešní době má český spotřebitel několik možností podle čeho vybírat potraviny. Konkrétně když se podíváme na původ potravin, v České republice najdeme potraviny dovážené jak z Německa, Polska nebo např. z Číny. Je otázka, zda původ potraviny vypovídá o kvalitě nebo jsou potraviny z různých zemích na stejné úrovni.

Také se už delší dobu diskutovalo o zboží dvojí kvality, kdy je produkt od stejné značky ve stejném obalu, ale má různé složení. V roce 2016 byl proveden socio-ekonomický

výzkum Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZPI) na téma „*Potraviny a český spotřebitel*“. Z výzkumu vyplývá, že 88 % dotázaných je s tímto faktem, kdy do České republiky putuje zboží s jinou kvalitou nespokojení. Výrobci tento fakt komentují tím, že je to z důvodu odlišných chuťových preferencí v každé zemi. S tímto tvrzením v průzkumu nesouhlasí 77 % dotazovaných. Více než polovina dotazovaných si myslí, že důvodem je snaha o snížení nákladů za suroviny a 38 % si myslí, že důvodem je zájem Čechů o nízkou cenu, nikoliv o kvalitu.

Ve výzkumu bylo zjišťováno vnímání kvality českých potravin, kde pozitivní názor mělo 68 % dotazovaných a negativní 32 %. Když se autoři výzkumu ptali na neproblematictějšího dovozce potravin, 88 % respondentů uvedlo Polsko, následně Německo a hned za ním Čínu. Výzkum byl zpracován na vzorku 1019 respondentů dle kvótního výběru na základě dat ČSÚ (STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÁ A POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE, 2016).

Podle bývalého ministra zemědělství Mariana Jurečky by český spotřebitel měl kupovat tuzemské potraviny, aby podpořil české zemědělství, potravinářství a získal kvalitnější zboží. Např. dle některých kontrol v roce 2016 provedla státní veterinární správa 2 013 kontrol potravin živočišného původu dovezeného ze zahraničí a bylo odhaleno 3x více závad než u tuzemských potravin. Například několikrát byly nalezeny v máku modrém z Turecka pozůstatky pesticidu carboxinu, v mletém vepřovém masu z Polska byly nalezeny bakterie Salmonelly. Dále bylo zjištěno, že v nemléčných kaších ze Španělska je nadlimitní obsah atropinu. Těchto odhalení bylo několik a je jen otázka, zda se těmito informacím nedostává více pozornosti než o závadných potravinách, které byly vyrobeny v České republice. Může se pak často stávat, že si spotřebitel např. polskou potravinu nevybere kvůli jedné zprávě o závadném produktu (JEŽKOVÁ, 2016). To, zda se český spotřebitel kouká na zemi původu, a jak je pro něj důležitá, bude zkoumáno v části empirické.



## 4 Empirická část

Jak bylo zmíněno již na začátku, praktická část se zabývá kvalitou tuzemských a zahraničních potravin, původem a lokálností potravin. Tato část práce zkoumá pohledy spotřebitelů na původ potravin a jejich celkové preference ohledně potravin.

Pro tento výzkum byl zvolen kvalitativní výzkum prostřednictvím řízených polostrukturovaných rozhovorů. Bylo osloveno 8 aktérů, kteří jsou různého věku, bydliště, povolání a byli vybráni na základě doporučení či známosti. Jejich věková kategorie je široká, konkrétně od 22 let do 61 let. Minimální vzdělání všech dotazovaných je středoškolské s maturitou, tři z nich mají vzdělání vysokoškolské. Někteří z nich bydlí v Praze, někteří zase menším městě. Na začátku praktické práce jsou bodově představeni všichni narátoři, kteří byli zahrnuti do výzkumu.

Všechny rozhovory trvaly zhruba půl hodiny a byly uskutečněny osobně. Každý rozhovor byl rozdělen do 10 otázek, které jsou k naleznutí v příloze. V závislosti na odpovědích každého z dotazovaných byly formulovány doplňkové otázky a každý rozhovor měl jiné tendence. Z rozhovorů byly následně pomocí kódování vyjmuty informace, které byly klíčové pro napsání této části práce.

Otázky v první části směřovali k přístupům spotřebitelů při nákupu potravin. V následující části dotazovaní měli za úkol ohodnotit tuzemské a zahraniční potraviny. Určovali též konkrétní země, u kterých si myslí, že jejich výroba potravin je na dobré nebo naopak špatné úrovni. Dále popisovali svůj postoj k českému původu potravin a vysvětlovali, co pro ně znamená lokální potravina. Na závěr bylo zjišťováno, jaké mají dotazovaní osobní kritéria kvality, a co je pro ně při výběru potravin důležité.

**Tabulka 1 Přehled narátorů**

Jméno	Věk	Dosažené vzdělání	Povolání	Bydliště
Jan	50	SŠ s maturitou	Manažer	Rumburk
Tereza	22	SŠ s maturitou	Student	Plzeň
Viola	27	Vysokoškolské	Fotografka	Praha
Pavla	44	SŠ s maturitou	Pracovník v soc. péči	Varnsdorf
Martin	71	Vysokoškolské	V důchodu	Blatná
Nikola	32	SŠ s maturitou	Cukrářka	Praha
Jiří	30	SŠ s maturitou	Majitel kavárny	Praha
Marie	31	Vysokoškolské	Operátorka	Praha

Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.1 Charakteristika narátorů

Charakteristika dotazovaných v této práci je velice široká a každý z dotazovaných je jiného věku a v jiné životní situaci. Prvním aktérem je Jan, kterému je 51 let, je manažerem v soukromém podniku a bydlí v pohraničním městě Rumburk. Dalším dotazovanou je Tereza, které je 22 let a studuje Českou zemědělskou univerzitu. Tereza bydlí v Praze, zajímá se o udržitelný rozvoj a přes 5 let je na vegetariánské stravě. Další aktérkou je fotografka Viola, které je 27 let a též bydlí v Praze. Dále je tu Pavla, které je 44 let a pracuje v sociálních službách jako pečovatelka. Pavla bydlí v pohraničním městě Varnsdorf a pro své nákupy využívá Českou republiku, Polsko i Německo. Dalším dotazovaným je Martin, který pochází z jihočeského kraje, Martin je v důchodovém věku a je omezen finanční stránkou, což následně ovlivňuje často jeho výběr potravin. Další účastníci je Nikola, které je 32 let a pracuje jako cukrářka. Už 8 let se vyhýbá produktům z konvenční výroby a ve většině případů nakupuje lokální potraviny převážně v bezobalových obchodech. Dalším účastníkem je Jiří, který bydlí v Praze a také zde vede kavárnu, takže jeho nákupy potravin nejsou pouze pro osobní potřeby ale i pro svůj podnik. Poslední dotazovanou je Marie. Marii je 31 let, bydlí také v Praze a v minulém roce přešla k veganskému stravování z etických důvodů.

## 4.2 Způsoby nákupu potravin

Na začátku rozhovorů byly účastníkům pokládány otázky, kde nakupují potraviny, jak je nakupují, a jakým potravinám dávají přednost. Většina dotazovaných pro své nákupy využívá supermarkety a někteří z nich je doplňují potravinami z lokálních zdrojů. Když už lokální potraviny nakupují, tak většinou na farmářských trzích nebo ve farmářských obchodech. Například Tereza uvedla: *„Nakupuji v supermarketech, které střídám s farmářskými a bezobalovými obchody, také chodím na trhy, ale to je pouze sezónní záležitost.“* Podobně to má i Marie, která je veganka a při výběru zdrojů potravin musí hledět i na tento aspekt: *„Momentálně nakupuji v supermarketech a v sezóně nakupuji na farmářských trzích. Jsem aktuálně na veganské stravě, takže jsem velmi omezená tou nabídkou.“*

Je tu možnost, že by lidé nakupovali lokální potraviny více, ale podle spotřebitelů je nakupování z lokálních zdrojů nepraktické nebo časově náročné a pro spousty lidí drahé. Proto pak zvolí pro ně praktičtější a levnější cestu, kterou je v tomto případě je supermarket. *„Lokální potraviny jsou super, ale nemůže si to z hlediska finanční stránky dovolit každý a když pracujete každý den do 5, tak asi těžko budete pravidelně navštěvovat farmy nebo farmářské trhy.“* Řekla Pavla.

Nikola aktuálně nakupuje také v supermarketu. Dříve do supermarketu vůbec nechodila a nakupovala pouze lokální potraviny, ale postupem času se její postoj k nákupu potravin změnil. V rozhovoru popisovala svoji cestu k udržitelnému způsobu nakupování, která vedla právě k nákupu lokálních potravin, ale pak sama přiznala, že to v jisté míře bylo omezující, a tak svůj přístup zase změnila.

*„Před zhruba 6 lety jsem se začala zajímat o téma udržitelnějšího stravování a postupně jsem došla k zero waste životnímu stylu, takže jsem nakupovala převážně bez obalu, na trzích, kam jsem si nosila svoje nádoby a občas jsem navštívila farmářské obchody. Zkrátka jsem nakupovala z lokálních zdrojů. Postupem času to přestalo být praktické a začalo mi to zasahovat více do života, takže jsem od toho trošku odstoupila a v tuhle chvíli navštěvuji i supermarkety. Taky jsem si uvědomila, že než síla jednotlivce je důležitější změnit přístup větších firem a tlačit na výrobce, aby změnili svůj přístup k výrobě.“* (Nikola)

Další možností, jak nakupovat potraviny, jsou dovážkové služby. Lidé v dnešní době využívají stále více a více online možnosti nakupování. Dva z dotazovaných uvedli, že

k nakupování využívají právě tuto možnost. Samozřejmě je to služba, která je dostupná pouze ve velkých městech, oba aktéři jsou z Prahy. Jiří se přiznal, že tyto služby využívá i pro svoje podnikání a nemůže si je vynachválit.

*„Potraviny nakupuji pro podnikání v gastronomii ve velkoobchodech a v rozvozových obchodech jako je rohlík nebo košík. Pro sebe do domácnosti nakupuji buď také skrz rozvozové služby nebo v maloobchodech. Poslední dobou si nemůžu na rozvozové služby vůbec stěžovat. Potraviny od nich dostanu vždycky čerstvé, dobré, a dokonce konkrétně rohlík má rozšířený svůj sortiment o farmářské produkty a bezobalové potraviny na váhu. Dokonce i doba dodání se zkrátila a jsou mi schopní dovézt nákup do dvou hodin. To je pro mě lepší varianta než stát frontu někde v supermarketu.“ (Jiří)*

Velkou výhodou u nakupování potravin online je šetření času, ale za nevýhodu lze brát to, že si člověk konkrétní potravinu nemůže vybrat a může dostat vadný kus. Konkrétně Viola uvedla: *„Také využívám dovážkových služeb, je to super, když nestíhám, v pár minutách naklikám, co potřebuji a do večera mám nákup doma. Co mi však vadí je to, že několikrát se mi stalo, že ovoce a zelenina byla ošklivá, takže to tam už nekupuji.“*

Způsoby nákupu potravin mohou být různé, avšak všichni z dotazovaných kvůli praktičnosti využívají pro svoje nákupy primárně supermarket. Někteří z větších měst využívají také dovážkové služby kvůli úspoře jejich času. Část aktérů také nakupuje i potraviny z lokálních zdrojů.

### **4.3 Hodnocení tuzemských a zahraničních potravin**

Dalším tématem rozhovorů bylo hodnocení českých a zahraničních výrobků, a zda spotřebitelé vnímají rozdíl mezi dováženým produktem a produktem koupeným přímo v dané zemi, kde se vyrábí. Úvodní otázka do tohoto okruhu byla, zda se vůbec dívají na zemi původu u potravin. Všichni z dotazovaných uvedli, že na zemi původu potravin hledí a že je to jeden z rozhodujících faktorů při výběr potravin. Někteří na to kladou větší důraz a někteří zas menší. Také dotazovaní uváděli, že záleží na typu potraviny. Na původ potraviny nejvíce hledí u vejcí, masa, ovoce a zeleniny. Jiří pronesl: *Původ potravin je pro mě nejdůležitější při nakupování ovoce a zeleniny. Přijde mi hloupost v prosinci kupovat jahody z Turecka, když tady máme v létě dobré jahody.“* U zeleniny a ovoce dovoz potravin ovlivňuje z velké části chuť a také obsah vitamínů. Čtyři dotazovaní uvedli, že z tohoto

důvodu kupují ovoce a zeleninu pouze českého původu. Veganka Marie uvedla: „*Vybírám často podle vzhledu a snažím se vybírat české produkty. No a u ovoce a zeleniny z dovozu je problém, že to utrhnou nezralé, pak to dozrává po cestě, a to se samozřejmě projeví na chuti i kvalitě.*“ Jiří také hledí na zemi původu hlavně u ovoce či zeleniny a uvedl, že si za kvalitu a chuť připlatí.

„*Vyhýbám se dovážené zelenině a ovoci. Takže se snažím kupovat sezónní ovoce a zeleninu z Čech. Když si koupím rajče támhle z Maroka, tak to pomalu nebude chutnat jako rajče. Takže v těchto situacích jsem ochotný zaplatit vyšší cenu za lepší chuť. Krom té chuti, dovoz ovlivňuje i kvalitu, protože se ty plodiny sklízí v nezralosti a následně jsou podpořeny nějakými chemikáliemi, aby například neplesnivěly.*“ (Jiří)

Pro Nikolu důvod, proč nekupovat potraviny z dovozu a dívat se na zemi původu, není chuť či kvalita jako u Jiřího a Marie, ale jsou to ekologické důvody a osobní vztahy s výrobcí, které snáze naváže s farmáři z České republiky. Z ekologických důvodů hledí na zemi původu i Tereza a Viola.

„*Jedním z důvodů, proč je pro mě důležitá země původu je to, že ta potravina tolik necestuje a nemá to tak velkou uhlíkovou stopu. Dalším důvodem je podpora těch českých výrobců a celkově české ekonomiky, obzvlášť na farmářských trzích je dobré, že ti čeští farmáři to někde vypěstují, a pak to tam někdo z jejich rodiny jde prodat a já vím, že podpořím přímo je. Je tam nějaký příběh a mě to dává zkrátka větší smysl podpořit něco takového.*“ (Nikola)

Všichni dotazovaní uvedli, že pokud by si mohli vybrat mezi dováženým výrobkem a tuzemským, tak to bude jednoznačně ten tuzemský. Někteří toto rozhodnutí nedokázali ani vysvětlit a těžko se jim to popisovalo.

„*Pro mě je logické jíst produkty, vyprodukované tady v České republice, je to normální tak, jako v přímořských zemích jedí ryby, proto si myslím, že je logičtější si dát pstruha než lososa. Asi to neumím úplně vysvětlit, je to pro mě zkrátka přirozené, nakupovat české výrobky.*“ (Viola)

Někteří uváděli, že kvalita zahraničních výrobků je sice na lepší úrovni než ta česká, ale že je třeba rozlišovat dovážené produkty a produkty, které si člověk koupí v dané zahraniční zemi. Zkrátka, že existují potraviny, které jsou z dovozu a tu kvalitu tak dobrou nemají, a pak ty, které sice jsou zahraniční, ale jsou tam také koupeny.

*„Bohužel si myslím, že např. v Německu mají kvalitnější potraviny než v Česku. Samozřejmě z nějaké solidarity, když bych si měla vybrat dováženou potravinu z Německa a potravinu českou, sáhnu po té české. Ale taky si myslím, že ta kvalita dovážených potravin je horší než ta kvalita potravin, které jsou koupeny přímo v té zemi.“ (Martin)*

Také někteří uvedli, že nevěří kvalitě dovážených potravin z důvodu nízké ceny, která by měla zahrnovat i dopravu, a proto by měla být dražší než ta česká, ale kolikrát je ještě levnější. To spotřebitelům přijde podezřelé, a tím pádem se rozhodnou pro potravinu vyrobenou v České republice. Např. Marie uvedla: *„Taky si myslím, že například výrobky dovezené z Polska, že jsou tak levné, že nerozumím tomu, jak to může být tak levné, že k tomu mám nedůvěru.“*

Pavla při otázce, které potraviny jsou kvalitnější, zda ty zahraniční nebo ty české, neváhala a jednoznačně označila za kvalitnější, ty zahraniční. Také však dodala, že toto si nemyslí o potravinách dovážených.

*„Upřímně si myslím že česká kvalita je na mizivé úrovni, protože se snaží šetřit na surovinách. Proto si myslím, že zahraniční výrobky jsou kvalitnější, nemluví o dovážených, protože existuje zboží dvojí kvality. Díky tomu že bydlím vedle polských a německých hranic, v České republice moc nenakupuji.“ (Pavla)*

Součástí tohoto okruhu byla i otázka na konkrétní země, o kterých si čeští spotřebitelé myslí, že nemají tak kvalitní produkty. Sedm z osmi dotazovaných uvedlo jednoznačně Polsko. *„Myslím si, že v Polsku mají o dost nižší standardy v zemědělství, a proto bych si např. vejce z Polska nikdy nekoupila.“* Uvedla Tereza. Někteří zde zase mluví o dvojí kvalitě a prohlašují, že jen ty dovážené potraviny z Polska jsou nekvalitní a od těch, které se prodávají v Polsku se liší.

*„Myslím si, že v Polsku vyloženě nemusí mít špatné produkty, ale ty výrobky, které jsou posílány sem do Čech, určitě tolik kvalitní nejsou. Víím, že se často říká, že ty věci, co se sem posílají, oni by tam nejedli, protože sem posílají produkty, na které je důraz, aby byly levné, tím pádem musí být méně kvalitní nebo s horším složením.“ (Martin)*

Když byla položena dotazovaným otázka, proč zrovna Polsko, tak ve většině případech všichni odpovídali stejně, že to slyšeli v médiích. *„Jako Polsko je profláknuté závadnými potravinami, ale já to nemám opodstatněné nějak, ale člověk to odevšud slyší, a tak se například vejcím dovezených z Polska vyhýbám.“* Uvedla Viola. Někteří také argumentovali

tím, že je to kvůli tomu, že je Polsko méně vyspělá země než Česká republika, a že jejich normy v zemědělství nejsou tak přísné.

*„Myslím si, že v Polsku je velké množství nebezpečných potravin kvůli tomu, že tam tu kvalitu potravin tolik nekontrolují, zvířata tam žijí v podmínkách nekontrolovaných. Česká republika má jasné normy a dbá na hygienu. Myslím si, že zkrátka v Polsku nemají tak přísné normy a těm normám tady v České republice věřím více.“ (Viola)*

Jediný z dotazovaných, kdo si nemyslí, že by byly polské potraviny méně kvalitní, než ty české je Pavla. Ta naopak tvrdí, že mnohdy mohou být kvalitnější díky rozvinutějšímu zemědělství.

*„Já v Polsku nakupuji, protože bydlím pár kilometrů od polských hranic a myslím si, že ty potraviny jsou kolikrát kvalitnější než ty v České republice. Myslím si, že Poláci mají potraviny lepší než my, protože mají rozvinutější zemědělství. Nevěřím tomu, že mají většinu potravin závadných, jak se člověk může dočíst všude na internetu, to už by půlka polského národa nebyla naživu.“ (Pavla)*

Dva aktéři také uvedli, že by si nekoupili potravinu, která by byla vyrobena v Asii. Vysvětlovali to tím, že tam mají úplně jiné suroviny, které neznají, že si radši koupí potravinu, která pochází z Evropy. Potraviny z Evropy považují za mnohem důvěryhodnější. *„Taky bych nechtěl kupovat věci z Asie nebo z východní a jihovýchodní Evropy, tam si myslím, že ty věci nejsou tak kvalitní. Mají tam úplně jiné podmínky výroby a je pro mě jistější a důvěryhodnější kupovat potraviny, které byly vyrobeny např. z toho Česka.“* Řekl Jiří. Stejný názor jako Jiří má i Tereza.

*„Asi bych nekopila potraviny dovážené z Asie, protože tam do toho výrobku mohou dát nějakou špatnou surovinu, kterou já ani neznám. Tady v české republice tam mohou dát tak maximálně to, co znáš, sice to taky nemusí být kvalitní suroviny, ale všechny je budu znát. Opravdu u nějakého složení výrobku z Číny, nedokážu říct, zda je dobré, či špatné, protože ty suroviny ani neznám, proto dám přednost potravině z Evropy.“ (Tereza)*

Dále byla spotřebitelům položena otázka, které země podle nich produkují kvalitní potraviny. Všichni účastníci šetření se shodli na Německu. Všichni toto tvrzení odůvodňují tím, že Německo má vyšší úroveň ekonomiky, a to se odráží na kvalitě.

*„Nerada to přiznávám, ale myslím si, že Němci mají mnohem kvalitnější výrobky než my tady v české republice, nemluví o těch dovážených. Ale jelikož bydlím u německých hranic, tak moje nákupy často směřují tam. Myslím si, že tento fakt způsobuje to, že mají na mnohem vyšší úrovni ekonomiku než tady v Česku.“ (Pavla)*

Viola si myslí, že se kvalita potravin v každé zemi odvíjí od náročnosti spotřebitelů. Podle ní například v Německu je spotřebitel mnohem náročnější než v České republice, a proto tam mají potraviny kvalitnější. *„Já vnímám tu kvalitu jako Německo, Rakousko, tyhle alpské země, protože to je i o tom spotřebiteli. Tady v Čechách si dají lidi gothaj a jsou v pohodě, když to vezmu na tu svoji sociální bublinu.“* Podle Jana souvisí kvalita potravin s finanční situací občanů dané zemi. Dle něj ve vyspělejších zemích mají lidé vyšší životní úroveň, a tak si mohou dovolit dražší potraviny, u kterých není tenze na nižší cenu na úkor kvality. *„Já si myslím, že kvalitní potraviny jsou tady v Čechách i v zahraničí, akorát v zahraničí, díky lepší ekonomické situaci a větším platům, si samozřejmě například Němci mohou dovolit utratit více za to stejné jídlo a následně je to znát i na kvalitě.“* Uvedl Jan.

Také většina dotazovaných pronesla, že země, které leží na západu, má zafixované jako kvalitní producenty a země směrem k východu berou spíše jako horší, z hlediska produkce potravin. *„Myslím si, že je to dáno tou ekonomikou, určitě bych zhodnotil země směrem na západ jako kvalitní producenty potravin a ty země směrem k východu za horší. Vždycky to tak bylo a je.“* Uvedl Jan.

Z této části rozhovoru jednoznačně vyplývá, že dotazovaní dávají přednost tuzemským výrobkům před těmi dováženými. Nehodnotí špatně potraviny vyrobené v zahraničí, ale produkty dovezené ze zahraničí do České republiky a mluví o zboží dvojí kvalitě. Velmi negativně vnímají Polsko jako výrobce potravin, a naopak kladně o Německu a celkově o zemích, které leží od České republiky směrem na západ.

#### **4.4 České výrobky**

Účastníci šetření měli za úkol zodpovědět, zda pro ně znamená české – lepší. Jak bylo zmíněno výše, tak všichni z dotazovaných dávají přednost českým výrobkům, a to kvůli tomu, že věří, že české výrobky jsou bezpečnější a více kvalitní. *„Nad českými potravinami teda neváhám, tam jdu na jistotu.“* Prohlásil Martin.

Většina dotazovaných odpověděla, že kupuje raději české výrobky z důvodu podpory české ekonomiky a zemědělství. Například Marie pronesla, že chce, aby si Česká republika



zachovala svoji produkci a nevznikla ta situace, kdy většina produktů bude ze zahraničí. „Už kvůli podpoře české ekonomiky, byla bych ráda abychom si zachovali nějaké produkty, které vyrábíme my. Nechci, aby se postupem času sem všechny věci jen dovážely.“ Ten samý názor má i Jiří: „Radši koupím produkt vyrobený z Česka, a tím podpořím českou ekonomiku. Nemyslím si, že by české máslo bylo nějak více kvalitní než například německé, ale jak říkám chci podporovat zemi, ve které žiji.“

Jan přiznal, že je pro něj představitelnější výroba produktu v Čechách než v zahraničí, a proto považuje české výrobky za jistotu.

„Dokážu si to více představit, že je to támhle z nějaké farmy na Vysočině, než že to je odněkud z Německa nebo bůh ví odkud a dováží to přes 3 prodejce. Takže dávám přednost výrobkům z Česka. Pro mě je zkrátka představitelnější výroba v Česku než výroba někde támhle v Maroku. Je to pro mě důvěryhodnější zdroj, a proto taky na ten původ potravin koukám.“ (Jan)

Pro spotřebitele to může být krok do neznáma, koupit potravinu, která se vyráběla na druhém konci zeměkoule, proto radši zvolí potravinu, která byla vyráběna buď v České republice nebo jejím okolí. Marie vysvětlovala, že podmínky pro výrobu či skladování jsou všude jiné, a tak je pro ni bezpečnější zvolit tuzemský produkt. „Tady máme zasazené nějaké směrnice, co ty produkty musí splňovat. Nevím, kdybych si koupila produkt támhle někde z Asie, tak v tom může být cokoliv, takže pro mě je důvěryhodnější koupit český výrobek.“

Pro Nikolu například označení „vyrobeno v České republice“ je nedostačující dívá se i na konkrétní značky. Přiznala se, že dává přednost českým značkám, které nespádají pod holdingový konglomerát Agrofert. „Koukám se přímo i na značku, a to kvůli vlastnictví Babišových firem, v tomto ohledu se zase snažím nepodporovat tyto české výrobky, které spadají pod Agrofert.“ Na základě tohoto tvrzení Nikoly můžeme říct, že výběr potravin může mít spojitost s politickými preferencemi. Také Nikola dodává, že označení „vyrobeno v České republice“ neříká, že jsou všechny suroviny českého původu, ale že například pouze finální výroba probíhá na území České republiky. Proto ze všeho nejradši vyhledává lokální výrobce, u kterých se může podívat, z čeho jsou produkty vyrobeny, jak jsou vyrobeny a kde.

„To, že je na nějaké potravině napsáno, že je z Česka, neznamená, že všechny suroviny jsou z Česka, ale že to tu může být pouze nějak zkompletovaný, reálně nějaká surovina pak

*může být z Polska. Já jsem se po tom nikdy nechtěla nějak pít, takže jsem šla tou transparentní cestou, kdy kupuji potraviny přímo od farmářů.*“ (Nikola)

Dle šetření si spotřebitelé vybírají zpravidla české výrobky. Jeden z důvodů je ekonomický, kdy se snaží podpořit českou ekonomiku a produkci. Dalším důvodem je jistota, kterou spotřebitel má, když kupuje tuzemský produkt. Je to pro něj bezpečnější a jistější volba než koupě produktů, které jsou vyrobené např. v Asii. Pro spotřebitelé může být důležitá i konkrétní česká značka, která je pro ně výpovědní hodnotou kvality.

#### **4.5 Význam lokálnosti očima spotřebitelů**

Dalším tématem rozhovorů byla lokálnost potravin. Všem dotazovaným byla položena otázka, co pro ně znamená pojem lokální, a jak by lokální potravinu charakterizovali. Až na jednu aktérku všichni odpověděli, že lokální potravina by měla být vyrobena na území České republiky a lokálnost primárně vysvětlovali na základě umístění výroby. „*Pro mě lokální je vše, co se vytvořilo na území České republiky, a všechny vstupní složky jsou také z České republiky.*“ Pronesla Viola. Jiří má stejný názor jako Viola.

*Lokální potravina je podle mě potravina, která pokud je to nějaká rostlina, vyrostla na území toho státu, ve kterém bydlíme nebo ideálně v tom kraji, ve kterém bydlíme. Pokud je to nějaký výrobek, tak aby vstupní suroviny pocházely také z toho státu a byly tam také vyrobeny, ideálně obyvateli toho státu. Podle mě se lokální produkt je český produkt.* (Jiří)

Několik aktérů uvedlo, že pro ně znamená lokální – české, ale ne naopak. Všechny české výrobky nemusí být nutně lokální, ale mohou být vyrobené díky konvenčnímu zemědělství, a to už dle odpovědí pro spotřebitelé lokální není. Podle nich také záleží na způsobu výroby a produkce, většina dotazovaných uváděla, že u lokálních výrobků se více dbá na kvalitu než na kvantitu.

*Lokální potravina je pro mě jednodruhová potravina nebo minimálně průmyslově zpracovaná potravina. „Já chci podporovat český výrobce, který se snaží dělat věci srdcem, a jak nejlíp to umějí a já jim chci dát tím, že si výrobek od nich koupím najevo, že je to dobře, že to takhle dělají. Takže není pro mě důležitý jenom ten původ, ale i ten způsob té výroby či produkce.“* (Viola)

Podobně to vnímá Nikola: „*Pro mě lokální znamená malovýroba, že to někdo dělá poctivě v malém a ta výroba není nějakým způsobem zautomatizovaná.*“

Podle Jana, který bydlí v pohraničním městě Rumburk, nemusí být lokální potraviny vyloženě české, ale měly by být vyráběny v určitém okruhu poblíž jeho bydliště, tzn. že pro něj to jsou i některé německé potraviny.

*„Představím si pod tím to, že když půjdu nakupovat v Rumburku do obchodu, tak tam koupím máslo, které je vyrobené někde v okolí malovýrobou. Rumburk je u hranic, takže pro mě je lokální produkt i produkt, který je vyrobený poblíž, klidně i za hranicemi v Německu, podle mě to nemusí být nutně český výrobek. Musím vědět odkud to pochází, vím přesně kdo to vyrobil, ideálně jak, z čeho a v okolí, které znám. Pokud bych věděl kdo, kde, jak a bylo by to ve Španělsku, to si absolutně neumím představit, takže to určitě závisí na té lokalitě.“*  
(Jan)

Když dotazovaní dostali otázku, co je vede k tomu koupit právě lokální potraviny, velká část z nich odpověděla, že tyto potraviny jsou podle nich kvalitnější a chutnější, protože například farmáři používají lepší krmivo pro dobytek než ve velkochovu. Martin uvedl: *„Lokální potravina by měla splňovat, například u toho masa, že je dobytek krměn nějakýma kvalitníma směsmi. Co já vím, čím v tom velkochovu krmí ten dobytek, můžou to být nějaké levnější varianty.“*

Lidé mohou nakupovat lokální potraviny i z toho důvodu, že je to aktuálně trendy a je to ekologičtější cesta k nakupování. V současné době je celkové téma ekologie velmi populární. Nikola se přiznala, že vždy kupovala lokální výrobky primárně kvůli ekologickým a etickým důvodům. Popisovala, že kolikrát si nedohledala všechny informace ohledně původu, ale věřila, že lokální znamená lepší, a že ona chce dělat věci dobře. Nikola 6 let v kuse nakupovala pouze lokální potraviny na farmách, na farmářských trzích, v bezobalových obchodech a do supermarketu v podstatě nevstoupila. Poté od tohoto striktního uvažování ustoupila, protože ji to začalo velmi omezovat, a popisovala, že už nechce dělat věci jen z toho důvodu, že to od ní společnost očekává. Aktuálně nakupuje potraviny jak z lokálních zdrojů, tak z konvenční výroby.

*„Já jsem vždycky vybírala lokální potraviny. Já jsem vždycky chtěla dělat věci dobře, byla to pro mě ta morální otázka. Poté jsem zjistila, že i ta chuť je lepší, ale nikdy to nebyl ten primární důvod, určitě jsem s tímto stylem nakupování začala z těch etických a ekologických důvodů. Nakupovala jsem pouze lokální potraviny a jela jsem v mnou nastavených morálních hodnotách a hodně jsem se v tom zakonzerovala. Tak nějak jsem si*

*stanovila, že ty věci budu dělat takhle, protože je to správné, ale bylo to správné jen podle mě. Už jsem si tolik neuvědomovala a nedohledávala, zda ty věci reálně dávají smysl, jestli je například ta uhlíková stopa menší nebo větší. Já jsem se rozhodla, že tomu budu zkrátka věřit a už jsem moc nevěnovala tolik energie na to ověřit tu správnost těch mých tezí. Což vnímám takhle zpětně jako kriticky vůči sobě.“ (Nikola)*

Většina z dotazovaných si vysvětluje pojem lokální potravina na základě umístění výroby. Také, až na jednoho z dotazovaných, tvrdí, že by lokální výrobek měl být český výrobek. Dle spotřebitelů by lokální produkt měl být zpracován v malovýrobě a charakterizuje ho osobnější vztah výrobce k samotné produkci či výrobě. Spotřebitelé kupují lokální potraviny, protože jsou dle nich více kvalitních, a také z etických a ekologických důvodů.

#### **4.6 Kritéria kvality**

Poslední otázku, na kterou měli dotazovaní odpovědět, byla otázka ohledně jejich představy o kvalitní potravíně, a co taková potravina podle nich musí splňovat. Část zúčastněných uvedla, že je pro ně důležité složení potraviny a chtějí, aby potravina byla, co nejméně zpracovaná. Viola pronesla: *U potravin koukám na složení a upřednostňuji český původ, obzvlášť u ovoce a zeleniny. Ale obecně bych řekla, čím kratší složení, tím pro mě lepší, protože do detailu, konkrétním složkám nerozumím.* Martin uvedl, že je pro něj důležité složení hlavně u mléčných výrobků, kde se dívá na obsah živých kultur a uzenin, kde se dívá na podíl masa: *„U zakysaných výrobků, které kupuji často koukám na obsah živých kultur, tam je to pro mě důležité. U uzenin koukám na obsah masa.“*

Marie poznamenala, že dává pozor na to, aby produkty byly vyrobeny opravdu z toho, čeho mají a nebyly v nich náhražky, které tu chuť té hlavní suroviny budou pouze připomínat. *„Kdybych si měla koupit například sójovou pomazánku, tak se budu dívat na to, kolik tý sóji v tom produktu je, jestli tam je nebo tam dali jen nějaké emulgátory, které na sebe navážou vodu, a pak tu chuť té sóji připomínají.“* Řekla Marie.

Z dotazovaných dva uvedli, že se dívají na složení z hlediska makronutrientů, protože tomu oni rozumí. Například Jan: *„Když už jdu nakupovat do obchodu, tak vybírám podle složení. To je to, co mě zajímá. Kolik je tam bílkovin, sacharidů, tuků, zkrátka podle makronutrientů.“*

Někteří z dotazovaných uvedli, že už například na složení potraviny nekoukají, že mají své oblíbené produkty, které kupují stále dokola a nové vyzkoušejí jen zřídka. „*Už mám vytipované potraviny a kupuji stále ty stejné, takže to mi ulehčuje celkový proces nakupování.*“ Pronesla Viola.

Jak bylo zmíněno na začátku empirické části, pro všechny účastníky šetření, je jedno z rozhodujících kritérií také země původu potraviny.

Dalším kritériem kvality podle dotazovaných je vzhled potraviny. Konkrétně u ovoce a zeleniny může být vzhled na prvním místě.

„*Nakupuji převážně ovoce, zeleninu, takže vybírám podle vzhledu. Nevadí mi takový ty česneky ošklivky, ale například když vidím plesnivé citróny nebo vyschlé papriky, tak si je určitě nekoupím. Takže ano, první, na co se koukám je vzhled dané potraviny.*“ (Marie)

Lidé také často určují kvalitu na základě ceny, tzn, čím dražší produkt, tím kvalitnější a bezpečnější. Například Jan uvedl: „*V Polsku mají nejméně peněz, a proto i to jídlo musí být levnější, aby si to lidé mohli koupit, tím pádem i méně kvalitní.*“ Martin poznamenal, že vzhledem k jeho možnostem, cena je mnoha případech rozhodujícím faktorem a často tak sáhne po méně kvalitní potravine. Jedná tak však pouze v případě, kdy je to velmi zpracovaná potravina. U ovoce a zeleniny, jak bylo výše zmíněno si raději připlatí za chutnější a kvalitnější produkt. Také se přiznal, že jeho výběr potravin velmi ovlivňují různé akce a slevy v supermarketech. „*Mezi jedno kritérium samozřejmě patří cena, když kupuji například kečup, jeden je o 20 korun dražší, tak si zkrátka koupím ten levnější, v každém z nich budou určitě nějaké emulgátory. Také často koukám na akce, a to také ovlivňuje můj výběr.*“ Pronesl Martin.

Čeští spotřebitelé mají několik kritérií kvality. Mezi jedno z nich patří složení potravin a následně země původu. Také hledí nejčastěji u zeleniny a ovoce na vzhled. Lidé se také dívají na cenu produktu jak z hlediska jejich možností, tak kvůli tomu, že pro ně znamená dražší – kvalitnější.

## 5 Výsledky

Na základě provedeného výzkumu, lze říci, že většina spotřebitelů v dnešní době hledí na zemi původu a dává přednost tuzemským potravinám před potravinami dováženými. Spotřebitelé zároveň vnímají velký rozdíl mezi potravinou dováženou ze zahraničí a potravinou koupenou v zahraničí.

Účastníci šetření hodnotili zahraniční výrobky koupené v zahraničí velmi pozitivně. Dle daných odpovědí lze konstatovat, že výrobu potravin v různých zemích hodnotí na základě úrovně ekonomiky státu a celkové vyspělosti státu. Konkrétně velmi pozitivně byly hodnoceny země směrem k západu, jako je Německo, Velká Británie, Francie a negativně země na východ, například Polsko, Rusko a další.

Podle šetření, za zemi s méně kvalitními potravinami, než je Česká republika, lidé považují hlavně Polsko. Lidé tomuto pocitu nabyli především díky médiím, která v minulosti publikovala několik informací o závadných polských potravinách. Lidé to také přisuzují méně vyspělé ekonomice Polska a celkově východních zemích, od kterých by si také potraviny spíše nekoupili.

Případová studie v této práci jednoznačně potvrdila, že pro českého spotřebitele opravdu znamená české – lepší, a to hned z několika důvodů. Lidé dávají přednost českému výrobku, protože mají větší jistotu, že bude splňovat jejich očekávání. To u výrobku, který je dovezený například z Číny nemají. Díky té velké vzdálenosti a jiným normám je výroba potravin v Asii pro českého spotřebitele tak nepředstavitelná, že sáhne raději po potravině, která byla vyrobena v jeho okolí. Potraviny vyrobené tak daleko od spotřebitele mohou v nich vyvolávat nedůvěru, a proto si zvolí potraviny vyrobenou v České republice. Dalším důvodem, proč lidé preferují české výrobky před dovezenými, je čerstvost. U masa, vajec, zeleniny a ovoce je pro spotřebitele důležitý vzhled a chuť. Zelenina a ovoce vypěstované v České republice má ve většině případů lepší chuť, a to díky rychlé cestě od producenta ke spotřebiteli bez nutnosti dlouhého transferu, kvůli kterému pak plodiny ztrácejí na kvalitě z hlediska složení a samozřejmě na chuti. V České republice je možné ovoce a zeleninu sklízet v plné zralosti, a tím se udrží plná chuť a čerstvost, která je pro spotřebitele dle odpovědí důležitá. Posledním zjištěným důvodem, proč si spotřebitel koupí raději tuzemskou potraviny, je podpora české ekonomiky a zemědělství. Všichni dotazovaní

odpověděli, že chtějí, aby si Česká republika udržela svoji produkci a nestalo se, že většina sortimentu v supermarketech bude zahraničního původu.

Pohledy spotřebitelů na pojem lokální potravina byly různé. Všichni se však shodli na tom, že by primární charakteristika lokální potraviny měla být na základě polohy výroby. Většina uvedla, že produkt měl být vyroben v České republice, jiní to vztahovali dokonce na kraj či obec. Někteří se také shodli, že aby produkt byl lokální, tak musí být, co nejméně zpracovaný.

Podle všech odpovědí na téma lokálnost potravin, lze konstatovat, že důvod, proč si spotřebitel koupí lokální potravinu je také částečně díky osobnímu vztahu, který s ním navazují farmáři, či zemědělci. Také je to kvalita, kterou považují lidé u lokálních potravin za mnohem vyšší než u těch, z konvenční výroby. Je to dáno také tím, že je pro člověka mnohem jednodušší si představit proces produkce a výroby na farmě než ve velkovýrobě a ví, že se může podívat např. na suroviny, se kterými lokální producenti pracují.

Z výzkumu dále vyplívá, že lidé určují kvalitu potravin na základě složení, vzhledu a ceny. Za největší problém z hlediska složení spotřebitelé považují přídavné látky neboli lidově „éčka“, kterým se snaží vyhýbat. Vzhled řeší hlavně u masa, masných výrobků, zeleniny a ovoce. Dále jako vypovídající hodnotu kvality berou lidé cenu. U výrobků, které stojí více peněz, si řeknou, že budou z kvalitnějších surovin a ty levnějších naopak.

## 6 Závěr

Český spotřebitel si prošel v minulých desetiletích velkými změnami, kdy se snaží od kvantity vracet ke kvalitě. V práci byly představeny různé formy AFN, které se v posledních letech v České republice rozrostly. Můžeme říci, že všechny formy AFN, které fungují v zahraničí, fungují v určité formě i v České republice, přestože naše země byla velmi silně ovlivněna komunistickým režimem a český spotřebitel má tak jiné výchozí hodnoty než spotřebitel zahraniční.

Práce se zabývala tématem lokálnosti. Lokální potraviny nemají konkrétně žádnou vyhraněnou definici, ale jsou jednoznačně součástí alternativních potravinových řetězců. Nejčastěji jsou charakterizovány na základě vzdálenosti výroby od spotřebitele, či malovýrobou. Způsobů, jak se dostat k lokální potravíně, je v České republice několik. Nejvíce rozšířeným způsobem jsou farmářské trhy. Hlavním důvodem, proč lidé navštěvují trhy je snaha o podporu českých farmářů, čerstvost prodávaných potravin a zájem o celkovou atmosféru, která se na farmářských trzích odehrává. Také je to nejjednodušší cesta, jak se dostat k lokální potravíně, když nepočítáme farmářské obchody, které jsou vedené spíše na komerční bázi.

Dalším důvodem poptávky po lokálních potravinách může být zájem o udržitelný rozvoj a ochranu životního prostředí. Konvenční výroba má na svědomí vznik drtivé většiny skleníkových plynů. Podpora prodeje lokálních potravin by krom zmírnění enviromentálních dopadů také pomohla ekonomické lokalizaci, která by vedla k posílení místní ekonomiky. To by znamenalo větší nezávislost při výkyvech mezinárodního trhu a země by se stala více stabilní.

V dnešní době jen stěží najdeme člověka, který by si nestěžoval na nedostatek času. Je to jeden z důvodů, proč lidé radši sáhnou pro potravíně z konvenční výroby, kterou si mohou zakoupit v supermarketu.

Jeden z cílů práce bylo zjistit, zda pro českého spotřebitele znamená české – lepší. Lidé raději kupují české výrobky a věří, že jsou kvalitnější než ty dovážené. Při výběru potravin je pro ně nejdůležitější složení, vzhled a země původu. České potraviny jsou podle konzumentů mnohem chutnější a kvalitnější díky tomu, že se nemusí dovážet přes velkou vzdálenost, ale putují rovnou do prodeje. Z výzkumu lze také odvodit, že velkou motivací k nákupu tuzemské potraviny je pro českého spotřebitele podpora české ekonomiky a



udržení produkce českých výrobků. Mimo jiné, je pro spotřebitelé mnohem důvěryhodnější zdroj potravin ten český, u kterého si dokáží představit, jak výroba těchto potravin vypadá. Lidé mají rádi věci pod svojí kontrolou, a to se následně projevuje při procesu výběru potravin.

Neprokázalo se, že by si lidé mysleli, že v zahraničí produkují méně kvalitní potraviny. Lidé hodnotí výrobu potravin zahraničních zemí primárně dle jejich hospodářské vyspělosti a ekonomické úrovně. Jsou si však vědomi toho, že existuje zboží dvojí kvality. Téže dovážení potravina má horší jakost u nás než v zahraničí. Proto se také spotřebitelé snaží potraviny z dovozu nekupovat.

## 7 Seznam použitých zdrojů

BEZPEČNOST POTRAVIN. *Potravinářská komora ČR*. Bezpečnost potravin [online]. [citováno 20.2.2022]. Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/92194.aspx>

CRHOVÁ, Monika. *Obliba a dostupnost lokálních potravin* [online]. Brno, 2016 [citováno 29.1.2022]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Lékařská fakulta. Mgr. Zdeňka Daňková. Dostupné z: [https://is.muni.cz/th/eeepb/Diplomova\\_prace\\_.pdf](https://is.muni.cz/th/eeepb/Diplomova_prace_.pdf)

DROBNÍČEK, Ladislav, Jaroslav PEŠÁN, Pavel SMETANA. *Jak na faremní prodej ze dvora*. 3., dopl. vyd. Klatovy: Úhlava, 2014. ISBN 978-80-905087-7-4.

ESPEJO, Mar Sánchez. *The implication of the avocado trade for global water scarcity*[online]. Valencia, 2018 [citováno 30.1.2022]. Universitat Politècnica de València.

Julián Alcalá González. Dostupné z: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/124213/SanchezEspejo.M-TFM.pdf?sequence=1>

EVROPSKÝ INFORMAČNÍ PROJEKT. *Evropský Green deal a Česká republika*[online]. Evropský informační projekt, 2020 [citováno 23.2.2022]. Dostupné z: <https://euroinfoproject.eu/projekt/evropsky-geen-deal-a-ceska-republika/>

FRAŇKOVÁ, Eva. *Lokální ekonomiky v souvislostech, aneb Produkce a spotřeba z blízka*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. ISBN 978-80-210-7740-9.

GONZÁLEZ, Neus, Montse MARWUES, Martí NADAL a José L. DOMINGO. Meat consumption: Which are the current global risks? A review of recent (2010–2020) evidences. *Food Research International*. 2020. ISSN 0963-9969.

GOODMAN, David a Michael GOODMAN. *Alternative food networks*. 2009.

GUTHOVÁ, Zuzana, *Trhy s místními produkty – šance pro stabilizaci venkova* [online]. Marketing regionálních produktů, 2006 [citováno 28.1.2022]. Dostupné z: <http://trznice.novnos.cz/images/marketing.pdf>

INFORMAČNÍ CENTRUM OSN V PRAZE. *Cíle udržitelného rozvoje (SDGs)* [online]. [citováno 28.1.2022]. Dostupné z: <https://www.osn.cz/osn/hlavni-temata/sdgs/>

HÁJKOVÁ, Zuzana Alexa a Eva HÖLGYE. Farmářské trhy ovládly česká města. *Farmářské trhy*. 2010, roč. 1, č. 1.

HNUTÍ DUHA. *Čerstvé, domácí, na dosah: Proč a jak založit farmářské trhy také v Ostravě* [online]. Hnutí Duha. 2010 [citováno 6.3.2022]. Dostupné z: <https://www.farmarske-trhy.cz/casopisy/casopis-farmarske-trhy.pdf>

HUBBARD, G. Measuring Organizational Performance: Beyond the Triple Bottom Line. *Business Strategy and Environment*, 2009, str. 177-191.

JAROSZ, Lucy. The city in the country: Growing alternative food networks in metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*. 2008, roč. 24, s. 231–244.

JEŽKOVÁ, Markéta. Ministr zemědělství Marian Jurečka: Kupujte kvalitní české potraviny, podpořte tím naše zemědělství [online]. Ministerstvo zemědělství, 2016 [citováno 28.2.2022]. Dostupné z: [https://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2015\\_ministr-zemedelstvi-marian-jurecka-4.html](https://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2015_ministr-zemedelstvi-marian-jurecka-4.html)

KETTNEROVÁ, Miloslava a Jan VALEŠKA. Komunitou podporované zemědělství. *Ekologické zemědělství*. 2012, č. 44. Dostupné z: <https://orgprints.org/id/eprint/24899/1/komunitou.pdf>

KOMUNITOU PODPOROVANÉ ZEMĚDĚLSTVÍ. *Adresář KPZ* [online]. Komunitou podporované zemědělství. [citováno 27.2.2022]. Dostupné z: <http://www.kpzinfo.cz/kpzky-v-cr/>

KUSCH, Sarah a Florian FIEBELKORN. Environmental impact judgments of meat, vegetarian, and insect burgers: Unifying the negative footprint illusion and quantity insensitivity. *Food Quality and Preference*. 2019, roč. 78. ISSN 09503293.

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR. *Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích* [online]. Státní veterinární správa [online]. [citováno 22.2.2022]. Dostupné z: <https://www.svs-cr.cz/zivocisne-produkty/farmarske-trhy/>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR. *Kodex farmářských trhů* [online]. 2011 [citováno 22.2.2022]. Dostupné z: [http://eagri.cz/public/web/file/120003/Kodex\\_farmarskych\\_trhu.pdf](http://eagri.cz/public/web/file/120003/Kodex_farmarskych_trhu.pdf)

MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ. Strategický rámec Česká republika 2030 [online]. ČR 2030, 2020 [citováno 23.2.2022]. Dostupné z: <https://www.cr2030.cz/strategie/kapitoly/>

MOUDRÝ, Jan. *Marketing bioprodukce: odborná monografie*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2007. ISBN 978-80-7394-034-8.

NÁŠ GRUNT. *O společnosti*. Náš Grunt [online]. [citováno 18.2.2022]. Dostupné z: <http://www.nasgrunt.cz/2-o-spolecnosti.html>

*Naše společná budoucnost*. Světová komise pro životní prostředí a rozvoj. Praha: Academia, 1991. ISBN 978-80-85368-07-9.

NEČAS, Jan. *Opravdu chceme trvale udržitelný rozvoj* [online]? *Envigogika*, 2008 [citováno 23.2.2022]. Dostupné z: <https://www.envigogika.cuni.cz/index.php/Envigogika/article/view/27/29>

POJAR, Petr. *Co je komunitní zahrada, k čemu slouží a jak ji založit* [online]? České stavby. 2019. [cit. 19.2.2022]. Dostupné z: <https://www.ceskestavby.cz/clanky/co-je-komunitni-zahrada-a-jak-ji-zalozit-26294.html>

POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA ČR. *Pravidla pro udělení značky „Český výrobek – garantováno Potravinářskou komorou ČR“*. FOODNET Informační systém PK ČR [online]. 2014 [citováno 22.2.2022]. Dostupné z: <https://www.foodnet.cz/index.php/cs/cesky-vyrobek-garantovano-pk-cr>

PROCHÁZKOVÁ, Kamila; NOVOTNÁ, Blanka. *Environmentální význam lokálních a sezónních potravin: příručka k projektu Věda do škol*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta, 2013. ISBN 978-80-7290-764-9.

RENTING, Henk, Markus SCHTEMER a Adanella ROSSI. Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*. 2012. Paris, France, 19(3), s. 289–307.

RENTING, H., T. K. MARSDEN, J. BANKS. Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role Short Food Supply Chains in Rural Development. *Environment and Planning*. str. 393-411.

SKLIZENO – OPRAVDOVÉ JÍDLO. *O nás*. Sklizeno – opravdové jídlo [online]. [citováno 19.2.2022]. Dostupné z: <https://www.sklizeno.cz/o-nas/kodex/>

SOMMARUGA, R. a ELDRIDGE, H.M. *Avocado Production: Water Footprint and Socio-economic Implications*. *EuroChoices*, 2021, vyd. 20: str. 48-53.

SPIPKOVÁ, Jana a kol. *Alternativní potravinové sítě – česká cesta*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 9788024633077.

STÁTNÍ ZĚMĚDĚLSKÁ A POTRAVINÁŘSKÁ INSPEKCE. *Zpráva z výzkumu POTRAVINY A ČESKÝ SPOTŘEBITEL* [online]. SZPI, 2016 [citováno 28.2.2022]. Dostupné z: <https://www.szpi.gov.cz/clanek/tz-2016-vyzkum-cesky-spotrebitel-zadastejne-kvalitni-potraviny-jako-evropsky.aspx>

URBAN, Jiří a Bořivoj Šarapatka. *Ekologické zemědělství – Učebnice pro školy i praxi. Základy ekologického zemědělství*. Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2003. ISBN: 80-7212-274-6.

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Kam pro bedýnky* [online]. Bio-info.cz, 2010 [citováno 22.2.2022]. Dostupné z: [https://www.hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/typo3/Kam\\_pro\\_bedynky\\_aktualizace.pdf](https://www.hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/typo3/Kam_pro_bedynky_aktualizace.pdf)

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Jak úspěšně vytvořit a provozovat systém „biobedýnek“* [online]. Ministerstvo zemědělství České republiky, 2008 [citováno 23.2.2022]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/2631648-Jak-uspesne-vytvorit-a-provozovat-system-biobedynek.html>

VALEŠKA, Jan. *Komunitou podporované zemědělství: cesta k partnerství mezi spotřebitelem a zemědělcem*. Brno: ZO ČSOP Veronica ve spolupráci s PRO-BIO Ligou, 2013. ISBN 978-80-87308-27-1.

WEIBEL, Ch., T. OHNMACHT, D. SCHAFFNER a K. KOSSMANN. Reducing individual meat consumption: An integrated phase model approach. *Food Quality and Preference*. 2019, roč. 73, s. 8-18.

ZAGATA, Lukáš. 'We want farmers' markets!' Case study of emerging civic food networks in the Czech Republic. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 2012, 19.3, 347-364.

## 8 Přílohy

### Příloha č. 1. – Základní otázky pokládané v rozhovorech

1. Podle čeho vybíráte potraviny?
2. Díváte se na zemi původu potraviny?
3. Jak je pro Vás při výběru potravin důležitá země původu?
4. Jak hodnotíte kvalitu tuzemských a zahraničních potravin?
5. Vyhýbáte se potravinám z nějaké země?
6. Naopak je pro Vás nějaká země kvalitním producentem potravin?
7. Znamená pro Vás České – kvalitní?
8. Co pro Vás znamená pojem Lokální?
9. Potraviny, jakého původu a charakteru vyhledáváte?
10. Jaké jsou pro Vás kritéria kvality potravin?