

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Diplomová práce

**Alternativní formy produkce a spotřeby
potravin (případová studie farmářských trhů)**

Bc. Kristýna Pavelková

© 2019 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Kristýna Pavelková

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Alternativní formy produkce a spotřeby potravin (případová studie farmářských trhů)

Název anglicky

Alternative forms of food production and consumption (case study of farmers' markets)

Cíle práce

Obecným cílem práce je prozkoumat motivy spotřebitelů potravin, které vznikají v rámci tzv. alternativních potravních řetězců (mimo rámce zavedených konvenčních vztahů průmyslových producentů, velkých prodejců a masových spotřebitelů). Specifickým cílem práce je: (1) popsat okolnosti spojené se vznikem alternativních potravních řetězců (AFN), (2) zpřehlednit různé formy AFN a popsat jejich fungování v ČR, (3) prozkoumat a vysvětlit motivy spotřebitelů s ohledem na rozvoj farmářských trhů, (4) objasnit důsledky sledované formy spotřeby z hlediska udržitelnosti produkce a spotřeby potravin.

Metodika

Mapování alternativních potravních řetězců v České republice staví na sekundární analýze dostupných statistických pramenů. Navazující empirická studie je spojena s primárním výzkumem. Jeho objektem je vybraný příklad farmářského trhu. Data pro tuto případovou studii budou získána prostřednictvím kombinace různých technik (studium dokumentů, hloubkové rozhovory). Objektem studia budou vybraní spotřebitelé, případně producenti a organizátoři dle zaměření práce.

Doporučený rozsah práce

60-80 normostran

Klíčová slova

AFN, motivy, uvědomělá spotřeba, udržitelnost, etika

Doporučené zdroje informací

Aertsens, Joris, Wim Verbeke, Koen Mondelaers, Guido Van Huylenbroeck. 2009. Personal determinants of organic food consumption: a review. *British food journal* 111(10), 1140-1167.

Barnett, Clive, Philip Cafaro, Terry Newholm. 2005. *Philosophy and Ethical Consumption in The Ethical Consumer* (R. Harrison, T. Newholm, D. Shaw eds.). London: Sage.

Beck, Ulrich. (1986) 2004. *Riziková společnost: na cestě k jiné modernitě*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Kohák, Erazim. 1998. *Zelená svatozář: kapitoly z ekologické etiky*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Librová, Hana. 2003. *Vlažní a váhaví: kapitoly o ekologickém luxusu*. Brno: Doplněk.

Librová, Hana. 2008. The Environmentally Friendly Lifestyle: Simple or Complicated? *Sociologický časopis.Czech Sociological Review* 44 (6): 1111-1128.

Reed, Matthew. 2010. *Rebels for the soil. The rise of the global organic food and farming movement*. London, UK: Earthscan.

Zagata, Lukáš. 2012. 'We want farmers' markets!' Case study of emerging civic food networks in the Czech Republic. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*,19(3), 347-364.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

Ing. Lukáš Zagata, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 16. 2. 2016

doc. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 17. 2. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 27. 03. 2019

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Alternativní formy produkce a spotřeby potravin (případová studie farmářských trhů)“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové 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 diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. 3. 2019

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Mgr. Ing. Lukášovi Zagatovi, Ph.D. za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování diplomové práce.

Alternativní formy produkce a spotřeby potravin (případová studie farmářských trhů)

Souhrn

Tématem diplomové práce jsou „Alternativní formy produkce a spotřeby potravin (případová studie farmářských trhů)“. Práce je rozdělena do dvou částí, na část teoretickou a část praktickou.

Teoretická část popisuje jednotlivé teorie alternativních potravinových sítí (AFN). Jsou zde postupně charakterizovány jednotlivé typy AFN a je popsáno, jak vznikly, jak se vyvíjely a jak momentálně fungují v České republice. Největší důraz je kladen na představení farmářských trhů jako jednoho z typů alternativních potravinových sítí. Je popsán jejich vznik, vývoj, charakteristika a význam do budoucna.

Navazující praktická část je rozdělena do dvou částí. V první části je popsáno fungování trhů v České republice s důrazem na představení farmářských trhů v Praze. Je zde charakterizován vybraný farmářský trh společně s účastníky studie. Následně však přechází do své analytické části, kde uplatňuje metody případové studie. Pomocí hloubkových rozhovorů zkoumá motivy a očekávání současných zákazníků farmářských trhů a následně zhodnocuje přínosy a roli trhů v současnosti.

Klíčová slova: alternativní potravinové sítě, farmářské trhy, motivy, přímý prodej, kvalita potravin, udržitelnost, Česká republika, kvalitativní výzkum, případová studie

Alternative forms of food production and consumption (case study of farmers' markets)

Summary

This diploma thesis deals with the topic of alternative forms of food production and consumption. The thesis consists of two parts, a theoretical and practical part.

The theoretical part describes individual theories of alternative food networks (AFN). There are characterized individual types of alternative food networks and we can find information about their origin, development and how they currently work in the Czech republic. The main emphasis is placed on the introduction of farmers' markets in the Czech republic as one of the types of alternative food networks. The thesis describes their origin, development, characteristics and sustainability in the future.

The following practical part is divided into two parts. The first one describes the functioning of farmers' markets in the Czech Republic with an emphasis on the introduction of farmers' markets in Prague. The selected farmers' markets are characterized here along with the study participants. Subsequently, there is an analytical part where case study methods are applied. Through in-depth interviews, it explores the motivation and expectations of current farmers' markets customers and then assesses the benefits and the role of markets today.

Keywords: alternative food networks, farmers' markets, motivation, direct sales, food quality, sustainability, the Czech Republic, qualitative research, case study

OBSAH

OBSAH	9
1 ÚVOD.....	12
2 METODIKA A CÍL PRÁCE	14
2.1 Cíl práce	14
2.2 Metodika	14
3 TEORETICKÁ ČÁST.....	16
3.1 Udržitelnost produkce a spotřeby potravin.....	17
3.1.1 Udržitelný rozvoj a jeho principy	17
3.1.2 Zero waste	19
3.2 Konvenční vs. udržitelné zemědělství.....	20
3.2.1 Ekologické zemědělství	21
3.2.2 Biopotraviny	24
3.3 Alternativní potravinové systémy	27
3.3.1 Krátké potravinové dodavatelské řetězce	27
3.3.2 Alternativní potravinové sítě	29
3.3.3 Občanské potravinové sítě	33
3.4 Alternativní potravinové systémy v ČR.....	35
3.4.1 Prodej ze dvora	35
3.4.2 Bedýnkování	36
3.4.3 Komunitou podporované zemědělství	37
3.4.4 Farmářské obchody.....	43
3.4.5 Farmářské trhy	45
4 PRAKTICKÁ ČÁST	52
4.1 Provoz a kontrola farmářských trhů.....	52
4.1.1 Kodex farmářských trhů	52
4.1.2 Státní veterinární správa ČR.....	53
4.1.3 Státní zemědělská a potravinářská inspekce	56
4.1.4 Česká obchodní inspekce.....	57

4.2	Farmářské trhy na území ČR	58
4.2.1	Asociace farmářských tržišť ČR.....	58
4.2.2	Kodex Asociace farmářských tržišť.....	59
4.2.3	Členové Asociace farmářských tržišť ČR.....	61
4.2.4	Zapsaný spolek Archetyp.....	61
4.3	Farmářské trhy v Praze.....	62
4.3.1	Typologie farmářských trhů v Praze.....	62
4.3.2	Přehled nejznámějších farmářských tržišť v Praze.....	63
4.4	Farmářské tržiště Heřmaňák.....	70
4.4.1	Sortiment trhu Heřmaňák.....	74
4.5	Empirický výzkum.....	78
4.5.1	Představení účastníků výzkumu.....	78
4.5.2	Úvod rozhovoru, přínos farmářských trhů a zkušenosti s nimi	80
4.5.3	Frekvence nákupu na trzích, získávání informací o konání trhu a motivy vedoucí k nákupu na trhu.....	83
4.5.4	Očekávaný sortiment na trhu	85
4.5.5	Vnímání kvality výrobků na trzích	87
4.5.6	Farmářské trhy a ekologie.....	90
4.5.7	Role farmářských trhů ve společnosti.....	92
4.5.8	Další alternativy nákupu a případné změny v rámci farmářských trhů	94
5	VÝSLEDKY A DISKUZE	96
6	ZÁVĚR	101
7	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	105
8	PŘÍLOHY.....	112

Seznam obrázků

Obrázek 1:	Pyramida Zero waste.....	19
Obrázek 2:	Zásady ekologického zemědělství.....	22
Obrázek 3:	Cíle ekologického zemědělství	23
Obrázek 4:	Schéma Zdravá půda-zdravé potraviny-zdraví lidé	24

Obrázek 5: Značení BIO v ČR – znak biozebry	26
Obrázek 6: Značení BIO v EU	26
Obrázek 7: Farmářské trhy konané v České republice v roce 2015	48
Obrázek 8: Logo člena AFT ČR	58
Obrázek 9: Farmářské trhy na Náplavce.....	65
Obrázek 10: Farmářské trhy Jiřák.....	65
Obrázek 11: Farmářské trhy Anděl.....	66
Obrázek 12: Farmářské trhy na Kulatáku	67
Obrázek 13: Karlínské farmářské trhy	67
Obrázek 14: Farmářské, řemeslné a sousedské trhy Prahy 1	68
Obrázek 15: Malé trhy Hradčanská	69
Obrázek 16: Farmářské trhy Kubánské náměstí	69
Obrázek 17: Umístění trhu Heřmaňák	70
Obrázek 18: Data konání farmářského tržiště Heřmaňák.....	71
Obrázek 19: Jaké obaly si s sebou přinést?.....	72
Obrázek 20: Farmářský trh Heřmaňák.....	73
Obrázek 21: Farmářský trh Heřmaňák - doprovodný program a občerstvení	73

Seznam tabulek

Tabulka 1: Typologie AFN.....	31
Tabulka 2: Farmářské trhy v Praze	63

Seznam grafů

Graf 1: Věková struktura dotazovaných	79
Graf 2: Pohlaví respondentů	79
Graf 3: Příjmy v Kč (čistý příjem).....	80
Graf 4: Frekvence nákupu na trhu	83

1 ÚVOD

Již od nepaměti měli lidé vytyčené místo, kterému říkali trh. Na tomto místě docházelo ke směně či prodeji výrobků farmáři či řemeslníky, kteří si tak vydělávali na svoji obživu. Rozvoj trhů pokračoval dlouhá staletí, byl ale zastaven jiným trendem – trendem supermarketů, hypermarketů, večerek a dalších obchodů. Lidé již nechodili pro potraviny na trh, místo toho se vydali do supermarketu, kde našli všechno potřebné pohromadě. Oblíbenost tohoto trendu je velmi snadno vysvětlitelná. Dnešní spotřebitel nemá čas trávit celé odpoledne nákupem na trhu, proto raději volí supermarket, kde nakoupí vše potřebné během chvilky. Dalším faktorem, který nahrává trendu supermarketů, je cena. Dnešní spotřebitelé chtějí utratit za potraviny co nejméně, již si však neuvědomují, že s klesající cenou produktu klesá i jeho kvalita. Zákazník se tak stává obětí systému, který mu nutí méně kvalitní, chemicky ošetřené, nelokální potraviny, často dovážené až z druhého konce světa.

Nekvalitní potraviny se staly jedním z mnoha důvodů vzniku alternativních potravinových sítí v České republice. Někteří spotřebitelé již měli dost klamání a chtěli mít zpátky ve svém jídelníčku potraviny od lokálních farmářů, o kterých by mohli s přesvědčením říct, že ví, odkud pochází, jak byly vypěstovány, kým byly vypěstovány a co obsahují. Touha po potravinách alternativní kvality pomohla i zrodu farmářských trhů v České republice tak, jak je známe v dnešní době. V současnosti se farmářské trhy těší velké oblibě. Farmářský trh můžeme najít ve všech větších městech, skoro v každé městské části i menších obcích. Spotřebitelé si zvykli nakupovat na farmářských trzích především ovoce, zeleninu, vejčička, maso, pečivo či mléčné výrobky.

Farmářské trhy nejsou jedinou alternativní potravinovou sítí, která je u nás oblíbená. Své zákazníky si našel i systém bedýnkování, komunitou podporované zemědělství či farmářské obchody. Jsou to právě farmářské obchody, které se budou do budoucna pravděpodobně těšit větší a větší popularitě. S farmářskými trhy jsou totiž spojené problémy kolem střídání farmářů a těžší kontrola nových potravin, což ovlivňuje kvalitu prodávaných potravin na trhu. S těmito problémy se farmářské obchody nemusí tolik potýkat, protože tam nedochází k tak častému střídání dodavatelů biopotravin.

V České republice je trend farmářských trhů poměrně nový, proto nemůžeme s jistotou říct, kam se jejich budoucnost bude ubírat. Možná se stanou pravidelným místem nákupu spotřebitelů, ale je také možné, že v budoucnu se jejich rozvoj omezí, či úplně zmizí, a farmářské trhy se tak stanou jen etapou, kdy začalo spotřebitelům docházet, že cena potravin není vše a že je třeba u potravin požadovat i určitou kvalitu a lokálnost.

Téma diplomové práce zní Alternativní formy produkce a spotřeby potravin a blíže se zaměří na fenomén farmářských trhů, kdy bude blíže prozkoumán vybraný trh v lokalitě Prahy. Pro analýzu byl vybrán trh Heřmaňák, který se nachází na Praze 7 a je specifický svým přístupem k odpadům. Jedná se totiž o první trh bez igelitových tašek a mikrotenových sáčků na území České republiky.

Práce je klasicky rozdělena do dvou částí, na teoretickou a praktickou část. V teoretické části je na základě prostudování dostupné odborné literatury představena problematika alternativních potravinových sítí a farmářských trhů v České republice celkově. V druhé části jsou analyzována sesbíraná data z vybraného trhu Heřmaňák a je zde vyhodnocen přínos a budoucnost farmářských trhů v České republice. Součástí praktické části jsou zpracované zprávy z deseti rozhovorů, které byly prováděny s návštěvníky farmářského trhu Heřmaňák. Tyto zprávy nám přibližují motivy spotřebitelů pro nákup v rámci farmářských trhů.

2 METODIKA A CÍL PRÁCE

2.1 Cíl práce

Obecným cílem práce je prozkoumat motivy spotřebitelů potravin, které vznikají v rámci tzv. alternativních potravních řetězců (mimo rámce zavedených konvenčních vztahů průmyslových producentů, velkých prodejců a masových spotřebitelů).

Specifickým cílem práce je:

1. Popsat okolnosti spojené se vznikem alternativních potravních řetězců (AFN)
2. Zpřehlednit různé formy AFN a popsat jejich fungování v ČR
3. Prozkoumat a vysvětlit motivy spotřebitelů s ohledem na rozvoj farmářských trhů
4. Objasnit důsledky sledované formy spotřeby z hlediska udržitelnosti produkce a spotřeby potravin

2.2 Metodika

Diplomová práce je rozdělena do dvou částí, do části teoretické a do části praktické. Teoretická část představuje výstupy z literární rešerše a zabývá se tématy nutnými pro pochopení teoretických východisek, která budou dále zkoumána v praktické části práce. Je založena na analýze odborné literatury, tematických článků a zákonů vztahujících se k tématu ekologického zemědělství, biopotravin a alternativních potravinových sítí (AFN). Jsou zde popsány různé teorie alternativních potravinových sítí s důrazem na představení jednotlivých typů AFN. Největší pozornost je kladena na popsání vzniku, vývoje a fungování těchto sítí v České republice. V poslední části jsou pak do detailu charakterizovány farmářské trhy v České republice jako jeden z typů alternativních potravinových sítí. Teoretická část čerpá jak z české, tak ze zahraniční literatury, která pojednává o daných tématech.

Navazující praktická část je spojena s primárním studiem a je založena na kvalitativním postupu výzkumu. Provedená případová studie se zabývá fenoménem farmářských trhů v České republice, jejich fungováním a vývojem. Pomocí důkladného studia dokumentů popisuje farmářské trhy jako jednu z forem alternativních potravních řetězců. Nejvíce se zaměřuje na fungování farmářských trhů na území Hlavního města

Prahy a konkrétně přibližuje jeden vybraný farmářský trh na tomto území. Případová studie je doplněna o zpracované zprávy z deseti rozhovorů se spotřebiteli, kteří chodí na vybraný farmářský trh nakupovat. Tyto zprávy nám přibližují motivy spotřebitelů pro nákup v rámci alternativních potravinových systémů. Vzorek spotřebitelů pro tyto rozhovory byl zvolen náhodným výběrem, při výběru byl však kladen důraz na obsažení různých věkových kategorií. Zpracovaná data obsažená ve zprávách z rozhovorů byla vytvořena na základě předem připravených otázek a podotázek. Odpovědi spotřebitelů byly zapisovány ve formě detailních terénních poznámek z rozhovoru. Získaná data byla zpracována dle standardních postupů kvalitativní analýzy.

Účelem provedených rozhovorů bylo zjistit motivy spotřebitelů pro nákup na farmářských trzích a celkově jejich přístup k udržitelné spotřebě potravin. Rozhovory měly objasnit důvody, proč čeští spotřebitelé začali upřednostňovat nákupy v rámci alternativních potravinových sítí oproti nákupu v konvenčních supermarketech.

Provedené rozhovory jsou kvalitativního typu. Před provedením rozhovoru byla stanovena oblast témat a na základě těchto témat byly vytvořeny jednotlivé otázky. Rozhovory probíhaly v rámci farmářských trhů, v případě hezkého počasí se konaly přímo na trhu, jinak byly prováděny v nedaleké kavárně. Dotazovaní respondenti byli dopředu seznámeni s účelem výzkumu a byli ujištěni o dodržení diskrétnosti a anonymity v rámci výzkumu. Průběh rozhovoru byl zaznamenáván podrobně vedenými poznámkami. Délka jednotlivých rozhovorů byla přibližně od 20 do 30 minut.

3 TEORETICKÁ ČÁST

Teoretická část je rozdělena do několika podkapitol, které postupně představují téma farmářských trhů a alternativních potravinových systémů v České republice celkově. Prvním tématem teoretické části je udržitelnost produkce a spotřeby potravin. Myšlenka udržitelnosti byla velmi důležitá pro vznik podpory pěstování a distribuce potravin na místní úrovni. Díky tomu mohly začít vznikat alternativní potravinové sítě včetně farmářských trhů, které pomáhaly místním farmářům distribuovat své produkty. V rámci kapitoly udržitelnosti je zmíněn i trend poslední doby, takzvaný zero waste. Pochopení tohoto pojmu je dle mého názoru u farmářských trhů důležité, protože obchod na místní úrovni by měl být založen na minimálním plýtvání potravinami a na snaze vyvarovat se zbytečné produkci odpadu. Farmářské trhy se navíc stávají místem osvěty, kde mají principy ekologie, udržitelnosti a minimálního plýtvání velmi důležité místo.

Další podkapitola je zaměřena na porovnání konvenčního a ekologického zemědělství, které staví na myšlence udržitelnosti. Představení tématu ekologického zemědělství je důležité pro pochopení, odkud farmářské potraviny v alternativních potravinových systémech pocházejí a jaké jsou nároky na jejich pěstování. Je zde také zmíněna problematika biopotravin, jelikož biopotraviny bývají často zaměňovány s farmářskými potravinami. Na farmářských trzích se můžeme setkat jak s farmářskými potravinami, tak s biopotravinami. Z tohoto důvodu považuji za důležité si tyto dva pojmy rozlišit. Biopotraviny musí splňovat přísná kritéria, která jsou i několikrát do roka kontrolována. Oproti tomu farmářské potraviny zákonem opatřeny nejsou, proto si při nákupu musíme dávat větší pozor na původ či kvalitu potravin.

V další podkapitole jsou představeny alternativní potravinové systémy v České republice, jejich charakteristika, typologie, pozitiva jednotlivých systémů či jejich rozvoj v České republice. Největší důraz je kladen na představení tématu farmářských trhů, jejich vývoj a předpoklady do budoucna.

3.1 Udržitelnost produkce a spotřeby potravin

Dnešní společnost se potýká s mnoha problémy. Jedním z nich, který je jí hojně vytýkán, je její konzumnost. Lidé po uspokojení určité potřeby chtějí stále víc, a jejich spotřeba tak stoupá. Dochází k nesmyslnému plýtvání jídlem, zbytečnému nakupování věcí, které jedinec nepotřebuje, či stále zvyšující se produkci odpadů. Tento životní styl je dlouhodobě neudržitelný, a právě z tohoto důvodu se začíná stále více prosazovat myšlenka udržitelné produkce a spotřeby potravin.

Udržitelná produkce a spotřeba potravin se vyznačuje používáním výrobků a služeb, které uspokojují základní potřeby společnosti, zároveň se však snaží o minimalizaci spotřeby přírodních zdrojů, použití toxických látek a produkci odpadů v průběhu celého životního cyklu výrobku či služby tak, aby nebylo ohroženo uspokojování potřeb budoucích generací. V rámci udržitelnosti se řeší i návrat k obchodu na místní úrovni, který zatěžuje okolní prostředí mnohem méně, a dochází tak i k podpoře místních farmářů. Právě z těchto důvodů se udržitelnost produkce a spotřeby potravin řadí mezi základní podmínky pro dosažení udržitelného rozvoje. (Bačík, Hlaváček, 2005)

3.1.1 Udržitelný rozvoj a jeho principy

S myšlenkou udržitelného rozvoje přišla společnost poté, co se představy o neomezeném růstu, založeném na nevyčerpatelných zdrojích přírody a technickém pokroku, ukázaly jako naprosto nereálné. Odpovědí na vyčerpatelnost a poškozitelnost zdrojů přírody se stal udržitelný rozvoj, jehož myšlenka byla poprvé zmíněna v roce 1972 v knize Meze růstu od D. Meadowse a W. Behrense. (Maier, 2008, s. 7)

Definice podle Komise OSN pro životní prostředí a rozvoj (1987) popisuje udržitelný rozvoj jako *„takový rozvoj, který uspokojuje potřeby současnosti bez ohrožení potřeb budoucích generací uspokojovat jejich vlastní potřeby.“*

Více konkrétní definici přináší Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), která definuje udržitelný rozvoj jako *„dynamickou rovnováhu mezi ekonomickými, sociálními a environmentálními aspekty vývoje v podmínkách globalizace,*

resp. jako ekonomicky efektivní, sociálně únosný a environmentálně šetrný rozvoj ve všech oborech lidské činnosti.“

Pro hlubší pochopení myšlenky udržitelného rozvoje je potřeba uvést si i jeho hlavní principy, které celý koncept přibližují více konkrétně. Podle „Strategie udržitelného žití“, kterou v roce 1991 vydaly společně IUCN, UNEP a WWF¹, jsou základní principy udržitelného rozvoje následující:

- úcta ke společenství života a péče o ně;
- zlepšování kvality lidského života;
- ochrana vitality a rozmanitosti Země;
- dodržování mezi únosnosti Země;
- změna osobních přístupů a praktik;
- poskytování možností obcím (komunitám) pečovat o jejich vlastní životní prostředí;
- budování národních struktur pro integraci rozvoje a ochrany;
- vytvoření globální aliance na podporu udržitelnosti.

V nejšířším smyslu tedy můžeme říct, že strategie udržitelného rozvoje je zaměřená na prosazování harmonie mezi lidskými bytostmi a mezi lidstvem a přírodou celkově. (Nováček, 2012, s. 217)

Pilíře udržitelného rozvoje

- Ekologický pilíř
- Sociální pilíř
- Ekonomický pilíř

Z definic udržitelného rozvoje se odvozují tři pilíře udržitelnosti. Pro naplňování lidských potřeb je nejvíce důležitý ekonomický pilíř. Ten však pro své fungování potřebuje přírodní zdroje a zdravé prostředí, které mu poskytuje ekologický pilíř. Dále jsou poté oba pilíře zasazeny do prostředí společnosti a jejích institucí. To nám vytváří propojený systém

¹ IUCN = Světový svaz ochrany přírody; UNEP = Program OSN pro životní prostředí; WWF = Světový fond pro přírodu

udržitelného rozvoje, kde by vše mělo mít podobnou hodnotu a váhu. (Maier, 2012, s. 14-15)

3.1.2 Zero waste

Zero waste je výraz z angličtiny, který v překladu znamená „nulový odpad“ či „nulové plýtvání“. Jedná se o teorii, jejíž myšlenka se rozmohla v poslední době, kdy si někteří spotřebitelé a producenti začali uvědomovat, že momentální situace, kdy každý rok vyprodukuje obrovské množství odpadů, je do budoucna neudržitelná. Cílem této filosofie je postupné snižování odpadů, kdy dochází k opětovnému využití všech zdrojů, a žádný odpad tedy není poslán na skládky ani do spaloven. (bezpopelnice, 2017)

Základem pro fungování této teorie je přijetí zodpovědnosti za svůj vyprodukovaný odpad a přemýšlení nad tím, co kupují. Cíl „být na nule“ je prozatím neproveditelný, proto se ideálem stává se té nule alespoň přiblížit a skládkovat maximálně 10% zbytkového odpadu. (bezpopelnice, 2017)

Zero waste se řídí pěti pravidly, kterými jsou Odmítnout, Omezit, Znovu použít, Zrecyklovat, Zkompostovat. Toto schéma nám ukazuje Obrázek č. 1.

Obrázek 1: Pyramida Zero waste



Zdroj: bezpopelnice.cz

- Odmítnout (Refuse) – Základem je odmítnout odpad, vůbec si ho nepouštět do domu a přemýšlet nad tím, co kupují. Otázky, které bychom si při nákupu měly klást, jsou: Doopravdy to potřebuji? Má to obal? Z jakého materiálu? Je to znovu využitelné? Je to recyklovatelné? Je to kompostovatelné?

- Omezit (Reduce) – Dalším důležitým předpokladem je omezit to, co nemohu odmítnout. Základní otázkou je: Odpovídá množství a velikost (toho, co mám, pořizuji a spotřebovávám) mým potřebám? Opravdu toho potřebuji tolik?
- Znovu použít (Reuse) – Cílem je maximalizovat využití daného produktu a šetřit energie, které by musely být vynaloženy při recyklaci. Toho lze dosáhnout například nákupem opakovaně využitelných produktů místo jednorázových produktů, navracením obalů, které mohou být znovu použity, nákupy z druhé ruky, opravováním věcí či využitím věcí pro jiné účely, než pro které byly původně vyrobeny.
- Zrecyklovat (Recycle) – Recyklace je až na předposledním místě pyramidy, to nám má ukázat, že o recyklaci nám v tomto životním stylu nejde. Recyklujeme až to, co nelze odmítnout, omezit nebo znovu použít.
- Zkompostovat (Rot) – Kompostování je důležitou složkou této filosofie, protože bioodpad tvoří velký podíl toho, co vyhazujeme. Nejjednodušší a nejekologičtější způsob, jak se bioodpadu zbavit, je kompostování, kompost totiž můžeme dále využít. (bezpopelnice, 2017)

Zero waste není jen trendem poslední doby. V budoucnu se tento životní styl stane nutností každého spotřebitele a producenta, protože momentální zacházení s odpady a surovinami není dlouhodobě udržitelné. To si uvědomují i organizátoři farmářských trhů, kteří se v poslední době začali zaměřovat na omezování odpadů v rámci tržišť.

3.2 Konvenční vs. udržitelné zemědělství

Konvenčním zemědělstvím je myšleno klasické neboli intenzivní zemědělství. Je pro něj typická vysoká mechanizace, pěstování monokultur a používání syntetických vstupů, jako jsou chemická hnojiva a pesticidy. (Eicher, 2003, s. 11)

Konvenční zemědělství se zaměřuje na maximalizaci produkce a zisku bez velkého ohledu na životní prostředí. K tomuto účelu existuje šest hlavních pilířů, které mají napomáhat právě k vyšším ziskům a produkování maximálního množství produkce. Jedná se o intenzivní obdělávání, monokultury, závlahy, aplikaci průmyslových hnojiv, genové manipulace či chemickou ochranu rostlin. (Urban, Šarapatka, 2003, s. 15)

Oproti tomu udržitelné zemědělství si zakládá na způsobu hospodaření, jehož cílem je zachování životního prostředí a zároveň respektování přirozených vztahů, které vznikly mezi člověkem a přírodou. Systém udržitelného zemědělství klade důraz na podporování zemědělské činnosti, která kladně přistupuje ke zvířatům, rostlinám, půdě a celkově přírodě bez použití umělých hnojiv, postřiků, hormonů a jiných umělých látek. Způsob tohoto hospodaření je velice pokrokovou záležitostí stavějící na tisíciletých zkušenostech našich předků a respektující přirozené závislosti a koloběhy v přírodě. Díky tomuto přístupu je reálně možné produkovat vysoce kvalitní a hodnotné potraviny. Z principů udržitelného zemědělství vychází i zemědělství ekologické. (eAgri.cz, 2016)

3.2.1 Ekologické zemědělství

Systém ekologického zemědělství je ošetřen v legislativě. Zákon č. 242/2000 Sb. popisuje ekologické zemědělství jako *“druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat”*. (Zákon č. 242/2000 Sb.)

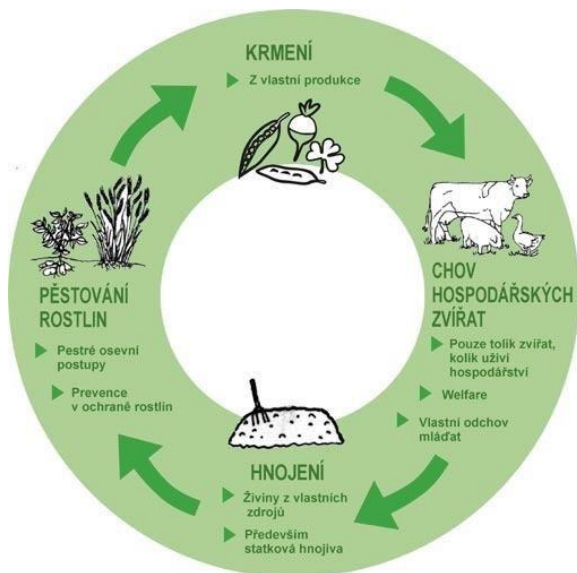
V systému ekologického zemědělství je velice důležitá trvalá udržitelnost. Proto je podstatné, aby ekologické zemědělství našlo optimální poměr mezi environmentálními potřebami a ziskem. Z tohoto důvodu musí ekologické zemědělství splňovat několik zásad.

Zásady ekologického zemědělství:

- ekologické zemědělství musí mít co nejmenší negativní vliv na životní prostředí;
- ekologické zemědělství musí chránit a zároveň obnovovat půdu a zabraňovat tomu, aby docházelo k erozi;
- ekologické zemědělství musí využívat vodní zdroje udržitelným způsobem tak, aby bylo možné obnovovat zásoby kvalitní vody, ale zároveň tak, aby byly uspokojovány potřeby společnosti;
- ekologické zemědělství musí spoléhat zejména na zdroje pocházející zevnitř agroekosystému, využívat koloběhu prvků v tomto systému a také využívat své ekologické znalosti;

- ekologické zemědělství musí chránit celkovou biodiverzitu, jak ve využívané venkovské krajině, tak také celkově v přírodním prostředí. (Šarapatka, Urban, 2003, s. 19)

Obrázek 2: Zásady ekologického zemědělství



Zdroj: Urban, Šarapatka, s. 23

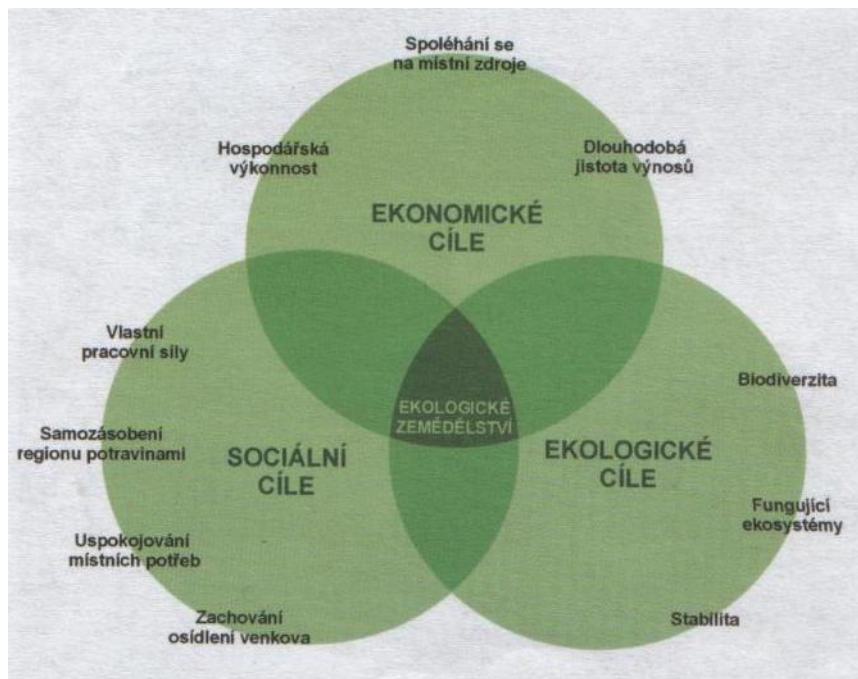
Z podmínek, které musí ekologické zemědělství dodržovat, vycházejí i jeho cíle. Ekologické zemědělství si neukládá za úkol pouze trvalou udržitelnost, ale také je pro něj velice podstatné omezení či úplné vymýcení používání průmyslových hnojiv a pesticidů.

Cíle ekologického zemědělství:

- udržování a zlepšování úrodnosti půdy a co nejvíce možné využívání uzavřených koloběhů látek;
- neznečišťování životního prostředí zemědělskou činností;
- naprosté minimalizování používání neobnovitelných surovin a fosilních energií, zachování přírodních ekosystémů v krajině a ochrana přírody a její diverzity;
- zanechání používání rychle rozpustných hnojiv a chemicko-syntetických pesticidů;
- vytvoření vhodných podmínek pro hospodářská zvířata, které odpovídají jejich fyziologickým potřebám a humánním a etickým zásadám;

- produkování kvalitních potravin s vysokými nutričními hodnotami. (Dvorský, Urban, 2014, s. 10)

Obrázek 3: Cíle ekologického zemědělství



Zdroj: Šarapatka, Urban, 2003, s. 25

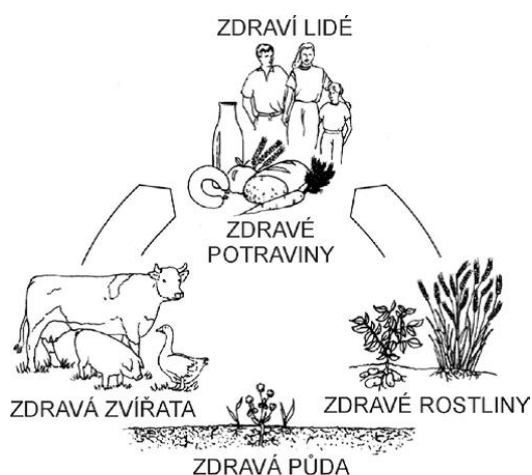
Pozitiva ekologického zemědělství:

- ekonomická výhodnost z dlouhodobého hlediska;
- ochrana životního prostředí a biodiverzity;
- ochrana zdrojů podzemních vod a snížení znečištění povrchové vody;
- úspora energie a neobnovitelných zdrojů;
- snížení nadprodukce;
- zlepšení kvality potravin a zdravotního stavu populace;
- udržení přírodního rázu krajiny a stability osídlení. (Šarapatka, Urban, 2006, s. 30-31)

Z výše uvedeného je jasné, že ekologické zemědělství je vhodnější i trvale udržitelnější než konvenční zemědělské metody, což nám vyjadřuje schéma Zdravá půda-zdravé potraviny-zdraví lidé. Velmi dobrý vliv má ekologické zemědělství i na druhovou

rozmanitost neboli diverzitu. Dle studií je druhová rozmanitost asi o 30 % vyšší v oblastech, kde jsou používány metody ekologického zemědělství. Oproti tomu konvenční zemědělství přispívá k vyšší početnosti škůdců v obhospodařované oblasti. Proto je ekologické zemědělství vhodným prostředkem, jak druhovou rozmanitost chránit a rozvíjet. (Bengrsson, Ahnström, Weibull, 2005, s. 261-269)

Obrázek 4: Schéma Zdravá půda-zdravé potraviny-zdraví lidé



Zdroj: Šarapatka, Urban, 2003, s. 21

3.2.2 Biopotraviny

„Bioprodukt je podle zákona o ekologickém zemědělství surovina rostlinného nebo živočišného původu, získaná v ekologickém zemědělství a určená na základě osvědčení k výrobě biopotravin. Biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními předpisy, na něž bylo vydáno osvědčení o biopotravině.“ (Moudrý, Prugar, 2002, s. 5)

Kvalita potravin

Kvalita potravin neboli jakost je souhrn vlastností výrobku, které jsou podstatné pro plnění funkce, k níž byl výrobek určen. Hlavní zásady, které by každá potravina měla splňovat, jsou především:

- potravina nesmí být nijak zdravotně závadná;
- potravina musí splňovat potřebnou biologickou hodnotu;
- potravina nesmí vzbuzovat odpor;
- potravina nesmí být neznámého původu;
- při výrobě a úpravě potravin se smí používat přídatné látky, barviva či konzervanty, ale pouze za podmínek stanovených platnými předpisy;
- veškeré potraviny, které jsou dováženy do České republiky, musí vyhovovat předpisům země.

Obecně je kvalita dána mírou uspokojení potřeb konzumenta. Potraviny jsou předmětem denní spotřeby, proto se jejich kvalita posuzuje podle více faktorů, jako je hygienická jakost, nutriční jakost, senzorická jakost, technologická jakost či ekologická jakost. (Červenka, Kovářová, 2005, s. 27)

Značení biopotravin

Biopotraviny jsou produkty s přidanou environmentální hodnotou. To znamená, že v ceně potraviny je zahrnuta také péče ekologických zemědělců o životní prostředí v okolí polí, farem apod. Právě proto je velmi důležité biopotraviny nějak označit, aby bylo snadné je odlišit od ostatních potravin.

Značení v České republice

České biopotraviny jsou chráněné zákonem. Každý výrobek, který má v názvu bio, musí být produktem ekologického zemědělství. V České republice musí biopotraviny ještě nést typický grafický znak tzv. biozébry. Ten značí, že potravina byla vyrobena podle zákonem stanovených zásad, které přispívají k tomu, aby byla zemědělská výroba šetrnější k životnímu prostředí a výsledné potraviny byly prospěšné pro lidský organismus.

Grafický znak biozébry musí být vždy doplněn o kód organizace, která provedla kontrolu, zda výrobek skutečně splňuje zákonem stanovené zásady. V současné době v České republice existují tři organizace, které kontrolují biopotraviny.

- ABCERT AG – používají kód CZ-BIO-002;

- BOKONT CZ, s.r.o. – používají kód CZ-BIO-003;
- KEZ, o.p.s. – používají kód CZ-BIO-001. (Country Life, s.r.o., 2010, s. 20)

Obrázek 5: Značení BIO v ČR – znak biozephy



Zdroj: Country Life, s.r.o.

Značení v Evropské unii

Od poloviny roku 2010 musí být biopotraviny, které byly vyprodukované v jednom z členských států Evropské unie, označeny jednotným evropským logem. Vedle tohoto loga je možné použití i dalších národních, soukromých či regionálních značek. To znamená, že biopotraviny vyprodukované v České republice musí nést jak logo biozephy, tak logo používané v Evropské unii. (Country Life, s.r.o., 2010, s. 21)

Obrázek 6: Značení BIO v EU



Zdroj: Country Life, s.r.o

3.3 Alternativní potravinové systémy

K narušení přirozeného vztahu mezi výrobcí potravin a spotřebiteli došlo již v období po druhé světové válce, kdy zemědělství prošlo masovou industrializací a kolektivizací. Největším problémem se stalo prodloužení distribučních cest, kdy suroviny nejprve putovaly ke zpracovatelským firmám, pak do velkoobchodů a až poté ke konečnému spotřebiteli. V posledních několika letech však dochází k znovuoživení vztahů mezi spotřebiteli a farmáři díky vzrůstajícímu zájmu o zdravé, lokální a čerstvé jídlo. Stále více lidí také začíná vyhledávat jiné cesty nákupu než v anonymních prostředích supermarketů a nákupních center. Odpovědí na nové požadavky spotřebitelů se tak staly různé teorie o alternativních potravinových systémech, které budou popsány v dalších kapitolách. (Spilková, 2016, s. 13)

3.3.1 Krátké potravinové dodavatelské řetězce

Dle Goodmana (2009) představují krátké potravinové dodavatelské řetězce (z anglického Short food supply chains, dále SFSC) znovu zakořenění, relokizaci a resocializaci potravinových systémů. Tyto řetězce představují institucionální vyjádření nově nastavených vztahů mezi výrobou a spotřebou.

SFSC jsou typické pro svou minimalizaci počtu zprostředkovatelů, přičemž naprostým ideálem je přímý kontakt mezi výrobcem a spotřebitelem bez dalších prostředníků, který umožňuje přímý prodej. Evropská komise (2013) popisuje SFSC jako systém, kde *„zahrnuté potraviny jsou poznatelné a vyhledatelné podle farmáře. Počet zprostředkovatelů mezi zemědělcem a spotřebitelem by měl být minimální nebo ideálně nulový.“*

Potraviny, které jsou v rámci SFSC dodávány, jsou lokálního či regionálního původu. Tento systém má velkou výhodu v tom, že se spotřebitel velmi snadno dozví o původu, způsobu výroby či složení potravin. Tato přidaná hodnota lokálních potravin vytváří vztah mezi farmářem a spotřebitelem a pomáhá utvořit důvěru mezi oběma stranami. (Evropská komise, 2013)

SFSC se dále rozděluje do třech skupin podle typu vztahů mezi spotřebitelem a farmářem.

Prodej tváří v tvář

Pro kategorii prodeje tváří v tvář (z anglického face-to-face) je typická přímá interakce mezi spotřebitelem a farmářem. Spotřebitelé nakupují výrobky přímo od výrobce a díky přímé komunikaci mezi oběma stranami vzniká autenticita a důvěra. Příkladem prodeje tváří v tvář jsou farmářské trhy, prodej u silnice, samosběr, farmářské obchody, bedýnková schémata či prodej ze dvora. (Renting, Marsden, Banks, 2003, s. 399-400)

Příležitostí do budoucna se rozhodně stane přímý prodej prostřednictvím internetu. Studie Canavan a spol. (2007) ale poukazuje na některé problematické aspekty prodeje na internetu. Diskutabilní je především online předávání informací a budování vzájemných vztahů mezi spotřebitelem a prodejcem na internetu. Na spotřebitele bude vyvíjen větší tlak k individuálnímu nastudování informací, které výrobce poskytne na webu. Problematickou se také může stát omezená možnost přímého dotazování, to především v případě, že by spotřebitel některým informacím nerozuměl. (Evropská komise, 2013)

Prostorově blízké krátké potravinové řetězce

Druhá kategorie SFSC je založena na blízkých vztazích a rozšiřuje svůj dosah i mimo přímou interakci. Pro prostorově blízké SFSC je běžná spolupráce mezi farmáři, kteří rozšiřují svůj sortiment výměnou svých produktů mezi farmářskými obchody či shromažďují jednotlivé výrobky pod regionální značkou. Je zřejmé, že rozšíření SFSC na delší vzdálenosti v prostoru a čase vyžaduje i vytvoření složitějšího institucionálního uspořádání. Tomu může pomáhat například vytváření komunit mezi spotřebiteli a farmáři či pořádání různých společenských událostí a veletrhů. (Renting, Marsden, Banks, 2003, s. 400)

Výrobky, prodávané v rámci prostorově blízkých SFSC, pocházejí z konkrétního regionu a spotřebitelé bývají seznámeni s jejich lokální povahou v místě prodeje. Příkladem této kategorie je komunitou podporované zemědělství, spotřební družstva, různé

tematické trasy jako vinné stezky, veletrhy, ale také restaurace, hospody, pekárny, lahůdky či řeznictví, která prodávají lokální potraviny. (Evropská komise, 2013)

Rozšířené krátké potravinové řetězce

Třetí kategorie SFSC přináší rozšíření vztahů mezi farmáři a spotřebiteli na vzdálenější trhy. Výrobky bývají spotřebitelům prodávány mimo oblast, odkud pocházejí, ve většině případů jsou produkty vyváženy na národní trhy, některé rozšířené SFSC však můžeme nalézt po celé zeměkouli. I v případě rozšířených SFSC by měl mít spotřebitel k dispozici veškeré informace o produktu. To bývá zajištěno skrze letáčky, etikety či použitím známky ochrany označení původu (PDO)² nebo známky chráněných zeměpisných označení (PGI).³ Příkladem rozšířených SFSC jsou různé regionální speciality, jako je víno z Champagne, sýr Parmigiano Reggiano či fair trade produkty jako káva či čaj. Tyto výrobky jsou skvělým příkladem pro přesah SFSC i na mezinárodní trhy. (Evropská komise, 2013)

3.3.2 Alternativní potravinové sítě

Další teorií, která se snaží popsat nové formy produkce a spotřeby potravin, jsou alternativní potravinové sítě. Pojem alternativní potravinové sítě (z anglického Alternative Food Networks, dále AFN) nám vyjadřuje nové či znovu objevené cesty, kterými se potraviny dostávají od výrobců ke spotřebitelům. Mezi tyto nové způsoby, jak dostat potraviny ke spotřebiteli, můžeme zařadit farmářské trhy, různé formy předplatného, jako je bedýnkování, prodej ze dvora či regionální potraviny. (Renting, Marsden, Banks, 2003, s. 394-400)

Vznik alternativních potravinových sítí bývá spojován se změnami produkce potravin ve druhé polovině 20. století. V té době docházelo k obrovskému vývoji v dovozu potravin. Tento fakt napomáhal překonávat řadu faktorů, které do té doby omezovaly zemědělství a potravinářství. Jednalo se především o sezónnost, klimatické podmínky či výkyvy počasí. V praxi to znamenalo, že spotřebitelé měli k dispozici jakékoliv ovoce či zeleninu bez ohledu na roční dobu či skutečnost, zda je možné ho v podmínkách dané

² Používá se pro regionální potraviny, z anglického Protection of Designated Origin

³ Z anglického Protected Geographical Indications

země vypěstovat. Exotické ovoce a zelenina se tak staly předmětem každodenní spotřeby, což přineslo problémy především pro místní výrobce, kterým se kvůli dovozu snižovaly zisky až za hranici životaschopnosti jejich podnikání. (Busch, 2010, s. 331-351)

Na druhé straně stáli spotřebitelé, kteří začali pochybovat o bezpečnosti konvenčních potravin pro lidský organismus a začali hledat cesty, jak se dostat k jídlu, které by odpovídalo jejich představám. Alternativní potravinové sítě se tak staly odpovědí na problémy obou stran.

Pozitiva alternativních potravinových sítí

V dnešní době stále více odborníků vyzdvihuje pozitivní dopady alternativních potravinových sítí a celkově konzumaci lokálních potravin. Mezi hlavní pozitiva AFN lze zařadit:

- Snižování food miles – snižuje se vzdálenost mezi výrobcem a spotřebitelem, kterou musí potraviny urazit.
- Využívání sezonních potravin – koncept foodshed – pokud obyvatelé určité oblasti uzpůsobí svůj jídelníček sezónně dostupným potravinám, mohou plně profitovat z nutričních hodnot, které jsou dostupné v těchto potravinách.
- Zlepšení osobních vztahů a důvěry mezi výrobcem a spotřebitelem – komunikace mezi prodejci na farmářských trzích a spotřebitelem lokální produkce má pozitivní vliv jak na osobní vztahy a důvěru, tak na znovuzakořnění oběhu potravin do sociálních vztahů.
- Regionální rozvoj venkova – poptávka po kvalitních a čerstvých produktech v biokvalitě napomáhá rozvoji farem na venkově a farmářských trhů ve městech.
- Návrat ke kvalitě – regionální produkty se posouvají k vrcholu tržního žebříčku, pro spotřebitele vyhledávající kvalitu nad kvantitou jsou tyto produkty exkluzivní a vyhledávané.
- Přechod k etickému a ekologickému stylu života – spotřebitelé vyhledávají potraviny, které jim přináší potěšení jak z etického, tak z ekologického hlediska. Tyto podmínky splňují potraviny od lokálních výrobců. (Spilková, 2016, s. 16-20)

Typologie alternativních potravinových sítí podle Venn a kol.

Alternativní potravinové sítě jsou již poměrně rozšířené a zahrnují velké množství iniciativ a aktivit. Z tohoto důvodu je důležité si je nějak kategorizovat. Venn a kol. (2006) ve své práci rozdělují alternativní potravinové sítě podle vztahů mezi výrobcí a spotřebiteli. Na základě různých analýz vymezují čtyři kategorie alternativních potravinových sítí.

Tabulka 1: Typologie AFN

Kategorie	Příklad
Výrobci jsou zároveň spotřebitelé	Komunitní zahrádky, komunitní centra, komunitní potravinová družstva, pozemková družstva
Partnerství výrobců a spotřebitelů	Komunitou podporované zemědělství
Iniciativy přímého prodeje	Farmářské trhy, bedýnkování, přímý prodej na farmě, výrobní družstva, mobilní prodejny s potravinami
Specializovaní maloobchodníci	Online prodejci potravin, specializovaní prodejci, turistické atrakce

Zdroj: Venn a kol., 2006

První kategorie popisuje schéma, kde jsou potraviny pěstovány a produkovány těmi, kteří je i spotřebují. Příkladem této kategorie jsou komunitní zahrádky, komunitní centra, pozemková družstva či komunitní potravinová centra. Druhá kategorie představuje partnerství mezi výrobcí a spotřebiteli. Rizika a přínosy zemědělství jsou v tomto partnerství sdílena na základě různých dohod na podílu. Příkladem je komunitou podporované zemědělství. Třetí kategorie zahrnuje farmářské trhy, bedýnkování, přímý prodej na farmě či mobilní prodejny s potravinami. V tomto případě se jedná o přímý prodej, kdy se eliminují různí zprostředkovatelé a farmáři prodávají zákazníkům přímo tvář v tvář či v případě bedýnkování prodávají zboží online. Poslední kategorie je tvořena různými specializovanými prodejci. Tito prodejci prodávají různé speciality, zboží s vysokou přidanou hodnotou či mohou být zaměřeni na prodej potravin turistům. (Venn a kol, 2006, s. 248-258)

Rozvoj alternativních potravinových sítí v České republice

Rozvoj alternativních potravinových sítí v České republice je spojen s několika faktory. Jedním z nich je například rostoucí počet skandálů, které provázely velké supermarkety a hypermarkety, jako posypová sůl v uzeninách, karcinogenní zelenina či další klamání zákazníků. Dalším důvodem byla nespokojenost zákazníků s anonymním prostředím supermarketů a jejich touha po znovuoobnovení vztahu mezi zákazníkem a výrobcem. Tyto a další faktory připravily půdu pro vznik alternativních potravinových sítí v České republice. (Spilková, 2016, s. 33)

Konkrétním typem AFN, který se v České republice začal masivněji rozvíjet, byly farmářské trhy. Již před vznikem farmářských trhů jsme se mohly s AFN v České republice setkat např. ve formě prodeje ze dvora, mlékomatů či různých prodejen se zdravou výživou. Avšak je třeba poznamenat, že až farmářské trhy strhly větší pozornost společnosti, která si pomalu začala uvědomovat výhody lokálních potravin. První farmářský trh se konal na podzim roku 2009 v Praze, skutečný boom však zažily farmářské trhy skoro až o rok později, a to na přelomu jara a léta roku 2010. Rozvoji farmářských trhů v České republice pomáhala především podpora městských částí, kde se trhy konaly a dotace, které vypisovalo Ministerstvo životního prostředí.

Na úspěch farmářských trhů v České republice navázaly na konci roku 2010 farmářské obchody. Jedná se o kamenné prodejny, které nabízí zboží od farmářů často v širším sortimentu než na farmářských trzích. Výhodou farmářských obchodů je především stálé zázemí, zajištění kvalitní distribuce pro produkty či možnost prodeje i v zimě, kdy se farmářské trhy většinou nekonají. V dnešní době existuje v České republice přibližně 60 farmářských obchodů, které jsou situovány hlavně ve větších městech. Mezi nejznámější patří obchod Sklizeno, Česká stodola či Farma rodiny Němcovy. (Spilková, 2016, s. 34)

Dalším fenoménem, který se začal v České republice rozvíjet, je bedýnkování. Bedýnkování vzniklo již v 60. letech 20. století v Německu a ve Švýcarsku. V České republice se začalo rozvíjet až s existencí farmářských trhů. Jedná se o systém, kdy odběratel zaplatí určitou částku za bedýnku, která bude obsahovat různé sezónní potraviny od lokálních farmářů. Bedýnky jsou většinou složeny z vyváženého poměru ovoce a

zeleniny, to je dále doplněno například o sýry, víno, med, vejíčka či maso. Spotřebitel si poté bedýnku vyzvedne na sjednaném místě. Momentálně je v České republice přibližně 114 aktivních bedýnkových družstev a 390 odběrných míst.

První skupiny, které se podobaly komunitou podporovanému zemědělství, začaly vznikat již v 60. letech minulého století v Japonsku. V České republice se mluví o komunitou podporovaném zemědělství od roku 2009, kdy první spotřebitelé začali uzavírat dohody s místními zemědělci, kteří jim poté dodávali svoje vypěstované potraviny. Na první pohled se tento systém může zdát podobný bedýnkování, ve skutečnosti zde ale vznikají mnohem důvěrnější vztahy mezi farmáři a spotřebiteli. Obě dvě tyto skupiny uzavírají dohodu o tom, že farmář vyprodukuje domluvenou produkci a spotřebitel tuto produkci odebere a zaplatí. Tato dohoda nese rizika a nejistotu, které jsou způsobené živelnými pohromami či neúrodou. Za tato rizika zodpovídají obě dvě strany. V České republice existuje 17 projektů komunitou podporovaného zemědělství. (Spilková, 2016, s. 35)

3.3.3 Občanské potravinové sítě

Pojem Občanské potravinové sítě (z anglického Civic Food Networks, dále CFN) označuje poměrně novou teorii, která vznikla jako reakce na nově vznikající typy spolupráce spotřebitelů a výrobců. Typickým znakem této spolupráce se stala vysoká angažovanost spotřebitelů, kteří hrají aktivní roli v tomto systému a tím překračují rámec poskytování potravin, který jsme znali doposud. Příkladem CFN jsou různé kooperace spotřebitelů, komunitou podporované zemědělství či komunitní zahrady. Tyto iniciativy vyvolávají mnoho otázek, na které již nedokážou předchozí teorie, jako krátké potravinové dodavatelské řetězce či alternativní potravinové sítě, odpovědět. Právě CFN nám má pomoci tyto nové tendence v rámci potravinového systému pojmenovat. (Renting, Schermer, Rossi, 2012, s. 289)

Občanské potravinové sítě se snaží poukázat na důležité změny, ke kterým dochází v rámci zemědělsko-potravinářských systémů. Na straně spotřebitelů se jedná především o mnohem větší zapojení, kdy dochází k tomu, že se spotřebitel snaží získat kontrolu nad tím, jakým způsobem jsou jeho potraviny vyráběny a dodávány. Na straně producentů zase

dochází k poskytování potravin v širším politickém a sociálním významu. (Renting, Schermer, Rossi, 2012, s. 290)

Teorie o občanských potravinových sítích má fungovat jako doplněk k předchozím teoriím o alternativních potravinových systémech, je ale nutné poznamenat, že vymezuje několik nových důležitých hledisek:

- CFN přináší nové vztahy, které vznikají mezi spotřebiteli a výrobci, a zabývají se angažovaností obou stran v současných potravinových společenstvích;
- CFN se týkají širších sítí než úzce orientovaných vztahů výroba-distribuce-spotřeba, zahrnují nové formy spolupráce mezi místními činiteli, kteří jsou zapojeni do nových přístupů k potravinovým systémům;
- CFN jsou výsledkem změn mechanismů v agro-potravinářské oblasti, kde poukazují na rostoucí význam občanské společnosti (a do určité míry také místní a regionální správy) ve srovnání s tržními silami a (národním) státem;
- CFN se do značné míry shodují se změnami v agropotravinových vztazích a celkově se změnami ve vztahu město versus venkov. Města se stávají výchozím bodem pro inovace v rámci potravinářských systémů, a tím převrací tradiční venkovsko-městské vztahy;
- CFN často vyjadřují různé diskurzy, nové rámce a znalosti, které jsou sdíleny prostřednictvím interakce mezi zúčastněnými stranami. Tyto rámce zavádějí nové tradice a odkazy v dynamice zemědělsko-potravinářského odvětví, jako je například permakultura „vypěstuj si sám“;
- CFN vytvářejí propojení s dalšími sociálními hnutími a koncepčními teoriemi, které souvisí s různými ekologickými a hospodářskými oblastmi. Příkladem je hnutí de-growth⁴, hnutí transition town⁵ či ekofeminismus⁶. (Renting, Schermer, Rossi, 2012, s. 292-293)

⁴ Degrowth = nerůst je politické, ekonomické a sociální hnutí, které vyznává maximalizaci kvality života skrze dobrovolnou skromnost bez nadprodukce a zbytečného plýtvání. Snaží se eliminovat závislost lidstva na fosilních palivech a zmenšit jeho ekologickou stopu.

⁵ Transition town = hnutí, které se snaží o podporu lokálních řešení, jako je posilování místní ekonomiky či podpora lokálních zdrojů potravin a energie. Jejich životní styl se vyznačuje udržitelnější spotřebou zboží, dopravy a trávením volného času.

⁶ Ekofeminismus = směr, který upozorňuje na analogie mezi diskriminací žen a přírody v současné západní kultuře. Snaží se o vytvoření harmonické společnosti, která bude vnímat obě pohlaví, ale i přírodní složky jako rovnocenné součásti globálního ekosystému.

3.4 Alternativní potravinové systémy v ČR

3.4.1 Prodej ze dvora

Prodej ze dvora se v České republice začal vyskytovat již v devadesátých letech minulého století. Jedná se jednoduchý systém přímého prodeje, kdy farmář prodává malé množství svých výrobků spotřebiteli buď ve svém hospodářství či na tržnici, nebo svou produkcí zásobuje místní maloobchodní prodejny, které produkty dále prodávají přímo spotřebiteli. Spotřebitel si tak může pro lokální produkty zajet přímo na okolní statky či farmy, kde se může přesvědčit, odkud dané produkty pocházejí. Prostřednictvím přímého prodeje je prodáváno především ovoce, zelenina, mléčné výrobky, maso, obilí či živá zvířata. (Drobníček, Pešán, Smetana, 2010, s. 8)

Prodej ze dvora sehrál důležitou roli v raných stádiích rozvoje (tj. mezi lety 1998-2005) ekologického sektoru, a to především rozvoje prodeje bio výrobků, kdy nedostatečně rozvinuté distribuční kanály přiměly zainteresované spotřebitele k nákupu ekologicky vypěstovaných výrobků přímo od zemědělců. V pozdějších fázích vývoje ekologického sektoru docházelo již k distribuování bio výrobků specializovanými obchody a od roku 2007 dokonce i supermarkety. (Zagata, 2012, s. 354)

Velikost tohoto distribučního kanálu nelze přesně odhadnout, podíl přímého prodeje biopotravin však každoročně narůstá. V roce 2016 představoval přímý prodej již okolo 7 % z prodaných biopotravin. Většina ekologických produktů je však stále distribuována velkými obchodními řetězci – v roce 2016 se jednalo asi o 60 %. (Hrabalová, 2017, s. 34)

I přes to, že se přímý prodej těší stále větší a větší oblibě, z důvodu vysoké koncentrace a specializace primárního sektoru a striktních hygienických pravidel nezabírá příliš velký podíl na trhu. Tento stav se snaží změnit organizace spojující malé a střední farmáře, které vynakládají velké úsilí na to, aby oslabily hygienicko-byrokratický systém a umožnily farmářům zpracování své produkce s následným přímým prodejem výrobků spotřebitelům. (Zagata, 2012, s. 354)

Jak již bylo zmíněno v odstavci výše, prodej ze dvora podléhá striktním pravidlům, která jsou stanovena v Zákoně 166/1999 Sb., veterinárním zákoně § 27a a ve vyhlášce č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které nejsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství. Tyto legislativní podklady představují podmínky, na jejichž základě je umožněn prodej ze dvora. Řeší se především množství prodaných produktů, veterinární a hygienické požadavky či výjimky, které mohou dostat provozy s malým objemem výroby. (eagri.cz, 2012)

3.4.2 Bedýnkování

Systém bedýnkování, jako jeden z dalších typů AFN, funguje v zahraničí již delší dobu. S úspěšným fungováním této metody se můžeme setkat hlavně v západní Evropě, a to především ve Francii, Velké Británii, Německu či Švýcarsku. (Spilková, 2016, s. 78)

Schéma bedýnek je založeno na co nejrychlejší prodeji potravin od výrobce přímo ke spotřebiteli. Díky tomu se zachovává čerstvost dodávaných potravin. Velkou výhodou metody bedýnek je také fakt, že potraviny mají pro spotřebitele známý původ, protože se jedná o sezónní potraviny, které byly vypěstovány v dané lokalitě. (Spilková, 2016, s. 78)

V České republice se první zmínky o bedýnkování začaly objevovat v roce 2008 jako reakce na stále rostoucí poptávku po kvalitních a čerstvých domácích potravinách. Zájem o bedýnkování byl jak ze strany spotřebitelů, tak ze strany farmářů. Proto v roce 2008 vydává Ministerstvo zemědělství manuál, který farmářům radí, jak začít distribuovat produkty prostřednictvím bedýnek. (Zagata, 2012, s. 354)

Obsahem bedýnek je obvykle čerstvá zelenina a ovoce, často ale bedýnky obsahují také mléčné výrobky, pečivo, maso či různé zavařeniny. Řada provozovatelů umožňuje zákazníkovi zvolit si velikost bedýnky či její obsah. Hotová bedýnka je poté dovezena zákazníkovi přímo domů, nebo na předem určené distribuční místo. (Václavík, 2008, s. 2)

Bedýnkování je systém, který má mnoho výhod. Z pohledu zákazníka je bezesporu největší výhodou přísun čerstvé, lokální zeleniny a ovoce s jasným původem a za rozumné ceny. Jako velké plus lze také uvést navazování a prohlubování vztahů mezi zákazníky a lokálními farmáři. Nevýhodou pro některé zákazníky může být nemožnost zvolit si obsah

bedýnky, kdy poté zákazník dostává produkty, které nemá rád. Tomu se však řada provozovatelů snaží předejít a nabízí tak svým zákazníkům možnost zvolit si obsah bedýnky. Pro farmáře jsou velkou výhodou nižší náklady na organizaci prodeje, nezávislost na maloobchodních řetězcích či možnost prodeje v menším množství a právě toho, co zrovna vypěstují. (Václavík, 2008, s. 3-4)

3.4.3 Komunitou podporované zemědělství

Komunitou podporované zemědělství vytváří partnerství mezi zemědělci a spotřebiteli bez dalších prostředníků. Důležitou součástí tohoto systému je spravedlivější sdílení rizik (např. neúroda) a přínosů (např. nadúroda) zemědělství, než s jakým se setkáváme v obchodních řetězcích. Obě dvě strany do tohoto partnerství vstupují dobrovolně a za předem dohodnutých podmínek. Tento způsob produkce a spotřeby potravin poskytuje spotřebitelům lokální, zdravé a ekologicky pěstované potraviny za spravedlivou cenu. Na druhou stranu zemědělcům umožňuje soběstačnost, možnost zajistit kvalitu vypěstovaných potravin a zároveň svým pěstováním neohrožovat zdravotnost krajiny. (kpzinfo.cz, 2015)

Na první pohled by se komunitou podporované zemědělství mohlo zdát velice podobné bedýnkovému systému. Největší rozdíl lze však vidět v přítomnosti dlouhodobého závazku mezi producenty a konzumenty, který obě strany nutí k vzájemné solidaritě. Pro KPZ je také typické překonávání těchto rolí, protože konzumenti se často stávají aktéry či podílníky produkce svých potravin. To z KPZ oproti bedýnkování dělá systém, který vyžaduje aktivní přístup obou stran. (kpzinfo.cz, 2015)

Historie KPZ

První zmínky o komunitou podporovaném zemědělství můžeme datovat již do počátku 70. let minulého století. Myšlenky o KPZ začaly vznikat jako reflexe na masivní industrializaci zemědělství, která byla provázena narůstajícím znepokojením spotřebitelů týkající se kvality produktů vypěstovaných v konvenčním zemědělství a dopadů konvenčního zemědělství na životní prostředí vůbec. První formy spolupráce mezi farmáři

a spotřebiteli se objevily v Japonsku a nazývaly se „tekei“⁷. Jedná se o systémy, které jako první realizovaly principy KPZ v praxi. Způsob, jakým potraviny vznikají nebo odkud se dovážejí, začal být důležitý i pro další spotřebitele. Tento jev se nazývá „obrat ke kvalitě“ a ve větší míře se začal objevovat ve vyspělých zemích již od počátku 90. let minulého století. (Spilková, 2016, s. 90)

Komunitou podporované zemědělství se dočkalo rozvoje i v dalších částech světa. V 80. letech minulého století vzniklo několik experimentálních projektů podporujících principy KPZ v Německu a ve Švýcarsku, dále se začalo komunitou podporované zemědělství rozvíjet i v USA, odkud i pochází samotný název „komunitou podporované zemědělství“, který byl poprvé použit v roce 1985. (Spilková, 2016, s. 91)

Komunitou podporované zemědělství zažívá v posledních letech velký rozmach. Díky tomu se dostalo KPZ i mimo regiony s dlouholetou tradicí (USA, Velká Británie, Francie či Itálie), např. do zemí východní Evropy, kde po roce 2010 začaly vznikat první skupiny na podporu KPZ, a to především v Maďarsku, Rumunsku či Polsku. (kpzinfo.cz, 2015)

V České republice je komunitou podporované zemědělství poněkud novým fenoménem. První KPZ v ČR bylo založeno v roce 2009. Jednalo se o Toulcův dvůr, který se nachází v Praze 10. Rozvoj KPZ v České republice nebyl výrazně rychlý, výraznější nárůst je zaznamenán až od roku 2012. Rozšíření komunitou podporovaného zemědělství je v České republice nerovnoměrné, lze si však všimnout, že se KPZ kumuluje spíše ve větších městech. Většina KPZ v České republice spadá pod neformální síť místních potravinových iniciativ. Formální organizace slučující KPZ v ČR byla založena v roce 2015, od roku 2016 si mohou všechny fungující KPZ zažádat o členství v této organizaci. (Evropská výzkumná skupina KPZ, 2016, s. 17)

Přínosy a rizika KPZ

Jako každá AFN i komunitou podporované zemědělství přináší všem zúčastněným určité přínosy i rizika. V rámci KPZ se budeme bavit o přínosech a rizicích pro zemědělce a spotřebitele.

⁷ Překládá se jako „partnerství“, v širším významu lze tento výraz přeložit i jako „jídlo s tváří farmáře“.

Přínosy pro spotřebitele:

1. Čerstvé potraviny ze známého zdroje;
2. Environmentální přínosy – méně obalů, ekologicky šetrné hospodaření s lepšími podmínkami pro zvířata, kratší vzdálenosti, které jídlo urazí, než se dostane na stůl;
3. Podpora lokální ekonomiky – vyšší zaměstnanost, místní zpracování produktů, místní spotřeba a udržení peněz v lokalitě díky „lokálním nákupům“;
4. Poučení o rozmanitosti potravin a metodách jejich produkce;
5. Možnost podpoření udržitelného hospodaření a péče o okolní krajinu. (Perényi, Iserte, Pařízková, 2016, s. 23-26)

Přínosy pro zemědělce:

1. Čas naplno se věnovat hospodaření, možnost zhodnocení celé produkce, a tím zamezení plýtvání potravinami, jistější příjem;
2. Férovější tržba z vypěstovaných produktů díky přímému prodeji a jistota odbytu produkce díky uzavřenému partnerství;
3. Možnost zapojení do lokální komunity a s tím spojený pocit ocenění;
4. Možnost využití pomoci dobrovolníků a plánování aktivit do budoucna. (Perényi, Iserte, Pařízková, 2016, s. 23-26)

Rizika pro spotřebitele:

1. Úroda není garantována – rizika spojená se slabou úrodou zapříčiněnou škůdci či špatným počasím;
2. Nutné jednání se zemědělci v rámci KPZ – možnost opačných očekávání a potřeb zemědělců a spotřebitelů;
3. Nutnost častějšího vaření – čerstvé potraviny nejsou nijak upraveny, proto je nutné je do týdne spotřebovat či jinak upravit;
4. Odběr potravin pouze v určité dny – nutnost kompatibility výdejních dnů s programem spotřebitele. (Perényi, Iserte, Pařízková, 2016, s. 23-26)

Rizika pro zemědělce:

1. Komunita KPZ vyžaduje vysokou míru interakce – velmi potřebná je komunikace a organizace komunity, to pro některé zemědělce může být unavující;
2. Neschopnost uspokojení potřeb a očekávání spotřebitelů a s tím spojený pocit viny (např. když je úroda malá);
3. Nastavení příliš nízké ceny za podíl, což způsobí další hospodaření ekonomicky neudržitelným;
4. Mnoho plánování na začátku sezóny – může dojít ke špatnému odhadu úrody či času na práci. (Perényi, Iserte, Pařízková, 2016, s. 23-26)

Principy KPZ

Jak již bylo řečeno výše, komunitou podporované zemědělství je určité partnerství mezi zemědělcem a spotřebitelem. Toto partnerství nese mnoho principů, většina z nich vychází ze tří kořenů KPZ, kterými jsou potravinová suverenita, solidární ekonomika a ekologicky šetrné zemědělství.

Potravinová suverenita

„Potravinová suverenita je právo na zdravé a kulturně specifické potraviny, produkováné ekologicky šetrně a trvale udržitelně.“ (kpzinfo.cz, 2016)

Potravinová suverenita staví do centra potravinového systému jedince, kteří potraviny produkují, distribuují a konzumují. Tito jedinci mají dle potravinové suverenity možnost ovlivnit environmentální, sociální, hospodářské a kulturní dopady své produkce a spotřeby potravin, mohou si zvolit, jaké potraviny chtějí, v jakém množství a za jakou cenu.

Koncept potravinové suverenity byl ustanoven v roce 1996 organizací La Via Compesina, která slučuje drobné a střední zemědělce, podporující ekologicky šetrné hospodaření v lokálním měřítku. V roce 2007 pak byla sepsána i deklarace potravinové suverenity.

Ve svém konceptu má potravinová suverenita několik cílů, mezi které patří například poskytování zdravých a bezpečných potravin, decentralizace potravinových systémů a podpora alternativních tržních kanálů podporujících solidaritu a spravedlivé ceny, zlepšení pracovních a sociálních podmínek jedinců pracujících v zemědělství a potravinářství, zastavení privatizace půdy, hospodářských zvířat, tradičních osiv či lesů a vytvoření právního rámce, který zaručí spravedlivé ceny a podpoří ekologicky šetrné zemědělství. (kpzinfo.cz, 2016)

Solidární ekonomika

Extrémní soutěživost, která je podporována tržní ekonomikou, je proti přesvědčením trvale udržitelné společnosti a systému KPZ vůbec. Komunitou podporované zemědělství staví na solidaritě a spolupráci, proto se nejedná o čistě obchodní vztah, partnerství je založeno na vzájemné důvěře.

Solidarita v rámci KPZ má mnoho podob. Solidarita mezi zemědělcem a komunitou je charakteristická platbou zemědělci dopředu na celou sezónu, čímž je zemědělci umožněno plánování dopředu a v neposlední řadě mu to dává jistotu v důstojný život. Dále tu máme solidaritu mezi spotřebiteli, pro kterou je typické, že za potraviny platí dle toho, kolik si mohou podle příjmu dovolit. Příkladem solidarity mezi spotřebiteli je KPZ Oschenherz ve Vídni, kde si spotřebitelé berou pouze tolik zeleniny, kolik potřebují, a tím pádem zbude na všechny. (kpzinfo.cz, 2016)

Ekologicky šetrné zemědělství

Ekologicky šetrné zemědělství je poměrně nový způsob, jak obhospodařovat určité území. Je to koncept, který zohledňuje možnosti daného území, snaží se nepřekračovat jeho limity kvůli vyššímu výdělku, pracuje s šetrnými způsoby a v neposlední řadě podporuje druhovou rozmanitost. Ekologicky šetrné zemědělství pracuje s několika cíli, kterými jsou především zdravá a živá půda, druhová rozmanitost, ochrana před erozí, uzavřený koloběh živin bez použití umělých hnojiv, kooperace s přírodou či vysoká kvalita pěstovaných potravin. (kpzinfo.cz, 2016)

Organizační modely KPZ

Projekty KPZ po celém světě nabízejí vysokou variabilitu, každý projekt je něčím jiný, originální a vychází z potřeb zapojených aktérů v dané lokalitě. Z tohoto důvodu neexistuje jednotné schéma organizace. Dle typologie organizačního uspořádání si však můžeme KPZ rozdělit do dvou kategorií.

1. Producentem řízený typ – jedná se o předplatitelský typ, na organizaci se zde vysokou měrou podílejí samotní farmáři.
2. Komunitou řízený typ – tento typ bývá často označován jako podílový. Je pro něj charakteristické aktivnější zapojení spotřebitelů, kteří si sami vybírají vhodné zemědělce, aktivně se podílejí na organizaci, či dokonce přebírají odpovědnost za produkci a hospodaří na společně vlastněné půdě. (Spilková, 2016, s. 93)

3.4.4 Farmářské obchody

Farmářské prodejny se v České republice začaly objevovat s rozmachem fenoménu alternativních potravinových sítí na našem území. Nelze říci, že by to byl první výskyt farmářských produktů v kamenných obchodech. Již dříve bylo možné tyto potraviny zakoupit v prodejnách se zdravou výživou. Nicméně farmářské obchody, jak je známe teď, přinesly úplně nový koncept prodeje. Od začátku se prezentovaly jako malé autentické prodejny, kde zákazník sežene zboží prvotřídní kvality, které pochází od malých, většinou místních farmářů. Přidaná hodnota těchto obchodů oproti obchodům větší velikosti byla založena na osobním přístupu k zákazníkovi a příjemném prostředí prodejny. (Spilková, 2016)

Momentálně se v České republice nachází více než 60 farmářských prodejen. Jejich rozvoj není u konce, počet obchodů se stále mění, některé zanikají, jiné přibývají. Protože o farmářských prodejnách neexistuje samostatná databáze, bývá nejvíce informací dohledatelných na webových stránkách jednotlivých obchodů. Nejznámějšími farmářskými prodejnami v České republice jsou obchody Sklizeno a Náš grunt. V obou případech se jedná o franšizu.

Farmářské obchody momentálně najdeme po celé České republice, největší koncentrace je ale ve velkých městech. Až dvě třetiny obchodů najdeme v městech s populací větší než padesát tisíc obyvatel, skoro polovina obchodů se pak nachází v Praze a Brně. (Srovátková, 2016)

Dodavatelé pro farmářské obchody jsou samozřejmě malí farmáři. Již od vzniku farmářských obchodů v ČR se provozovatelé prodejen potýkali s nedostatkem farmářů, kteří by jim do obchodů dodávali potraviny. Nedostatek malých výrobců souvisí s historickým vývojem zemědělského sektoru za socialismu, kdy docházelo ke kolektivizaci velkých zemědělských podniků. V porevolučním období se z těchto podniků staly komerční společnosti a málokdo se vrátil k selské tradici svých předků. Z tohoto důvodu vzniklo jen málo malých farem, z kterých se mohl stát tržně zaměřený zemědělský subjekt. Tento problém trápí nejenom farmářské prodejny, ale i farmářské trhy. Je třeba podotknout, že s vývojem a stále rostoucí oblibou obou typů AFN se situace postupně zlepšuje. (Spilková, 2016)

Výběr nového dodavatele či produktu pro farmářský obchod není úplně jednoduchý. Provozovatelé kladou velký důraz na kvalitu produktu, doložení původu a složení. Časté jsou i návštěvy farem, kdy má provozovatel možnost se s farmářem nejprve setkat a jeho produkci si prohlédnout či ochutnat. Výjimkou nebývají ani doporučení zákazníků, kdy provozovatel začne odebírat nový produkt na přání spotřebitelů. (Spilková, 2016)

Zákazníky farmářských obchodů jsou především lidé, kteří upřednostňují kvalitu před cenou a kladou důraz na jednoduchý životní styl, který je v souladu s přírodou. Ve farmářských obchodech lidé oceňují kvalitu zboží, jeho autenticitu či lepší chuť. Nejčastěji ve farmářských obchodech nakupuje střední až vyšší vrstva obyvatelstva, je třeba však podotknout, že se těší velké oblibě i u seniorů a matek na mateřské dovolené. (Spilková, 2016)

Farmářské prodejny bývají často srovnávány s farmářskými trhy. Pokud si porovnáme sortiment, v případě obou typů AFN nalezneme podobné výrobky. Farmářské obchody se ale více zaměřují na prodej sortimentu, který se rychleji kazí, jako je maso či mléčné výrobky. Je to především z důvodu, že v kamenné prodejně jsou lepší hygienické podmínky pro prodej tohoto sortimentu. Naopak doménou farmářských trhů je prodej ovoce a zeleniny. Zajímavostí je, že skandály s podvodnými prodejci či nekvalitním zbožím, s kterými se v minulosti často potýkaly farmářské trhy, se farmářským obchodům vyhnuly. V tomto by mohli spotřebitelé vidět výhodu, protože by se dalo usoudit, že farmářské prodejny jsou zárukou kvalitního a poctivého zboží. Výhodou je bezpochyby i provozní doba farmářských prodejen, kdy spotřebitel může farmářské potraviny nakupovat kdykoliv, a ne jen v době konání trhu. Jsou faktory, kterým se ale farmářská prodejna farmářskému trhu nevyrovná. Tím je především nezaměnitelná atmosféra na trhu a přímý kontakt spotřebitele s farmářem.

V budoucnu si budou bezpochyby farmářské trhy a farmářské prodejny dále konkurovat. Obě formy AFN mají své výhody i nevýhody a je jen otázkou času, čemu spotřebitelé dají větší přednost. Zda trhu, kde ocení atmosféru, přímý kontakt s prodejcem či doprovodný program, nebo farmářskému obchodu, kde mohou nakoupit kdykoliv a sortiment je zde rozmanitější.

3.4.5 Farmářské trhy

„Farmářské trhy (sedlácké, selské, zemědělské trhy apod.) jsou forma prodeje zemědělského a potravinářského zboží pro občanskou veřejnost, jejímž cílem je podpora malých a středních zemědělských pěstitelů, chovatelů, zpracovatelů a výrobců potravin, zásobování občanů čerstvými zemědělskými plodinami a potravinami převážně českého a regionálního původu, vytvoření nového společenského prostoru, který vedle prodeje zemědělského zboží slouží k setkávání lidí, přiblížení městských obyvatel zemědělské sezóně a přírodním cyklům a oživení vybraných prostor měst a zlepšení jejich atmosféry.“
(Kodex farmářských trhů, 2011)

Brown (2001) ve své práci uvádí další definici farmářských trhů, která popisuje farmářské trhy jako pravidelně opakující se trhy ve stálé lokalitě, kde je farmářská produkce prodávána samotnými farmáři. Ve své práci Brown (2001) připouští, že spočítat farmářské trhy v určité lokalitě je složitá záležitost. Velkým problémem se stává to, že ne všechny trhy, které jsou pojmenovány farmářské, vyhovují zásadám, které by měly farmářské trhy splňovat. (Brown, 2001, s. 658) Právě z tohoto důvodu vznikl v České republice Kodex farmářských trhů, který má pomoci spotřebiteli odlišit farmářské trhy od jiných trhů.

Charakteristika farmářských trhů

Farmářské trhy jsou fenoménem poslední doby, který zaznamenal během posledních let velmi rychlý rozvoj. Jak již bylo zmíněno výše, určit počet farmářských trhů na určitém území není lehký úkol. Ani v České republice tomu není jinak. Neexistují žádné oficiální statistiky, které by mapovaly vývoj farmářských trhů v ČR. Některé informace se můžeme dozvědět od neziskových organizací typu NALOK či Vitalia.cz, které informují o konání a rozvoji farmářských trhů v České republice. První farmářský trh byl konán v roce 2009 v Praze v Klánovicích. Od té doby došlo k masivnímu rozvoji farmářských trhů, v dnešní době se farmářské trhy konají asi na 150 místech. Počet farmářských trhů do roku 2013 stoupal, během roku 2013 však začalo po strmém růstu docházet k postupné stabilizaci. (Deník.cz, 2013)

Trh jako takový je jeden z nejstarších způsobů přímého prodeje potravin. Farmářské trhy existovaly na našem území i před rokem 1989. Během komunistického režimu trhy sloužily jako forma prodeje, která byla paralelní s prodejem v běžných obchodech, nabízené zboží však nemělo žádnou přidanou hodnotu. Trend potravin s přidanou hodnotou přinesly až současné farmářské trhy, které známe v dnešní době, a jejichž vývoj započal začátkem roku 2010. (Zagata, 2012, s. 348)

Jednotlivé farmářské trhy se i přes to, že musí dodržovat určité zásady, od sebe velmi liší. Rozdíl bývá především ve velikosti trhů a rozsahu sortimentu, který nabízejí. Velké trhy poskytují místo pro desítky stánků, které nabízejí různorodý sortiment od ovoce a zeleniny, přes mlékařské výrobky, pečivo a uzeniny až po řemeslné výrobky. Podíl nezemědělského sortimentu se běžně pohybuje od deseti do čtyřiceti procent. (Spilková, 2016, s. 45)

Četnost konání trhů se taktéž značně liší. Největší trhy v České republice se konají i několikrát do týdne, trhy větší velikosti se většinou pořádají jednou týdně a ty nejmenší jednou za čtrnáct dní. V zimní sezóně, kdy jsou farmáři značně limitováni počasím, je v provozu pouze 10-15 největších trhů. (nalok.cz, 2017)

Farmáři dojíždějící na trhy jsou obvykle z dojezdové vzdálenosti do 60 minut od trhu a 80 % z nich je ze stejného regionu, ve kterém se trh pořádá. Výjimky tvoří různé krajové speciality, jako jsou Štramberské uši, víno či sezónní ovoce. Tyto produkty se rozváží po trzích po celé České republice a farmáři často musí ujet až 400 km od místa výroby. (Spilková, 2016, s. 45)

Vývoj farmářských trhů v České republice

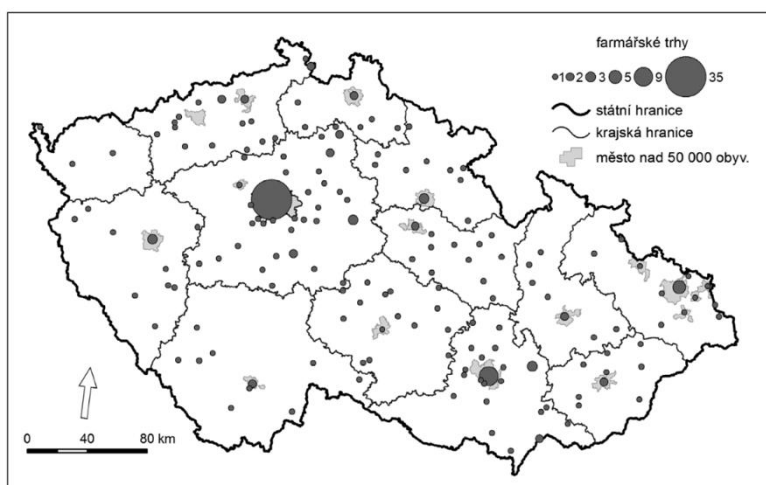
První farmářský trh tak, jak ho známe v dnešní době, se konal v roce 2009 v Praze v Klánovicích. Nápad nevznikl v hlavách farmářů, ale tento koncept vymyslely dvě sousedky, kterým chyběla česká zelenina a ovoce. Zpočátku ani samy nevěděly, zda tento nápad někoho zaujme. Hned ve zkušebním provozu se však ukázalo, že nejsou samy, kdo postrádá ovoce a zeleninu od lokálních farmářů. Trh mohl díky velkému zájmu veřejnosti existovat dál a nebyl jediný, rozvoj farmářských trhů pokračoval po celé České republice. (ceskyfarmarskytrh.cz, 2009)

Farmářské trhy tedy nevznikly, jak by se mohlo na první pohled zdát, z iniciativy farmářů, ale s konceptem přišli progresivní představitelé občanského sektoru a zástupci obcí. Jejich společným cílem bylo vytvořit alternativní marketingový kanál a prostřednictvím tohoto kanálu prodávat nekonvenční potraviny, které by byly kvalitativně odlišné od průmyslového režimu. (Zagata, 2012, s. 357)

Farmářské trhy začala zakládat jak občanská sdružení, obce a městské části, tak komerční subjekty. „*Řada obcí a městských částí nějakým způsobem podpořila vznik a fungování farmářských trhů na svém území, a to nejspíš i proto, že rok 2010 byl rokem komunálních voleb. Na celostátní úrovni podpořilo trhy Ministerstvo životního prostředí dotačním titulem z jara 2011.*“ (Fendrychová, 2012, s. 26-27)

V roce 2011, tedy dva roky poté, co se konal první trh v Klánovicích, bylo na území České republiky zaznamenáno 42 trhů. Trhy začaly vznikat v podstatě v každé čtvrti, městské části a větší obci. V sezóně roku 2012 fungovaly trhy již ve více než 200 městech po celé České republice, z toho kolem 40 se jich nacházelo v Praze. (Zagata, 2012, s. 357) V současnosti se počet farmářských trhů začíná stabilizovat na přibližném počtu 150 míst. Důvodem úbytku některých trhů je především nedostatečný počet prodejců, kteří by mohli své zboží prodávat pravidelně či individuální volby farmářů, kteří si zvolí jinou distribuční cestu, jak dodávat své potraviny. (Spilková, 2016, s. 34) Velkým problémem se pro farmáře stává i zavedení EET na farmářských trzích. „*Zavedení plošné povinnosti EET povede podle Asociace farmářských tržišť k omezení nabídky regionálních potravin a zemědělských výrobků od nejmenších pěstitelů a chovatelů z českého a moravského venkova zákazníkům ve městech na farmářských trzích.*“ (Vitalia.cz, 2016) Tento problém se začal vyskytovat již v sezóně 2017, kdy některé trhy přišly až o 70 % prodejců. Některé trhy kvůli nedostatku farmářů musely být úplně zrušeny. EET nejvíce vadí starším, technicky méně zdatným farmářům a prodejcům, kteří obsluhují velké množství zákazníků v rychlém sledu, jako jsou například prodejci pečiva či ovoce a zeleniny. (iDnes.cz, 2017)

Obrázek 7: Farmářské trhy konané v České republice v roce 2015



Zdroj: Spilková, 2016, s. 33

Kdo nakupuje na farmářských trzích

Ve světě jsou brány farmářské trhy jako sociálně exkluzivní trend, tento fakt je v zahraniční literatuře hojně kritizován např. Goodmanem (2009) či Morganem (2010). V České republice se však farmářské trhy zatím nestaly sociálně exkluzivním prostředím. Různé studie za posledních pár let ukazují, že farmářské trhy přitahují zákazníky různého věku, různých rodinných konstelací i různého sociálního statusu.

Mezi zákazníky převládá městská střední třída, ale hojně jsou zastoupení i důchodci a starší lidé. Nejvíce je zastoupená věková skupina 26-40 let. Co se rodinných konstelací týče, více jak třetina zákazníků žije ve dvoučlenných domácnostech. Podle zaměstnání a sociálního statusu bývají nejvíce zastoupeni střední odborníci, tj. lidé z nižšího managementu, učitelé, zdravotníci apod. Hojně jsou zastoupeny i ženy na mateřské dovolené. (Spilková, 2016, s. 47-52)

Motivace k nákupu na farmářských trzích

Většina spotřebitelů čelí ve svém životě rozhodnutí, zda jít potraviny nakoupit do supermarketu, či využít jednu z alternativních potravinových sítí, např. farmářské trhy. Zde si shrneme důvody, které vedou spotřebitele k nákupu na farmářském trhu.

- přesvědčení, že na farmářských trzích jsou potraviny čerstvější a zdravější než v supermarketu;
- touha nakupovat české potraviny produkované českými farmáři v České republice;
- možnost dozvědět se o nakupovaných potravinách co nejvíce informací;
- podpora malých farmářů;
- přátelská atmosféra trhů;
- touha chovat se šetrně k životnímu prostředí;
- osobní kontakt s prodejci;
- zvědavost;
- farmářské trhy jsou momentálně trendy. (Spilková, 2016, s. 48-53)

Sortiment farmářských trhů

Jedním z hlavních důvodů, proč budou trh zákazníci rádi navštěvovat, je pestrá a lákavá nabídka prodávaného zboží. Velmi důležitým aspektem je odlišení nabídky trhu od nabídky supermarketů. Z tohoto důvodu na trhu nejčastěji najdeme čerstvé a lokální potraviny, regionální speciality, domácí výrobky či různé řemeslné výrobky jako jsou:

- ovoce a zelenina;
- mléko a mléčné výrobky;
- maso a uzeniny;
- čerstvé pečivo;
- cukrovinky, koláče, zákusky;
- lesní plody a houby;
- květiny;
- řemeslné výrobky jako košíky, keramika, svíčky či krajky;
- zavařeniny;
- víno;
- regionální speciality a další. (Hnutí Duha, 2010)

Je třeba zmínit, že lidé již na trhy nepřicházejí pouze nakupovat, ale vyhledávají zde i různé gastronomické či kulturní zážitky. Z tohoto důvodu je stále populárnější prodej

občerstvení na trzích či pořádání doprovodného programu jako vystoupení lokálních umělců, ukázky lidových řemesel, akce pro děti či různé tematické slavnosti. (Kaspříková, 2011)

Budoucnost farmářských trhů v České republice

Farmářské trhy se během posledních pár let staly v České republice velmi oblíbeným místem k nákupu. Do budoucna se však budou muset vypořádat s několika problémy, které by mohly zpomalit rozvoj farmářských trhů v ČR.

Jedním z problémů je zakořeněná tradice samozásobitelství v České republice. Ve venkovských oblastech jsou lidé zvyklí pěstovat vlastní ovoce a zeleninu na zahrádkách, chovají si drůbež na dvorcích, z čehož získávají maso a vejčička. Pozitivem tohoto zažitého venkovského systému je vytváření mezilidských vztahů neekonomického charakteru, kdy lidé zbytek své produkce, kterou nespotebují, rozdají přátelům a známým. Tato praxe zcela chybí ve městech, kde mají obyvatelé velice omezené možnosti k tomu si něco sami vypěstovat. Právě proto se staly farmářské trhy natolik populárními v městských oblastech. Naopak na venkově bude do budoucna velice obtížné implikovat trend farmářských trhů právě kvůli tradici samozásobitelství. (Spilková, 2016, s. 55-57)

„Druhou problematickou oblastí je bezesporu obava zákazníků o kvalitu a původ potravin, které jsou prodávány na trzích. Během prvního roku fungování trhů bylo zaznamenáno několik pokusů o prodej „lokálního“ zboží, které bylo před tím dovezeno z velkoskladu. Tyto případy byly medializovány a následovala vlna nedůvěry k původu zboží z farmářských trhů.“ (Spilková, 2016, s. 55) Jako příklad může posloužit jeden farmář, který nakupoval drůbež a vejčička v Makru, tyto potraviny poté přebaloval a vydával je za své farmářské produkty. (iDnes.cz, 2017) Jedna z potravin, která bývá na trzích nejčastěji falšovaná, je med. V případě této potraviny odhalily kontroly klamání zákazníka na několika trzích po celé České republice. (Vitalia.cz, 2017) Tyto a další kauzy nedělají farmářským trhům dobré jméno. Problémem je především neustálé střídání prodejců na trzích a změny podmínek. Kvůli tomu je velmi těžké ohlídat kvalitu potravin na trzích. V roce 2016 například kontrola odhalila závadu v 28 % případů kontrolovaných trhů. Oproti tomu v klasických kamenných farmářských obchodech odhalili závadu pouze v 9 % případů. Právě z těchto důvodů je velmi pravděpodobné, že do budoucna budou

spotřebitelé raději nakupovat biopotraviny ve farmářských obchodech než na farmářských trzích.

Problémem se za poslední roky stala i samotná spolupráce místních samospráv a jejich podpora farmářských trhů. Časté jsou konflikty mezi organizátory farmářských trhů a vlastníky veřejných prostor, kde jsou trhy organizovány. Samotní farmáři nejsou ochotní investovat do rozvoje trhu, proto se farmářské trhy často stávají závislé pouze na aktivitě několika nadšenců. (Spilková, 2016, s. 55-57)

Otázkou je celková udržitelnost trhů do budoucna. Některé trhy se potýkají s nedostatkem farmářů během roku. Další úbytek farmářů na trzích pravděpodobně způsobí i zavedení EET, s kterým mnoho z nich nesouhlasí. Je možné, že právě tyto a další důvody donutí farmáře se stáhnout z trhů a zvolit jiné formy prodeje svých výrobků.

Pokud se na to podíváme z širšího hlediska, farmářské trhy a jejich role do budoucna je prozatím poměrně omezená. Je zřejmé, že farmářské trhy nebudou mít velký vliv na rozvoj venkovských oblastí či změnu zemědělského systému směrem k malým rodinným farmám. Jejich účel se tak prozatím omezí na dodávání čerstvých, kvalitních potravin a také na vznik vztahů mezi prodejci a nakupujícími založenými na vzájemné důvěře v kvalitu nabízeného zboží. (Spilková, 2016, s. 55-57)

4 PRAKTICKÁ ČÁST

4.1 Provoz a kontrola farmářských trhů

Provoz farmářský trhů zajišťuje několik předpisů. Jedná se především o Kodex farmářských trhů, který funguje na dobrovolné bázi a v rámci dobrovolnosti určuje základní pravidla prodeje na farmářských trzích. Zároveň má pomáhat v orientaci zákazníkům, kteří na farmářských trzích nakupují. Kodex farmářských trhů však není jediný, který nějak upravuje provoz těchto trhů. Pokud trhy probíhají na schválených tržištích, vykonávají zde dozor inspektoři místně příslušných krajských veterinárních správ. Proto pro účely dozoru bylo sepsáno Desatero státní veterinární správy pro prodej na farmářských trzích. Posledním dokumentem je Potravinářské patero, které bylo vydáno Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí. Jedná se o soupis doporučení, kterými by se měl řídit jak prodávající, tak nakupující a ošetřuje především skladování potravin a sociální vybavenost tržiště. Kontrolu na trzích zajišťuje Krajská veterinární správa, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, ale dozor provádí i Česká obchodní inspekce, která prodávající kontroluje především v oblasti poctivosti prodeje výrobků.

4.1.1 Kodex farmářských trhů

Základní myšlenkou farmářských trhů je, že na farmářských trzích může být prodáváno pouze zboží, které odpovídá charakteru farmářských trhů a které vychází z české tradice pěstování plodin, chovu hospodářských zvířat a výroby potravinářských výrobků. V Kodexu farmářských trhů jsou popsány další zásady, které jsou dobrovolným doporučením pro každé farmářské tržiště. (Kodex farmářských trhů, 2011)

1. Prodávané zboží na „farmářských trzích“ pochází od farmáře nebo výrobce potravin (dále jen farmář), který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.
2. Farmáře může při prodeji zastupovat jeho rodinný příslušník nebo osoba, s kterou má farmář uzavřenou smlouvu nebo písemné pověření.
3. Provozovatelé farmářských trhů a farmáři u nabízeného zboží dodržují a splňují základní legislativní požadavky (mimo jiné www.szpi.gov.cz; www.svscr.cz).

4. Provozovatel farmářských trhů preferuje zejména farmáře, kteří prodávají zboží z daného regionu. O prodeji zboží z ostatních regionů ČR, eventuálně z příhraničních oblastí, rozhoduje provozovatel.
5. V rámci tzv. „doplňkového prodeje“ mohou provozovatelé farmářských trhů poskytnout místa i jiným prodejcům. V případě, že se jedná o zahraniční zboží, je u něj nutné označit zemi původu.
6. Provozovatel farmářského trhu, který se hlásí k principům „Kodexu farmářských trhů“, zajistí označení vlastním jednotným a viditelným logem ty stánky prodejců, kteří splňují body 1 a 2 „Kodexu farmářských trhů“.
7. Provozovatel farmářského trhu je povinen umístit znění „kodexu farmářských trhů“ na viditelném místě při konání farmářských trhů (například u vstupu na tyto trhy nebo na každém stánku u prodávajícího, u tržního řádu apod.).
8. Každá osoba (spotřebitel, farmář, prodejce, inspektor), která se domnívá, že došlo či dochází k prodeji zboží v rozporu s „Kodexem farmářských trhů“ (např. zboží evidentně nepochází z farmy a je nakoupené ve velkoskladu atd.), má právo upozornit na tento stav provozovatele farmářských trhů. Provozovatel farmářských trhů je povinen neprodleně zajistit nápravu (minimálně formou odebrání loga jednotného označení stánku). (Kodex farmářských trhů, 2011)

4.1.2 Státní veterinární správa ČR

Krajská veterinární správa (KVS) provádí dozor na farmářských trzích především v rámci prodeje živočišných produktů a produktů živočišného původu. Tento dozor probíhá na základě několika legislativních dokumentů, mezi které patří:

- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, v platném znění;
- Zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči, v platném znění;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004 o hygieně potravin, v platném znění;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1069/2009 o hygienických pravidlech pro vedlejší produkty živočišného původu a získané produkty, které nejsou určeny k lidské spotřebě, v platném znění;

- Vyhláška č. 326/2001 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), g), h), i) a j) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích pro maso, masné výrobky, ryby, ostatní vodní živočichy a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich, v platném znění;
- Vyhláška č. 76/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky pro přírodní sladidla, med, cukrovinky, kakaový prášek a směsi kakaa s cukrem, čokoládu a čokoládové bonbony, v platném znění;
- Vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které nejsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství, v platném znění.

V rámci farmářských trhů bývá nejčastěji kontrolována ochrana prodáváných výrobků před kontaminací, pravidelné měření teplot, označení balených i nebalených výrobků, datum použitelnosti, celkový stav prodejního místa či stav a kvalita pracovního oděvu.

Desatero státní veterinární správy pro prodej na farmářských trzích

Desatero státní veterinární správy bylo sepsáno KVS pro účely dozoru na trzích konaných na místě, které bylo schváleno konkrétní obcí. Konání trhu musí být povoleno obcí a krajská veterinární správa pak schvaluje provozovateli tržní řád. V následujících bodech je shrnuto, co desatero státní veterinární správy vyžaduje.

1. Chovatelé mohou prodávat produkty zvířat z vlastního chovu, které nebyly získány ve schváleném a registrovaném, popřípadě jen registrovaném výrobním podniku, a to za těchto podmínek:
 - maso z drůbeže a králíků (musí být vykucháno, u králíků nesmí být oddělená hlava) maximálně z 10 kusů týdně, maso musí být uloženo při teplotě maximálně 4 °C; maso musí být čitelně označeno nápisem „Maso není veterinárně vyšetřeno – určeno po tepelné úpravě ke spotřebě v domácnosti spotřebitele“;
 - syrové mléko a smetanu pomocí prodejního automatu (automat musí být registrován u KVS);

- čerstvá, prosvícená a označená vejce s uvedením jména a adresy chovatele v maximálním množství 60 kusů jednomu konečnému spotřebiteli;
 - včelí produkty od včelstev ze stanovišť ve stejném kraji jako trh, označené jménem, příjmením a adresou chovatele a u medu druhem a množstvím;
 - živé ryby (usmrčování a další opracování ryb musí být nahlášeno příslušné KVS 7 dní předem).
2. Je nepřipustné prodávat maso z domácí porážky provedené v hospodářství (mimo drůbeže a králíků) a výrobky z tohoto masa.
 3. Ostatní prodejci potravin a surovin živočišného původu musí zajistit, aby jimi prodávané potraviny a suroviny byly získány ve schváleném a registrovaném, popřípadě jen registrovaném podniku. Jejich povinností je udržovat je při stanovených teplotách. Prodejce je povinen tuto teplotu kontrolovat:
 - 7 °C pro maso vepřové, hovězí, skopové a velké zvěře;
 - 4 °C pro maso drůbeže, králíků a drobné zvěře;
 - 3 °C pro vnitřnosti;
 - 5-18 °C pro vejce (nekolísavá teplota);
 - 4-8 °C pro mléčné výrobky jiné než UHT, sterilované a sušené;
 - 0 °C pro čerstvé chlazené ryby (teplota tajícího ledu);
 - ostatní výrobky musí být uloženy při teplotách stanovených výrobcem.
 4. Pro potraviny podle bodu 3 musí být k dispozici viditelná informace o jejím názvu, množství a datu použitelnosti nebo datu minimální trvanlivosti. Prodávající musí být vždy schopen na místě doložit původ produktů.
 5. Označení „domácí“ v názvu potraviny je nepřipustné.
 6. Prodávat potraviny s prošlou dobou použitelnosti je nepřipustné.
 7. Potraviny musí být po celou dobu uvádění do oběhu chráněny před jakoukoli kontaminací a před přímým vlivem klimatických podmínek.
 8. Všechny předměty a zařízení, které přicházejí přímo do styku s potravinami, musí být čisté a nesmí představovat nebezpečí kontaminace, dopravní prostředky a nádoby používané pro přepravu potravin musí být udržovány v čistotě a v dobrém stavu.
 9. Osoby, manipulující s potravinami, musí dodržovat požadavky na osobní hygienu a musí nosit čistý oděv, při prodeji nebalených potravin, zejména masa, musí být k dispozici zdroj pitné vody k mytí rukou.

10. Potravinářské a jiné odpady musí být z prostor, kde se nacházejí potraviny, co nejrychleji odstraňovány, aby nedocházelo k jejich hromadění, a nesmí představovat přímý ani nepřímý zdroj kontaminace. (Duben, 2012)

4.1.3 Státní zemědělská a potravinářská inspekce

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) kontroluje v rámci farmářských trhů produkty neživočišného původu. Kontrola produktů živočišného původu spadá pod kompetence SVS. Kontrolu provádí na základě následujících legislativních předpisů:

- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin, v platném znění;
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 o hygieně potravin, v platném znění;
- Zákon č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, v platném znění;
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění;
- Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, v platném znění;
- Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci, v platném znění;
- Komoditní vyhlášky navazující na Zákon č. 110/1997 Sb.;
- Vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků, v platném znění.

SZPI na farmářských trzích kontroluje především označení balených potravin, dodržení hygienických podmínek prodeje, dodržení stanovených teplot či nezávadnost potravin.

Potravinářské patero

Potravinářské patero bylo vydáno Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí (dále SZPI), která se zabývá kontrolou zdravotní nezávadnosti potravin, fyzikálními a chemickými požadavky na jakost, úplnost a správnost označení, daty použitelnosti a

minimální trvanlivosti a v neposlední řadě kontrolou označení potravin, kde zkoumá především to, zda nejsou potraviny označeny klamavě či nabízeny klamavým způsobem.

Pokud farmář prodává potraviny v rámci farmářských trhů, je dle SZPI velmi důležité, aby dodržoval nejen požadavky na bezpečnost a jakost potravin, ale aby se také řídil potravinářským paterem, které pro tyto účely SZPI vydala.

1. Nebalené potraviny chránit před prachem, dotykem se zemí, kontaktem s kupujícími (ti nesmí na nabízené potraviny sahat, kýchat, kašlat...), kontaktem s rukama prodejce (ideální je s nebalenými potravinami manipulovat podávacími kleštěmi nebo s použitím jednorázových rukavic).
2. Plochy stánku, na které jsou kladeny potraviny, musí být omyvatelné a udržovány v čistotě.
3. Potraviny vyžadující chlazení (maso, masné a mléčné výrobky, sýry, mléko, čerstvé šťávy, rybí výrobky, cukrářské výrobky apod.) uchovávat v chladícím zařízení.
4. Mít přístup k sociálnímu zařízení.
5. Při prodeji nebalených potravin, u nichž případně dochází i k dělení, mít zajištěnu pitnou vodu, dle potřeby i teplou vodu, pokud nebude vyřešena očista náradí a rukou jiným vhodným způsobem. (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 2010)

4.1.4 Česká obchodní inspekce

Česká obchodní inspekce (ČOI) provádí kontroly v rámci trhů především v oblasti poctivosti prodeje výrobků či plnění informačních povinností při prodeji výrobků a poskytování služeb. Dozor ČOI je ošetřen několika předpisy, mezi které patří:

- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění;
- Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, v platném znění;
- Zákon č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, v platném znění.

4.2 Farmářské trhy na území ČR

4.2.1 Asociace farmářských tržišť ČR

Asociace farmářských tržišť (AFT ČR) je spolek, který sdružuje pořadatele poctivých farmářských trhů. Jeho hlavním cílem je zvyšování kvality farmářských trhů tak, aby v České republice bylo co nejvíce trhů, které prodávají potraviny vysoce kvalitní a s jasným původem.

Sortiment potravin je na těchto trzích rozmanitý, AFT ČR se však snaží, aby minimálně 90 % potravin pocházelo od malých až středních farmářů a bylo tuzemského původu. Prodávány jsou především potraviny z ekologického zemědělství či oceněné regionální potraviny. U potravin je kontrolován nejen původ, ale i složení a zpracování. Příkladem jsou masné výrobky, které neobsahují strojně oddělené maso, mouku, sóju či jiné náhražky. (Asociace farmářských tržišť, 2014)

Farmářský trh organizovaný členem AFT ČR lze poznat podle loga. Logo musí být umístěno na viditelném místě přímo v místě pořádání trhu, ale také na internetových stránkách organizátora farmářského trhu.

Obrázek 8: Logo člena AFT ČR



Zdroj: Asociace farmářských tržišť, 2014

AFT ČR si stanovila několik základních principů, na kterých trvá. Mezi tyto principy patří:

- důsledný výběr prodejců;
- kvalita a tuzemský původ potravin;
- vysoká kultura prodeje;
- férový přístup k prodejcům;

- rozumně nastavené poplatky za prodejní místa;
- ožívování městských prostor;
- podpora malého a středního zemědělského sektoru;
- výběr lokálních potravin. (Asociace farmářských tržišť, 2014)

4.2.2 Kodex Asociace farmářských tržišť

AFT ČR si pro své členy stanovila kodex, který každý člen této organizace musí dodržovat. V tomto kodexu jsou zohledněny jak organizační náležitosti trhu, tak nároky na charakter prodávaných potravin v rámci trhu.

Organizace farmářského trhu:

- Farmářský trh (dále jen „FT“) je především potravinovým trhem. Jiné, než potravinové zboží (dále jen „nepotraviny“) na FT nesmí tvořit více než 10% celkového počtu prodejních míst na FT. Jako nepotraviny se připouští takové zboží, které s potravinami přímo souvisejí, jako např. proutěné košíky, dřevěné vařečky apod. Člen AFT je však jednoznačně povinen preferovat potraviny, i nepotraviny tuzemského původu.
- FT pořádaný členem AFT je viditelně označen logem asociace a nakupující jsou o členství pořadatele v asociaci informováni (trh, internetové stránky trhu, informační a propagační materiály trhu...).
- FT má dotčenými orgány státní správy schválený tržní řád (dále jen „TŘ“). FT je pořádán na dobře dopravně dosažitelném místě nejen automobilem, ale i pěšky, MHD či na kole.
- Je nepřípustné, aby člen AFT organizoval FT v prostorách nákupních center (vztahuje se i na parkoviště či jiné prostory v bezprostřední blízkosti nákupních center).
- FT musí být tvořen alespoň 10 prodejními místy s potravinářským zbožím a je pořádán alespoň 1 x měsíčně.
- Prodejci jsou organizátorem FT řádně prověřeni a mají všechny potřebné doklady nutné k prodeji potravin.
- Prodejci respektují všechny platné právní předpisy související s prodejem potravin na FT.

- Každý stánek nebo prodejní místo je čitelně označeno jménem a příjmením prodejce nebo názvem podniku, adresou sídla, IČ, stručnou informací o prodávaném zboží a jeho lokalizací.

FT jsou organizovány nejen jako místo prodeje potravin, ale měly by být i příjemným místem setkávání a rozvíjení sociálních vazeb. (Asociace farmářských tržišť, 2014)

Charakter potravin prodáváných na farmářském trhu:

- Prodávané zboží na FT pochází od farmáře nebo výrobce potravin (dále jen „producent“), který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.
- V případě, že producent neprodává zboží osobně, může být zastupován prodejcem s písemným pověřením producenta, který musí mít příslušné dokumenty o původu prodávaného zboží, které mu poskytl producent.
- Podíl potravin z (celkového) prodávaného zboží musí být na farmářském trhu AFT alespoň 90 %.
- Provozovatel farmářského trhu preferuje zejména prodejce, kteří prodávají zboží z daného regionu.
- Podíl potravin regionálního původu (kraj ČR) musí být alespoň 50 % (s výjimkou hl. města Prahy).
- Podíl tuzemských potravin musí tvořit alespoň 90 % a přípustné zahraniční potraviny jsou pouze potraviny vysoké kvality a takové, jejichž ekvivalent nelze najít na českém trhu (např. olivový olej z malé řecké farmy apod.).
- Pokud je na trhu současně prodáváno zboží zahraničního původu, musí být tato prodejní místa viditelně označena a tento prodej musí být logicky odůvodnitelný (občerstvovací stánky, káva, čaj...).
- V případě prodeje například kávy, čaje, čokolády ve stáncích sloužících k občerstvení nakupujících, by tyto produkty měly být vysoké kvality a ve standardu BIO či Fair Trade. (Asociace farmářských tržišť, 2014)

4.2.3 Členové Asociace farmářských tržišť ČR

1. Archetyp, zapsaný spolek – spolek se sídlem v Praze, pořádá farmářské trhy na Náplavce a farmářské tržiště Heřmaňák.
2. Envic, občanské sdružení – občanské sdružení, které má sídlo v Plzni. Zabývá se pořádáním Plzeňských farmářských trhů.
3. Trhni se, občanské sdružení – sídlo tohoto občanského sdružení je v Roudnici nad Labem. Sdružení Trhni se pořádá Roudnické farmářské trhy.
4. Bludiště, zapsaný spolek – spolek se sídlem v Karlových Varech, pořádá Farmářské trhy Karlovy Vary.
5. Pod platany, zapsaný spolek – spolek sídlící v Praze. Pod záštitou tohoto spolku jsou pořádány farmářské trhy na Rajske zahradě, Černém Mostě a Spořilově. (Asociace farmářských tržišť, 2014)

4.2.4 Zapsaný spolek Archetyp

Spolek Archetyp byl založen v roce 2006 jako občanské sdružení z důvodu nesouhlasu s vymizením přímého prodeje a absence lokální české zeleniny a ovoce. Cílem tohoto sdružení se tak stala snaha o návrat přímého prodeje a přímého kontaktu farmářů a zákazníků a důraz na nabídku čerstvých lokálních potravin v rámci trhů.

Inspiraci spolek čerpal v zahraničí, především ve velkých městech jako Londýn, New York či Berlín, kde farmářské trhy fungovaly jako součást moderního města. V roce 2007 dostal spolek za úkol vypracovat pro Magistrát hlavního města Prahy studii, ve které měli vytipovat vhodná místa v Praze, kde by bylo možné trhy založit. Vytipováno jich bylo nakonec 17 a důkazem toho, že se jednalo o kvalitně zpracovanou studii, je fakt, že se na většině vytipovaných míst trhy v dnešní době opravdu konají. Zapsaný spolek Archetyp se i sám stal pořadatelem několika farmářských trhů, od roku 2006 založil čtyři farmářské trhy – farmářské tržiště Jiřák na Praze 3, farmářské tržiště Náplavka na Praze 2, farmářské tržiště Kubáň na Praze 10 a v roce 2017 bezobalový farmářský trh Heřmaňák, který sídlí na Praze 7. Momentálně je provozovatelem pouze dvou z těchto tržišť, a to trhu na Náplavce a farmářského trhu Heřmaňák. Poslední zprávy však prozrazují, že od konce března 2019 se spolek vrací jako provozovatel farmářského tržiště Kubáň, které spravoval do konce roku 2011. (Farmářské tržiště, 2018)

V současnosti spolek funguje jako organizační a provozní struktura, která trhy organizuje v rámci zásad, které vytvořila. Pro naplnění těchto zásad je samozřejmě nutná spolupráce s místní samosprávou, protože trhy se většinou odehrávají na veřejném místě. Spolek Archetyp spolupracuje i s několika profesními organizacemi, například s Asociací farmářských tržišť, kterou spolek pomohl i založit, Asociací soukromých zemědělců, Svazem ekologického zemědělství, Zelinářskou unií, Ovocnářskou unií a Českomoravskou drůbežářskou unií. Mediálním partnerem tržišť se stal Český rozhlas. (Farmářské tržišťe, 2018)

4.3 Farmářské trhy v Praze

Praha byla, co se týče vývoje farmářských trhů, vždy napřed oproti zbytku České republiky. Konal se zde vůbec první farmářský trh na území ČR a již v prvním roce fungování tohoto konceptu bylo v Praze zaznamenáno 13 stálých farmářských trhů, které se konaly pravidelně a na stálém místě. Větší farmářské trhy se obvykle situovaly do širšího centra města a zákazníci tam mohli najít 30 a více stánků. Menší trhy se daly najít spíše na okrajích Prahy a disponovaly často jen 15 stánky. Jednotlivé trhy se však značně liší i v rámci města Prahy, proto se dá hovořit o určité typologii pražských farmářských trhů. (Spilková, 2016, s. 46)

4.3.1 Typologie farmářských trhů v Praze

- Prvním typem jsou velké trhy v širším centru města, kde lze najít více jak 30 stánků s širokým sortimentem zboží a doplňkových služeb k trávení volného času. Tyto trhy bývají velmi hojně navštěvované jak rodinami s dětmi, mladými páry, lidmi ve středním věku, tak důchodci. Patří sem trhy konané o víkendu i velké trhy konané ve všední dny.
- Dalším typem jsou menší trhy na okraji Prahy, které disponují obvykle jen 15 stánky s omezenějším sortimentem. Chybí zde další kulturní vyžití a další možnosti trávení volného času. Dominantními zákazníky jsou zde matky na mateřské a důchodci. Typické pro tento typ trhů je setkávání přátel či sousedů a úzké vztahy s prodávajícími.

- Posledním typem jsou hybridní formy farmářských trhů. Příkladem může být například první trh v Klánovicích, který se sice konal na okraji Prahy, ale svou charakteristikou se přibližoval spíše trhům v centru. Dalším příkladem je farmářský trh v Holešovicích, který je jediným velkým trhem s ovocem a zeleninou. Tento trh fungoval i před tím, než začaly být farmářské trhy v České republice populární. (Fendrychová, 2015, s. 125-127)

4.3.2 Přehled nejznámějších farmářských tržišť v Praze

Dle portálu praha.eu se momentálně nachází v Praze okolo 27 farmářských trhů, které se konají minimálně jednou za měsíc. Rozmístění trhů je různorodé, farmářský trh můžeme najít skoro v každé části Prahy. Přehled počtu trhů v jednotlivých částech hlavního města nám ukazuje tabulka č. 2:

Tabulka 2: Farmářské trhy v Praze

Městská část	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P13	P16
Počet trhů	1	2	1	3	3	2	2	1	6	3	1	1	1

Zdroj: praha.eu

Mezi nejznámější trhy na území Hlavního města Prahy bezesporu patří:

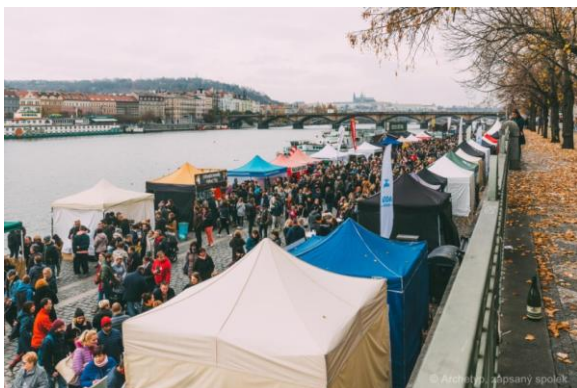
- Farmářské tržiště Náplavka;
- Farmářské trhy Jiřák;
- Farmářské trhy Anděl;
- Farmářské trhy na Kulaťáku;
- Karlínské farmářské trhy;
- Farmářské, řemeslné a sousedské trhy Prahy 1;
- Malé trhy Hradčanská;
- Farmářské trhy Kubánské náměstí;
- Farmářské tržiště Heřmaňák. (praha.eu, 2018)

Jednotlivé trhy mají své vlastní webové či facebookové stránky. Tam se návštěvníci mohou dozvědět, kdy se konají nejbližší trhy, jací prodejci se jich zúčastní nebo jaké se plánují tematické akce či doprovodný program. Na stránkách se též dají dohledat informace o jednotlivých farmářích, jaké výrobky prodávají či jak často se trhů účastní. Většina trhů je v provozu od března do listopadu, v zimních měsících fungují jen některé z nich a návštěvníci musí počítat s omezeným sortimentem.

Farmářské tržiště Náplavka

Farmářské trhy na Náplavce, které pořádá zapsaný spolek Archetyp, patří mezi nejnámější a nejvíce navštěvované trhy v Praze. Své popularity dosáhly i díky příhodné poloze v centru města, nacházejí se na Rašínově nábřeží blízko stanice metra Karlovo náměstí. Trhy na Náplavce mohou návštěvníci navštívit každou sobotu od 8 do 14 hodin. Provoz trhu začíná každý rok začátkem února a končí na konci prosince vánočním či silvestrovským trhem. Jedná se o velký trh, kde můžeme najít až 90 stánků, kde své zboží nabízejí prověřený a autentický farmáři a výrobci, kteří nepocházejí z větší vzdálenosti než 100 km od místa trhu. Co se sortimentu týče, můžeme zde najít jak sezónní ovoce, zeleninu, mlékařské výrobky, maso, uzeniny, vejce, ryby či pečivo, tak různé delikatesy jako marmelády, sirupy, víno, pivo nebo zákusky. Velké zastoupení má na tomto trhu i občerstvení, návštěvníci si mohou vybrat z nepřeberného množství sendvičů, palačinek, polévek nebo hamburgerů či využít stánek jedné z pražských kaváren a vychutnat si kvalitní kávu. Díky poloze trhu v centru města nejsou návštěvníky pouze obyvatelé Prahy, ale velmi oblíbeným se trh stal i u turistů, kteří sem chodí na pozdní snídani či oběd. Nechybí zde ani doprovodný program, časté jsou hudební vystoupení či různé akce pro děti. Farmářské tržiště Náplavka pořádá i různé akce mimo provozní dobu trhu, například degustační festival Pivo na Náplavce, festival růžových vín Růžový Máj nebo Svatomartinské slavnosti. V roce 2019 trh vstupuje do své desáté sezóny a jako cíl pro tento rok si dal eliminaci plastů na trhu. Studené nápoje dostanou návštěvníci do vratných skleněných či plastových nádob, na kávu je využit systém „Otoč kelímek“, kdy zákazník za kelímek zaplatí vratnou zálohu a kelímek poté může vrátit v jakékoliv zapojené kavárně. Občerstvení bude v nové sezóně servírováno pouze do obalů z přírodních materiálů, porcelánu či přinesených krabiček zákazníků. Jednorázové sáčky na ovoce či zeleninu budou nahrazeny papírovými. (Farmářské tržiště, 2018)

Obrázek 9: Farmářské trhy na Náplavce



Zdroj: FB – Farmářské tržiště Náplavka

Farmářské trhy Jiřák

Farmářské trhy Jiřák najdeme na náměstí Jiřího z Poděbrad na pomezí Žižkova a Vinohrad. Trhy se konají každý týden od středy do pátku od 8 do 18 hodin a v sobotu od 8 do 14 hodin. Sezóna těchto trhů začíná zpravidla v únoru a končí v prosinci. Organizací těchto trhů má pod sebou Správa zbytkového majetku MČ Praha 3 a.s. Každý prodejní den se zde střídají různí prodejci, ale vždy zde najdeme sortiment od ovoce a zeleniny až po sýry, uzeniny, pečivo či květiny. Nechybí zde ani pestrý výběr občerstvení, velmi oblíbenými jsou hamburgery od Kaiser Franz. V sobotu jsou zde často různé akce či vystoupení místních kapel. I trhy na Jiřáku se přidávají k ekologické revoluci a slibují pro rok 2019 omezení plastů na trhu. Z trhu by měly naprosto vymizet igelitové sáčky a jednorázové kelímky, které budou nahrazeny rozložitelnými taškami z kukuřičného škrobu a kelímky vratnými. (Trhy Jiřák, 2019)

Obrázek 10: Farmářské trhy Jiřák



Zdroj: trhyjirak.cz

Farmářské trhy Anděl

Farmářské trhy Anděl, které pořádá organizace Farmáři v Praze, se nacházejí na pěší zóně blízko vstupu do stanice metra Anděl. Nakoupit je zde možné každý pátek od 7 do 19 hodin. Trhy jsou v provozu od dubna do konce listopadu. Farmáři zde nabízejí čerstvé potraviny jako ovoce, zeleninu, pečivo, maso, vajíčka, med či různé delikatesy. Je zde možné zakoupit i různé řemeslné výrobky či kosmetiku. (Farmáři v Praze, 2018)

Obrázek 11: Farmářské trhy Anděl



Zdroj: farmarivpraze.cz

Farmářské trhy na Kulaťáku

Farmářské trhy na Kulaťáku patří k největším a nejoblíbenějším trhům v Praze. Nacházejí se v Praze 6 Dejvicích na Vítězném náměstí. Trhy se konají každou sobotu od března do prosince v čase od 8 do 14 hodin. Sortiment trhů je organizátory z Farmářské trhy, z.s. pečlivě vybírán, tím často oslovuje nové prodejce a dává šanci i malým, méně známým farmářům. Můžeme zde najít prodejce z celé České republiky, kteří nabízejí různorodý sortiment od masa, sýrů, ovoce, zeleniny, pečiva až po bylinky, houby či různé delikatesy. Farmářské trhy na Kulaťáku již dávno nejsou pouze místem prodeje čerstvých, lokálních potravin, ale postupem času se z nich stala kulturně-společenská akce. Tomu je přizpůsoben i doprovodný program. Samozřejmostí je přítomnost stánků pražských restaurací a kaváren, které nabízejí nejrůznější občerstvení. Na každém trhu hraje živá muzika a některé víkendy jsou zde pořádány i různé festivaly. V průběhu roku se například koná Festival Food and Culture, Festival malých pivovarů či Vinobraní. Pořadatelé se snaží starat i o okolí trhu, proto je zde možnost třídění odpadu a některé stánky již zavádějí trendy zero waste, díky čemuž na trhu dochází k omezení používání jednorázových plastů. (Farmářské trhy, 2019)

Obrázek 12: Farmářské trhy na Kulatáku



Zdroj: FB – Farmářské trhy

Karlínské farmářské trhy

Karlínské farmářské trhy se konají na Karlínském náměstí a lákají svojí příhodnou polohou. Trhy se konají v sobotu od 8 do 14 hodin na travnaté ploše, proto si mohou návštěvníci přinést svou vlastní deku a vychutnat si oběd či piknik pod širým nebem. Trhy se konají od března do listopadu a organizátorem akce je společnost Food Event. Kromě klasického farmářského sortimentu jako sýry, maso, ovoce, zelenina či vejčeka, je na trhu připraven i bohatý doprovodný program ve formě tvořivých dílniček pro děti, divadla či hudebních vystoupení. V chladnějších měsících je zde k dispozici také ohniště, kde si návštěvníci mohou opéct špekáčky. (kudyznudy, 2018)

Obrázek 13: Karlínské farmářské trhy



Zdroj: FB – Karlínské farmářské trhy

Farmářské, řemeslné a sousedské trhy Prahy 1

Farmářské, řemeslné a sousedské trhy Prahy 1 organizuje společnost Delicato Centrum a.s. na náměstí Republiky blízko vstupu do stanice metra. Trhy se konají od pondělí do pátku od 9 do 20 hodin a provoz těchto trhů bývá obvykle zahájen v březnu a končí v listopadu. Kromě tradiční nabídky čerstvého ovoce a zeleniny či potravin od malovýrobců je možné zde koupit i produkty rukodělné výroby. (farmarsketryprahy1.cz, 2018)

Obrázek 14: Farmářské, řemeslné a sousedské trhy Prahy 1



Zdroj: farmarsketryprahy1.cz

Malé trhy Hradčanská

Malé farmářské trhy Hradčanská pořádá společnost Farma Market s.r.o., která dříve spravovala Farmářské tržiště Tylák. Na konci roku 2018 jim však byla vypovězena smlouva pro provozování farmářských trhů na Tylově náměstí. Došlo tak údajně z důvodu nedodržování smlouvy a nespokojenosti občanů s podobou trhů. Nový provozovatel trhů na Tylově náměstí zatím není známý, proto tyto trhy v přehledu chybí. (praha2.cz, 2018)

Společnost Farma Market s.r.o. se přesunula na Hradčanskou, kde pořádá trhy menší velikosti. Trhy se konají každý všední den od 8 do 18 hodin. Návštěvníci zde mohou nakoupit čerstvé, lokální potraviny od pěstitelů z celé České republiky. Mimo sezónu bývá sortiment doplňován o zboží malých zahraničních farmářů. Pro rok 2019 se organizátoři rozhodli následovat trend zero waste, a trh je tak kompletně bez plastů. Zboží dostanou

zákazníci zabalené do papírových sáčků či tašek z kukuřičného škrobu. (farmama.cz, 2018)

Obrázek 15: Malé trhy Hradčanská



Zdroj: FB – Malé trhy Hradčanská

Farmářské trhy Kubánské náměstí

Farmářské trhy Kubánské náměstí patřily vždy k oblíbenému místu nákupu obyvatel Prahy 10 i okolí. Od 23. května 2010 do 31. prosince 2011 pořádal tyto trhy zapsaný spolek Archetyp, který momentálně spravuje tržiště na Náplavce a farmářské trhy Heřmaňák. Zapsaný spolek Archetyp byl i zakladatelem těchto trhů. V posledních letech zajišťovala provoz trhů společnost Praha 10 Majetková a.s. Po dlouhodobé nespokojenosti občanů jim byla vypovězena smlouva na provoz trhů. Z tohoto důvodu vedení Prahy 10 vypsal v únoru 2019 výběrové řízení na nového provozovatele trhů. Dle posledních zpráv by se jím měl opět stát zapsaný spolek Archetyp. Ti dostali za úkol tržiště znovu oživit. První trh by se měl konat 30. března 2019. (prazsky.denik.cz, 2019)

Obrázek 16: Farmářské trhy Kubánské náměstí



Zdroj: farmarsketrziste.cz

4.4 Farmářské tržiště Heřmaňák

Farmářské tržiště Heřmaňák patří mezi nejnovější trhy, které na území Prahy vznikly. Heřmaňák zahájil provoz 9. září 2017 a jako místo konání si vybral Prahu 7, konkrétně Řezáčovo náměstí. Za konání trhu je zodpovědná organizace Archetyp, která pořádá například i velice oblíbený farmářský trh na pražské Náplavce. V roce 2017 se trh konal v sobotu jednou za čtrnáct dní, od začátku roku 2018 bylo však možné trh navštívit již každou sobotu. Tento trend pořadatelé plánují ponechat i pro rok 2019.

Obrázek 17: Umístění trhu Heřmaňák



Zdroj: farmarsketrziste.cz

Heřmaňák je jedinečný díky svému přístupu k obalům, protože se snaží prosadit principy bezobalového nakupování. Je to první farmářský trh takového druhu v České republice a první pravidelný farmářský trh na území městské části Prahy 7. Místní si od konání trhu slibují především oživení prostor a poskytnutí lidem něčeho, o co budou mít opravdu zájem. Je třeba zmínit, že princip bezobalového nakupování se různí organizátoři snaží v roce 2019 prosazovat i na dalších trzích. Heřmaňák byl však průkopníkem tohoto principu na území Prahy, tento trh se snažil eliminovat plasty již v roce 2017. (farmarsketrziste, 2018)

Princip bezobalového nakupování na farmářském trhu Heřmaňák je prostý. Lidé by si měli přinést vlastní nádoby, plátěné tašky či košíky, které používají stále dokola.

V těchto nádobách si poté odnesou své zakoupené potraviny. Organizátorka farmářského trhu Heřmaňák, Šárka Sedláčková, vysvětluje, jak by systém měl ideálně fungovat. „Snažíme se nabídnout co největší množství potravin, které si lidé mohou odnést ve vlastních nádobách. Kvůli hygienickým normám není ale možné provozovat stoprocentně bezobalový trh, některé potraviny musejí být stále balené – to je například vakuově balené maso, uzenářské výrobky a některé mléčné výrobky. Ve vlastních obalech si mohou zákazníci odnést zhruba padesát procent prodávaného zboží. Navíc se mohou přímo s konkrétním farmářem domluvit na způsobu zabalení zboží – buď nakoupí do vlastního obalu, nebo do znovupoužitelného zakoupeného přímo na místě, případně do vratného. Například při nákupu vajec z farmy mohou lidé vracet nejen papírové obaly, ale i suché skořápky nebo staré pečivo jako potravní doplněk pro slepice.“ (novinky.cz, 2017)

Obrázek 18: Data konání farmářského tržiště Heřmaňák

FARMÁŘSKÝ TRH HEŘMAŇÁK V ROCE 2018	
leden	13. 1., 20. 1., 27. 1.
únor	3. 2., 10. 2., 17. 2., 24. 2.
březen	3. 3., 10. 3., 17. 3., 24. 3. Farmářský trh není 31. 3.
duben	7. 4., 14. 4., 21. 4. Farmářský trh není 28. 4.
květen	5. 5., 12. 5., 19. 5. Farmářský trh není 26. 5.
červen	2. 6., 9. 6., 16. 6., 23. 6. Farmářský trh není 30. 6.
červenec	7. 7., 14. 7., 21. 7. Farmářský trh není 28. 7.
srpen	4. 8., 11. 8., 18. 8. Farmářský trh není 25. 8.
září	1. 9., 8. 9., 15. 9., 22. 9. Farmářský trh není 29. 9.
říjen	6. 10., 13. 10., 20. 10. Farmářský trh není 27. 10.
listopad	3. 11., 10. 11., 17. 11., 24. 11.
prosinec	1. 12., 8. 12., 15. 12., 22. 12., 29. 12.

FARMÁŘSKÝ TRH HEŘMAŇÁK V ROCE 2019	
leden	12. 1., 19. 1., 26. 1.
únor	2. 2., 9. 2., 16. 2., 23. 2.
březen	2. 3., 9. 3., 16. 3., 23. 3. Farmářský trh není 30. 3.
duben	6. 4., 13. 4., 20. 4. Farmářský trh není 27. 4.
květen	4. 5., 11. 5., 18. 5. Farmářský trh není 25. 5.
červen	1. 6., 8. 6., 15. 6., 22. 6. Farmářský trh není 29. 6.
červenec	6. 7., 13. 7., 20. 7. Farmářský trh není 27. 7.
srpen	3. 8., 10. 8., 17. 8., 24. 8. Farmářský trh není 31. 8.
září	7. 9., 14. 9., 21. 9. Farmářský trh není 28. 9.
říjen	5. 10., 12. 10., 19. 10. Farmářský trh není 26. 10.
listopad	2. 11., 9. 11., 16. 11., 23. 11.
prosinec	7. 12., 14. 12., 21. 12., 28. 12.

Zdroj: farmarsketrziste.cz

Na Heřmaňáku zákazníci nenajdou žádné mikrotenové sáčky či igelitové tašky. Jak již bylo zmíněno výše, spotřebitelé své nákupy ukládají do přinesených nádob. Pokud se však stane, že si spotřebitel zapomene přinést vlastní tašku či sklenici, je zde vymyšlena alternativa, která nabízí spotřebiteli zakoupit si recyklované papírové obaly, sklenice či kompostovatelné sáčky na ovoce Frusack. Pořadatelé však preferují, aby si zákazník obaly

přinesl sám. „Preferujeme, aby si zákazník přinesl vlastní znovupoužitelné obaly. Prozatím se konalo pouze několik trhů a ochota zákazníků odnášet si nákup ve vlastních taškách nebo nádobách je obrovská.“ (gastroahotel.cz, 2017) Pro zákazníky, kteří si nosí vlastní obaly, jsou připravené i různé výhody, například za přinesený vlastní kelímek na kávu dostane zákazník slevu pět korun z připravené kávy. Jak bezobalový nákup na Heřmaňáku funguje a jaké obaly si s sebou přinést, ukazuje obrázek č. 17.

Obrázek 19: Jaké obaly si s sebou přinést?



Zdroj: farmarsketrziste.cz

Velikostí je farmářský trh Heřmaňák spíše sousedský, lokální trh. Pravidelně je zde k dispozici kolem 20 až 30 stánků, které nabízejí nejrůznější sortiment. Obvykle zde můžeme najít sezónní zeleninu a ovoce, mléčné výrobky jako mléko, jogurty, sýry či máslo, vejce z chovu s volným výběhem, maso, uzeniny a různé pečivo. Dále je možné zakoupit mošty, med od včelaře, víno, koření, sladkosti či v případě dobrého počasí i květiny. Počasím je limitována i nabídka ovoce a zeleniny, v zimních měsících, kdy mrzne, tento sortiment na trhu bohužel chybí. Organizátoři trhu si zakládají i na doprovodném programu. Častá jsou různá hudební vystoupení, workshopy či slavnosti jako zabijačkové hody nebo v zimních měsících velmi oblíbené opékání špekáčků.

Farmářské tržiště Heřmaňák je skvělým příkladem sousedské soudržnosti. Do konceptu trhu se zapojuje i letenská kavárna Alchymista, která na trh dováží nejen skvělé domácí dorty a pečivo, ale každý konaný trh odebírá mléko z mlékárny Babina, která se stala nedílnou součástí trhu Heřmaňák a hostům z něj připravuje výborné kávové nápoje

jako cappuccino či café latté. Farmářské tržiště Heřmaňák si pochvalují i místní obyvatelé. Oceňují především fakt, že se kolem tržiště začíná budovat místní komunita, která se každou sobotu na trhu schází a probírá novinky, které se dějí v městské části Prahy 7. (farmarsketrziste, 2018)

Obrázek 20: Farmářský trh Heřmaňák



Zdroj: vlastní

Obrázek 21: Farmářský trh Heřmaňák - doprovodný program a občerstvení



Zdroj: farmarsketrziste.cz

4.4.1 Sortiment trhu Heřmaňák

Na farmářském trhu Heřmaňák bývá pravidelně k dispozici mezi dvaceti až třiceti stánky, které nabízejí nejrozličnější sortiment od zeleniny, ovoce, mléka, pečiva až po nejrozličnější občerstvení či řemeslné výrobky. Farmáři a prodejci se na trhu střídají, informace o tom, zda se zrovna daný prodejce trhu účastní, jsou dohledatelné na webových stránkách Heřmaňáku.

Zelenina, ovoce, houby:

- Zelenina a byliny Šťastných – nabízí sezónní zeleninu, ovoce, saláty, ale i nejrozličnější byliny a houby;
- Kysané zelí z Hrejkovic – nabídka kysaného zelí připraveného dle tradiční receptury a výrobků ze zelí;
- Ovocnářství Ploskovic – nabízí jablka a jablečné mošty;
- Sady Bílé Podolí – specializují se především na mošty, jablka, hrušky, sušené ovoce a ořechy;
- Moštárna Louny – prodává jablečné mošty v lahvích i bag-in-boxech, možnost zakoupení vratných lahví;
- DRYKK – nabízí čerstvý jablečný mošt lisovaný přímo na místě. (farmarsketrziste, 2019)

Květiny:

- Květinářství z Dřís – pestrá nabídka květin, především české tulipány, narcisky a později i luční květy. (farmarsketrziste, 2019)

Mléko, vejce:

- Mlékárna Babina – široká nabídka mléčných výrobků jako mléko, jogurty, tvaroh, sýry, syrovátky či zákysy;
- Vajíčka farma Vesecký – prodej vajíček od slepic s volným výběhem;
- Farma Bio Vavřinec – nabízí mléko, jogurty, tvaroh, sýry, syrovátky, zákysy a to vše v biokvalitě;

- Dvůr Kobylnice – zde je možné zakoupit vejčká od slepic s volným výběhem či domácí máslo ghí;
- Likavčan – jedná se o slovenskou ovčí farmu, která nabízí parenici, korbáčky, sýrové nitě, žinčicu nebo bryzdu. (farmarsketrziste, 2019)

Kavárna, cukrárna:

- Cukrárna Alchymista – pestrá nabídka kávy, zákusků, cheesecaků a různých nápojů;
- Cukrárna U Andělky – nabízí originální dorty a zákusky z Vysočiny;
- Koláčové království – nabízí tradiční lité koláče dle rodinných receptů;
- Cukrářství U Šupinky – široká nabídka minizákusků jako minivěnečky, minivětrníky či minikremrole. (farmarsketrziste, 2019)

Pekařství:

- Pekařství Bayer – v sortimentu najdeme především kváskový žitný a špaldový chléb, ručně pletené housky, koláče či koláčky;
- Pekařství Kejval – toto pekařství nabízí kváskový a žitný chléb, rohlíky, ručně pletené housky nebo knedlíky mnoha druhů;
- Petite France – specializují se na francouzské bagety a kváskové chleby;
- Štrúdlý a vdolky – výrobky tradiční české kuchyně jako záviny, vdolky či koláče;
- Tradiční slovenské pagáčky – slané a sladké pagáčky, tradice ze Slovenska;
- České buchty – klasické i originální varianty českých buchet. (farmarsketrziste, 2019)

Maso:

- Ekofarma Babiny – nabízí vyzrálé biohovězí, domácí klobásky z biomasa či hovězí vývar;
- Uzenářství Loužecká – pestrá nabídka tradičních uzenin jako párky, šunky, klobásky, tlačěnka, škvarky apod.;

- Farma Zelenka – nabízí krůtí maso, mleté a uzeniny z krůtího masa, je možné si objednat i celou krůtu;
- Kachnička na růžovo – nabídka lahůdkových kachních paštik a uzených kachních prsíček s bylinkami, brusinkami či česnekem;
- Salámy z Vysočiny – pestrá nabídka loveckých a suchých salámů, dále prodávají klobásy vyrobené tradičními postupy a uzené na bukovém dřevu;
- Králičí farma Pitner – nabízí králičí maso, uzeniny a delikatesy. (farmarsketrziste, 2019)

Delikatesy:

- Cejlonské koření – bohatá nabídka čerstvě mletého koření nejvyšší kvality jako vanilka, curry, skořice a směsi bez soli, dále prodávají horký masala čaj do hrnku;
- Mama´s – jedná se o česko-makedonský projekt, prodávají ajvary a další nakládané domácí speciality;
- Lozano Červenka – španělsko-česká rodinná farma, nabízejí olivový olej, mandle, sušené mango či fíky;
- Mandlová – v nabídce zde najdeme olivový olej, mandle na slano, sladko, natural nebo s bylinkami a ume octem;
- Včelařství František Řezníček – prodávají med a výrobky z medu jako medovinu, propolis a propolisové léčebné masti a tinktury;
- Pavel Sandor – nabízí produkty z Českého lesa jako sušené houby, nakládané houby, borůvky a brusinky;
- Farma Křišňův Dvůr – specializují se na mouky získané z ekologicky vypěstovaných surovin nebo surovin v biokvalitě, které jsou umleté na kamenném mlýně (různé typy jako pšeničná, žitná, ječná, rýžová apod.), dále nabízejí celozrnné sušenky, cizrnové dezerty, kokosky, zapečené müsli nebo hrachové křupky. (farmarsketrziste, 2019)

Občerstvení:

- Gustus – nabídka panini a plněných baget;

- Prague Jerk Station – vyhlášený pražský street food, připravují především jamajské speciality jako pikantní jamajský bůček z grilu, smažené kuře s domácími nakládanými papričkami či karibské kari s batáty a cizrnou. (farmarsketrziste, 2018)
- V nabídce bývají pravidelně i různá vinařství nabízející lahvová archivní vína, horké svařené víno do porcelánu či rozlévané víno do sklenic;
- Točené pivo obvykle obstarává Minipivovar Isao nebo Hákův parní pivovar, který nabízí i svařené víno či lahvovaná vína a pivo. (farmarsketrziste, 2019)

Řemeslo:

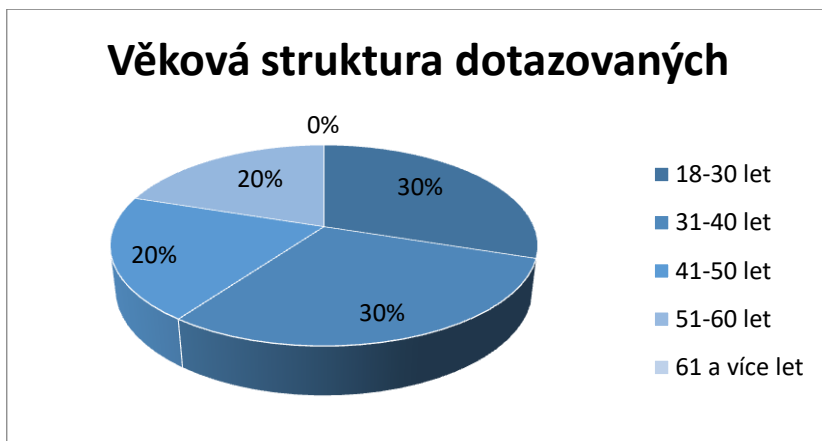
- Atelier Modrokvět – nabízejí různé květinové a rostlinné dekorace;
- Můj pytlík – vyrábí látkové sáčky a tašky, které skvěle poslouží pro skladování potravin zakoupených na trhu či najdou své využití v domácnosti. (farmarsketrziste, 2019)

4.5 Empirický výzkum

4.5.1 Představení účastníků výzkumu

Jméno	Věk	Místo bydliště	Dosažené vzdělání	Momentální zaměstnání	Četnost návštěv FT
JITKA	46 let	Praha 3	Střední odborné učiliště	Kadeřnice	Nárazově (cca 4x do roka)
JAN	52 let	Praha 7	Střední odborné učiliště	Obchodní zástupce	Nárazově (cca 1x za měsíc)
KLÁRA	26 let	Praha 7	VŠ	Asistentka firmy	Pravidelně (cca 2x až 3x za měsíc)
BARBORA	19 let	Praha 10	Střední s maturitou	Studentka VŠ	Nárazově (cca 1x za měsíc)
MICHAL	31 let	Čelákovice	Střední s maturitou	Designer	Pravidelně (cca 2x za měsíc)
DANIELA	37 let	Praha 6	VŠ	Politoložka	Pravidelně (cca 2x za měsíc)
JAROSLAV	44 let	Říčany	Střední s maturitou	Podnikatel	Nárazově (cca 1x za dva měsíce)
TEREZA	34 let	Praha 8	VŠ	Učitelka na ZŠ	Nárazově (cca 1x za měsíc)
JANA	55 let	Praha 7	VŠ	Lékařka	Pravidelně (cca 2x za měsíc)
PETR	22 let	Praha 2	Střední s maturitou	Student VŠ	Nárazově (cca 6x za rok)

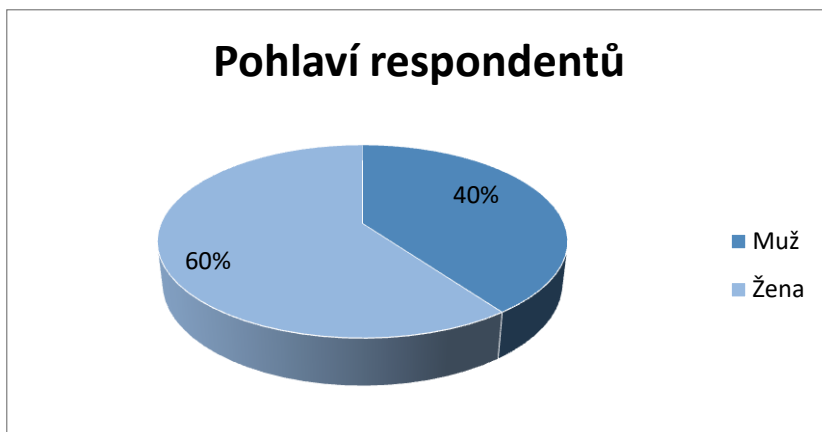
Graf 1: Věková struktura dotazovaných



Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti byli vybíráni náhodným výběrem, kdy byl kladen důraz na obsažení různých věkových kategorií. Z tohoto důvodu skoro každá věková kategorie obsahuje několik respondentů. Výzkumu se pouze neúčastnil nikdo nad 61 let.

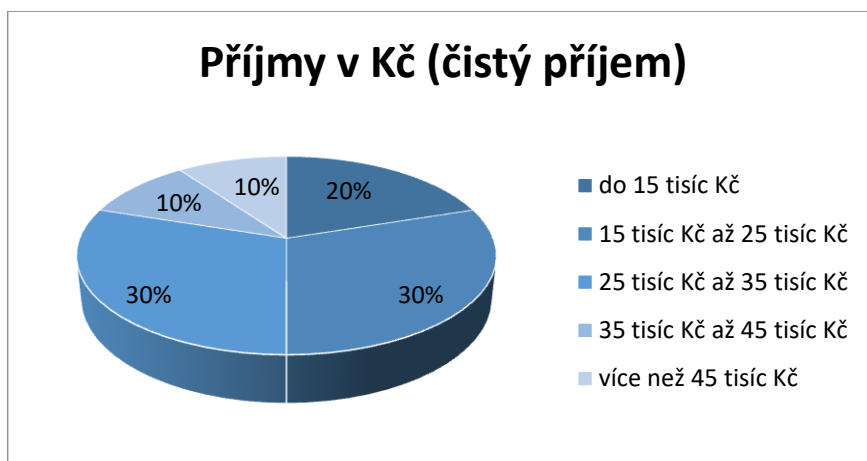
Graf 2: Pohlaví respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

I přes to, že výběr respondentů byl náhodný, vzorek je poměrně genderově vyvážený. Výzkumu se účastnili čtyři muži a šest žen.

Graf 3: Příjmy v Kč (čistý příjem)



Zdroj: vlastní zpracování

Pro lepší pochopení nákupní schopnosti byli respondenti požádáni, aby se zařadili do jedné z příjmových kategorií. Příjem do 15 tisíc korun měli dva dotazovaní, kteří jsou stále studenti. Nejčastěji respondenti uvedli příjem od 15 do 35 tisíc korun. Jeden respondent měl mezi 35 až 45 tisíci korun a další nad 45 tisíc korun. Tento fakt mohl ovlivnit motivy dotazovaných k nákupu a také to, jaký objem finančních prostředků jsou na trhu ochotni utratit či jak často trh navštěvují celkově.

4.5.2 Úvod rozhovoru, přínos farmářských trhů a zkušenosti s nimi

Úvod rozhovoru byl zaměřen na seznámení respondentů s účelem výzkumu. Dále byli účastníci studie dotázáni na informovanost ohledně ekologického zemědělství, biopotravin a alternativních potravinových sítí. S pojmy ekologické zemědělství a biopotraviny se všichni respondenti již několikrát setkali. Většina dotázaných uvedla, že ekologické zemědělství je pro ně *zajímavou alternativou pěstování potravin, kdy nedochází ke zbytečnému hnojení a nepoužívají se při tom škodlivé chemikálie*. Respondent Jan uvedl, že se několikrát ve svém okolí setkal s názorem, že *ekologické zemědělství je pouze past na lidi, kdy potraviny takto vypěstované jsou pouze předražené, ale nemají žádnou další přidanou hodnotu*. Tento názor částečně podporuje i respondentka Barbora, která si není jistá, zda *biopotravinám stoprocentně důvěřuje*. Ostatní na biopotravinách oceňují především jejich *kvalitu či lepší chuť dané potraviny bez zatěžování organismu škodlivinami*. Respondentka Jana si ráda *biopotraviny koupí i přes vyšší cenu, protože si*

myslí, že více prospívají jejímu zdraví. Pojem alternativní potravinové sítě z dotázaných nikdo neznal. Po vysvětlení většina uvedla, že se i přes neznalost pojmu s AFN již setkali a kromě farmářských trhů několikrát využili například farmářské obchody či prodej ze dvora.

Dále rozhovor plynule přešel na téma farmářské trhy, které se během fungování v České republice staly fenoménem, který oslavuje návrat k tradici. Všichni dotázaní tento fenomén shledávají jako pozitivní alternativu nákupu potravin, kdy ve velmi příjemné atmosféře mohou nakoupit čerstvé lokální potraviny od malých farmářů.

Respondentka Klára navštěvuje farmářské trhy pravidelně, v sezóně trhy navštěvuje klidně každý týden, mimo sezónu na trh zajde alespoň jednou za měsíc. Sama přiznává, že jako největší přínos trhů vidí příležitost, která se nabízí malým producentům. Výhody dle ní trhy přinášejí i zákazníkům, kteří mohou své nákupy uskutečnit v příjemném prostředí. *„Koncept farmářských trhů se mi velmi líbí. Myslím, že je to dobrá příležitost pro menší producenty k prodeji svých výrobků a příjemné místo pro návštěvníky.“* Její názor podporuje i respondent Jan, který trhy navštěvuje nárazově. S trhy má zatím velice kladné zkušenosti, a pokud má v sobotu čas, vždy si rád zajde pro suroviny na sváteční nedělní oběd. *„Zkušenosti s trhy mám zatím dobré a jistě jsou velkým přínosem pro městské části Prahy. Pro mě, jako pro zákazníka, je příjemné, že si můžu zakoupit zboží z první ruky. Poslední dobou jsem se naučil chodit na farmářský trh Heřmaňák, protože se mi líbí jeho přístup k odpadům. Pokud mám v sobotu čas, vždy si zajdu koupit lokální potraviny, z kterých pak s manželkou vaříme nedělní oběd. Velice oblíbeným se u nás stalo zelí z Hrejkovic.“*

Z výpovědí respondentů lze usoudit, že na trhy dochází především kvůli ověřeným farmářům. Tento fakt potvrzuje i respondent Michal, který i přes to, že bydlí v Čelákovících, tak si přibližně dvakrát do měsíce udělá výlet do Holešovic, kde nakupuje výrobky od svých oblíbených prodejců. *„Farmářský trh Heřmaňák jsem si hned po první návštěvě zamiloval. Hrozně mě tam baví ta sousedská atmosféra. Kamarádka bydlí asi dva bloky od místa konání Heřmaňáku, takže se tam často v sobotu s přáteli scházíme. Nejvíce na trhu nakupuji ovoce a zeleninu, která je sice malinko dražší než v obchodě, ale ta chuť je úplně někde jinde. Posledně jsem si koupil i mošt ze stánku Moštárna Louny a ten opravdu doporučuji. Z občerstvení nikdy neodoláme kávě z kavárny Alchymista, kde mají i*

výborné zákusky. Celkově mám s tímto trhem pozitivní zkušenosti, našel jsem si zde několik farmářů, kterým důvěřuji a vím, že produkty od nich jsou opravdu lokální a čerstvé.“

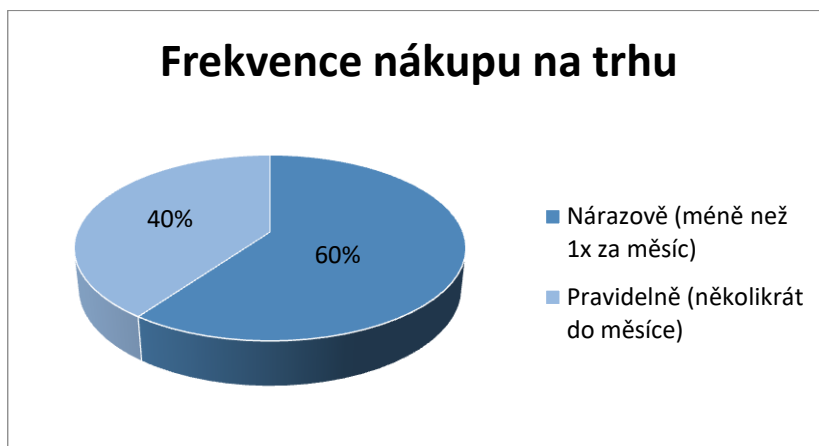
Právě důvěra ve farmáře přivádí na trhy většinu respondentů. Lze předpokládat, že tato důvěra vznikla i díky organizátorům trhů, kteří se v poslední době snaží farmáře na trzích kontrolovat a vybírat pouze ty ověřené. To potvrzuje i respondentka Jana, která uvedla, že se *farmářů na původ potravin moc nevyptává, ale většinou prodejci důvěřuje, protože si myslí, že na trzích jsou pouze ověřeni farmáři.*

K čtenější kontrole farmářů na trzích začalo bezpochyby docházet po mnoha incidentech, kdy bylo zjištěno, že se na trzích prodávají nekvalitní potraviny, které nemají lokální charakter a byly často nakoupeny v supermarketu a za farmářské je pouze vydávali prodejci. Tato nejistota u některých nakupujících může stále přetrvávat, a na trzích tak dochází k větší ostražitosti ze strany spotřebitelů. S tím souhlasí i respondentka Tereza. *„Při nákupu jsem vždy maximálně ostražitá, jelikož jsme se již setkala i s nekvalitním zbožím od nepoctivého prodejce. Stalo se mi to tedy na jiném trhu v Praze, ale od té doby se na původ a informace o potravině farmáře vždy ptám. Můj názor je takový, že každý poctivý prodejce se rád pochlubí a prozradí vám, jak byly potraviny vypěstovány.“* Špatnou zkušenost s trhy má i respondent Jaroslav, který prozradil, že se mu už *párkrát na jiném trhu stalo, že prodejci prodávali výrobky nakoupené v hypermarketu a vydávali je za své vypěstované. Od té doby si již dává velký pozor, co nakupuje. S Heřmaňákem má však zatím pozitivní zkušenosti.*

Ostatní respondenti na otázku o zkušenostech s farmářskými trhy odpověděli velice kladně. Respondentky Jitka a Barbora si nemůžou vynachválit *přátelskou atmosféru*, Daniela zase oceňuje *sezónnost prodávaných potravin*, kdy na trhu může nakoupit to, co zrovna v dané sezóně roste, a je si tak jistá, že si domů přinese čerstvé potraviny.

4.5.3 Frekvence nákupu na trzích, získávání informací o konání trhu a motivy vedoucí k nákupu na trhu

Graf 4: Frekvence nákupu na trhu



Zdroj: vlastní zpracování

Jak je z grafu č. 4 viz výše zřejmé, většina dotazovaných farmářské trhy navštěvuje pouze nárazově. Tři z deseti respondentů odpověděli, že se snaží na trh docházet alespoň jednou za měsíc. V sezóně jsou jejich návštěvy častější, mimo sezónu však na trhy skoro nechodí. Dva respondenti trhy navštěvují pouze několikrát do roka. Respondent Jaroslav uvedl, že je to především z důvodu absence trhu v jeho místě bydliště. Zbytek respondentů chodí na trhy nakupovat pravidelně, a to alespoň dvakrát do měsíce. Respondentka Klára uvedla, že v sezóně je na trhu skoro každý víkend. Mimo sezónu její návštěvy tak časté nejsou, i přes to se ale na trh v zimních měsících vydá alespoň jednou za čtrnáct dní.

Hlavními důvody, proč respondenti trhy navštěvují, jsou kvalitní, čerstvé, lokální potraviny, které mají lepší chuť a které by v supermarketu v takovéhle kvalitě nenašli. Dle respondentky Daniely je velmi důležitým motivem pro nákup i podpora místních farmářů. „Myslím si, že je velmi důležité podporovat lokální prodejce. Lidé by si měli uvědomit, že i čeští farmáři jsou schopni vyprodukovat kvalitní potraviny, které mají nesrovnatelně lepší chuť než dovezené produkty. Přijde mi vyloženě neférové říkat, že ekologické zemědělství a farmářské trhy celkově jsou pouze způsobem, jak ze spotřebitelů získat více peněz. S tímto názorem jsem se navíc většinou setkala u lidí, kteří farmářským trhům ani nedali šanci.“ Podobný názor má i Michal, jehož hlavním motivem k nákupu je kvalita a čerstvost nakoupených potravin, ale zároveň i rád podpoří místní farmáře a českou ekonomiku. „Po

nákupu na farmářských trzích mám ze sebe dobrý pocit. Nejen že jsem podpořil místní farmáře a českou ekonomiku, ale ještě jsem i šetrnější k přírodě. Myslím si totiž, že to, co je vypěstováno lokálně, je ekologičtější. Na Heřmaňáku navíc nenajdete žádné igelitové sáčky či jednorázové plasty, to vidím také v dnešní době jako velké plus.“

Dalším důvodem, proč respondenti radši nakoupí na trhu než v supermarketu, je i přátelská atmosféra, která na trzích vládne. To potvrzuje i Tereza, která oceňuje ochotu a milý přístup prodávajících. *„Na trhu ráda nakupuji i z důvodu vřelé atmosféry. V supermarketu se vždy cítím ve stresu, mám pocit, že musím rychle nakoupit a odejít, z některých zaměstnanců mám pak vyloženě pocit, že je obtěžuji. To se mi na trhu nestává. Prodejci jsou na mě vždy milí, je až skoro pravidlem, že to, co nakupuji, dostanu nejdříve ochutnat. Pokud mám zájem, mohu se i o nakupované potraviny mnoho dozvědět. V supermarketu se mi občas stává, že mě prodavačka ani nepozdraví, na trhu si se mnou však prodejci rádi popovídají i jen tak, o životě, což mi vždy zvedne náladu.“*

První informace o existenci farmářských trhů se většina respondentů dozvěděla od známých či rodiny. Myšlenka farmářských trhů respondenty prvotně tak nadchla, že neváhali a vyhledali si konkrétní informace na internetu. Právě internet je místo, kde většina dotazovaných hledá informace o konání trhů či jací prodejci se zrovna daného trhu účastní. Populární jsou mezi mladšími respondenty i sociální sítě. Klára, Barbora a Petr uvedli, že nejčastěji se o konání trhu dozví na Facebooku. *„Informace o trzích si vždy hledám na internetu. Zrovna Heřmaňák má hezky udělané jak webové, tak facebookové stránky. Na webu jsou navíc každý týden vypsáni prodejci, kteří na trhu budou daný den prodávat. Naopak na Facebooku oceňuji, že pokud se na trhu koná nějaká speciální akce, vždy organizátoři vytvoří událost, kde aktualizují informace,“* uvedla Klára.

I přes to, že většina dotazovaných si vyhledává informace na internetu, je mnoho informací dohledatelných i v tisku. To potvrzuje i Jan. *„Na internetu jsou informace samozřejmě aktuálnější a lépe dohátelné, ale již několikrát se mi stalo, že jsem se dozvěděl různé zajímavosti či novinky o trzích právě z novin.“*

4.5.4 Očekávaný sortiment na trhu

Výše bylo zmíněno, že dotazovaní na trzích očekávají především čerstvé, kvalitní potraviny od místních farmářů. Základní sortiment bývá na všech trzích téměř totožný. Většinou bývá k dostání ovoce, zelenina, mléčné výrobky jako různé sýry či jogurty, maso, uzeniny, pečivo, ale také doprovodný sortiment jako zákusky či různé koření a zavařeniny. Další otázky měly objasnit, co respondenti na trhu očekávají, co tam nejčastěji nakupují, kolik za nákup na trhu utratí a zda jsou jejich očekávání, co se sortimentu na trhu týče, naplňována. Je třeba podotknout, že všichni respondenti již na trhu minimálně jednou byli, proto by se dalo říci, že již věděli, co od nabídky očekávat. Jelikož většina respondentů odpověděla, že Heřmaňák navštívili několikrát i v minulosti, můžeme předpokládat, že již na trh chodí nakupovat své oblíbené produkty k ověřeným farmářům.

Dotazovaní nejčastěji odpovídali, že se na trh vydávají nakupovat ovoce, zeleninu, uzeniny, maso, pečivo a sýry. Tato odpověď se dala očekávat, tento sortiment je totiž k dostání téměř na každém trhu a respondenti tak ví, že tyto produkty na trhu bez problému seženou. Další produkty, které byly mezi respondenty hojně zmiňovány, bylo víno, mošty, marmelády či zavařované ovoce a zelenina. *„Na trhu samozřejmě očekávám velký výběr ovoce, zeleniny, mléčných výrobků, čerstvého masa a pečiva. Chápu, že v zimních měsících je výběr ovoce a zeleniny menší. Myslím si ale, že každý by si měl zvyknout na určitou sezónnost potravin. Přijde mi naprosto nelogické v zimě jíst jahody z dovozu, které jsou naprosto bez chuti, když si můžu na trhu zakoupit chuťově skvělé hrušky a jablka, které byly vypěstovány v České republice,“* uvedla Jana. Na sezónnost potravin upozornil i Jaroslav. *„Na trhu očekávám samozřejmě čerstvé ovoce a zeleninu. Pokud ale v prodeji vidím něco, o čem vím, že v danou dobu neroste, bývám ostražitý. Je mi totiž jasné, že prodejce bude pravděpodobně nepoctivý a snaží se prodat zboží z dovozu.“*

Předpoklad o nákupu oblíbených produktů zmíněný výše, potvrdil Michal. *„Na Heřmaňák chodím skoro od jeho úplných začátků, takže vím, co od sortimentu očekávat. Kromě ovoce a zeleniny, kterou si koupím skoro na každém trhu, jsem si oblíbil hovězí maso z ekofarmy Babiny nebo ajvary Mama's. Hodně na Heřmaňáku oceňuji, že se prodejci moc nestřídají. To ve mně vzbuzuje důvěru a navíc je skvělé, že své oblíbené produkty seženu na trhu skoro pokaždé.“*

Další otázka měla zjistit, kolik peněz jsou respondenti ochotní na trhu utratit za farmářské výrobky. Je třeba zmínit, že většina dotazovaných měla čistý příjem vyšší než dvacet tisíc korun za měsíc. Je proto možné se domnívat, že i z tohoto důvodu více než polovina respondentů odpověděla, že na trhu utratí více než pět set korun a že si za kvalitní potraviny rádi připlatí. *„Nákup na farmářském trhu беру jako svůj víkendový rituál. Ráda si o víkendu dopřeji dobré jídlo, proto do nákupu na trhu často investuji i více než pět set korun. Nevadí mi, že potraviny na trhu jsou trošku dražší, protože chápu, že za kvalitu si člověk musí připlatit. O to více mi pak ale uvařené jídlo chutná, protože si mohu být jistá, že jsem ho připravila pouze z hodnotných potravin,“* uvedla Jana. Respondent Jan přiznává, že na trh chodí nárazově, když už se tam ale vydá, utratí kolem pěti set korun až tisíci koruny. Podobně to má i Daniela, která ráda na trhu kupuje méně používané potraviny. *„Na trhu jsem si zvykla nakupovat pro někoho možná až podřadnou zeleninu jako je řepa, kapusta nebo celer. Líbí se mi, že mi často prodejce poradí, jak danou potravinu připravit tak, aby byla co nejchutnější. Kvůli tomuhle přístupu mi nevadí za potraviny zaplatit o trochu více než v supermarketu. Obecně bych řekla, že na trhu obvykle utratím mezi 300 až 800 korunami.“*

Co se očekávání respondentů týče, většinou byli dotazovaní se sortimentem na trhu spokojeni. Přesto se v odpovědích respondentů objevila různá doporučení, co by na trhu uvítali ve větším množství či v širším výběru. Jitka uvedla, že na trhu ráda nakupuje i různé ručně vyráběné výrobky jako košíky či různé pletené věci jako šály a ponožky. Přiznala se však, že ne na každém trhu je tento sortiment k dostání. *„Poslední dobou jsem si zvykla na trhu nakupovat i různý doplňkový sortiment jako košíky, látkové sáčky či pletené ponožky a šály. Myslím si, že je to velmi originální dárek pro blízké, často však tento sortiment na trzích chybí nebo je nedostatečný. To je bohužel i případ Heřmaňáku, kde je tento sortiment pouze okrajově. Na druhou stranu rozumím tomu, že je Heřmaňák trh menší velikosti a z tohoto důvodu je nabídka omezená.“* Klára uvedla, že jí na trhu chybí především větší výběr přírodní kosmetiky, dřevěného nádobí či nemletá, kvalitní káva. *„Zdá se mi, že na trzích by mohlo být více stánků s přírodní kosmetikou či ručně vyráběným dřevěným nádobím. Co také na trzích velmi postrádám, je kvalitní zrnková káva. Chápu, že se nejedná vyloženě o lokální potravinu, ale myslím si, že v tomto případě by mohla být udělena výjimka, pokud by se jednalo o fair trade výrobek, který byl upražen v České republice. Na Heřmaňáku bych například ocenila přítomnost Letenské pražírny,*

kteřá praží dle mého názoru výbornou, kvalitní a především cenově dostupnou kávu. Navíc se jedná o letenský podnik, takže by tak docházelo k další vzájemné podpoře mezi tržištěm a lokálním podnikem, což by místní obyvatelé jistě ocenili.“ Na myšlenku prohloubení vztahů mezi tržištěm a holešovickými restauracemi a kavárnami upozornil i Jan. „Myslím si, že fungování trhů by mohlo podpořit určité partnerství mezi Heřmaňákem a místními podniky. Z jedné strany by to umožnilo rozšíření nabídky občerstvení a z té druhé by to byla skvělá příležitost pro letenské podniky k získání nových zákazníků.“

Z výše rozebraných odpovědí respondentů je zřejmé, že nabídka trhu Heřmaňák je omezená především z důvodu velikosti trhu. Jedná se o menší trh s asi třiceti stánky, proto je doplňkový sortiment jako ručně vyráběné nádoby či pletené výrobky pouze v omezeném množství. Velmi zajímavý byl návrh určitého partnerství mezi tržištěm a letenskými podniky. To by do budoucna mohla být zajímavá cesta, která by mohla trh oživit.

4.5.5 Vnímání kvality výrobků na trzích

V teoretické části práce jsme si uvedli, že farmářské trhy vznikly jako touha po návratu k tradici, kdy spotřebitelé již měli dost klamání a znovu začali mít zájem o kvalitní lokální potraviny. Je třeba podotknout, že vnímání kvality jako takové je velmi subjektivní. U někoho může vzbuzovat pocit kvality dokonalé, stejně vypadající ovoce a zelenina v supermarketu. Někdo naopak může vnímat kvalitu jako soubor vlastností, kde potravina nemusí vypadat dokonale, ale měla by dobře chutnat, být čerstvá a její výrobce či pěstitel by měl podporovat ekologii bez zbytečného hnojení či přidávání chemikálií do svých výrobků.

Odpovědi respondentů ukázaly, že nikdo z dotázaných o kvalitě výrobků na trzích nepochybuje. Všichni uvedli, že potraviny na trzích vnímají jako kvalitnější alternativu k těm, které jsou prodávány v supermarketu. Dále jsme se ve výpovědích respondentů dozvěděli, že kvalita pro ně znamená především *čerstvost, výraznou chuť a odpovídající trvanlivost potraviny*. Tereza uvedla, že kvalita je poznat i na vzhledu a výdrži potraviny. „Myslím si, že potraviny prodávané v rámci farmářských trhů jsou určité kvalitnější než ty, které bych sehnala v supermarketu. Pro někoho by to možná byly detaily, ale začala jsem si hodně všimat, že zakoupené ovoce, zelenina nebo pečivo na trhu, mi vydrží déle čerstvé než to ze supermarketu. Pravděpodobně to bude tím, že ovoce a zelenina v supermarketu

jsou dováženy ze zahraničí, kde jsou sklizeny ještě nezralé a musí dozrát po cestě. Kvůli tomu se stává, že potraviny v supermarketu jsou často nahnílé, plesnivé nebo nějak pomačkané. Často ještě supermarket balí ovoce a zeleninu do plastových obalů, kde je téměř nemožné prohlédnout si, zda je potravina v pořádku a není tam nějaký kousek nahnílý. To, že je to naprosto neekologické, snad ani nemusím zmiňovat. Na Heřmaňáku se mi líbí, že si při nákupu mohu každý kousek ovoce a zeleniny prohlédnout a uložit si ho do svého sáčku. Já sama si sáčky na ovoce a zeleninu šiji, takže nepoužívám ty plastové. Pokud se vrátím ke kvalitě pečiva na trhu, i ta je mnohonásobně lepší než u pečiva ze supermarketu. Pečivo ze supermarketu je druhý den tuhé a gumové, pokud ho nezabalím do sáčku, tak mi často i ztvrdne. Když si ale zakoupím chléb na trhu, tak ten mi vydrží klidně i pět dní, a to ho většinou ani nemusím složitě do něčeho balit.“ Srovnání zeleniny a ovoce ze supermarketu a z trhu uvedl i Michal. Toho vyloženě zaráží, v jakém stavu se občas ovoce a zelenina v supermarketu prodává. „Od té doby, co chodím na farmářské trhy, ovoce a zeleninu v supermarketu skoro nekupuji. Několikrát se mi stalo, že jsem si koupil rajčata v nejmenovaném supermarketu, která byla po rozbalení na několika místech plesnivá. To, že rajčata v supermarketu nemají skoro žádnou chuť, bych ještě pochopil. Přece jen bývají sklizena nezralá. Ale to, že výrobce zabalí zeleninu tak, aby nebylo poznat, že není v pořádku, tak to mě vyloženě štve. Opravdu nemám zájem platit za něco, co vypadá na první pohled dokonale, ale po rozbalení zjistím, že jsem si zakoupil nahnílý výrobek bez chuti. To si radši na trhu připlatím a koupím si možná vzhledově nedokonalé, ale chuťově skvělé rajče z lokální produkce.“

Z výpovědí respondentů výše je zřetelné, že jsou zklamáni kvalitou ovoce a zeleniny v rámci supermarketů. Je obecně známé, že ovoce a zelenina z dovozu se sklízí ještě nezralá a musí dozrát po cestě do cílové destinace. Z důvodu dlouhého transportu je ošetřena různými postříky a chemikáliemi tak, aby vydržela co nejdéle. Každý se již určitě setkal s tím, že zelenina a ovoce ze supermarketu mu vydržela v lednici neúměrně dlouho právě díky chemikáliím v ní obsažených, nebo naopak že mu druhý den začala hnit kvůli poškození slupky či různému namáčknutí potraviny, ke kterému došlo v rámci dlouhého transportu. Lze předpokládat, že právě kvůli stavu ovoce a zeleniny v supermarketech většina respondentů nahlížela na kvalitu právě skrze čerstvost a odpovídající výdrž zakoupené potraviny v rámci trhu. Čeho si také všimli všichni respondenti, je lepší a výraznější chuť potraviny, kterou si zakoupí na trhu. Ta je způsobena tím, že ovoce a

zelenina na trhu je sklizena až zralá, na trhu je prodávána čerstvá, a protože se jedná o lokální produkci, urazí na trh opravdu malou vzdálenost. Je třeba zmínit, že i některé supermarkety podlely trendu lokální produkce, a nabízí tak české ovoce a zeleninu. K tomu se vyjádřila Daniela, která tento nápad nevnímá moc pozitivně. *„Všimla jsem si, že i v supermarketech lze najít lokální produkci. Neshledávám to však za povedený nápad. I přes to, že se jedná o lokální ovoce a zeleninu, často nevypadá moc čerstvě. Většina supermarketů dle mého názoru ani neví, jak správně potraviny skladovat, proto není výjimkou, že jsou tyto potraviny nabízeny již ve stadiu začínající hniloby.“*

Respondenti na kvalitu nenahliželi pouze co se vzhledu, čerstvosti a chuti týče. Jan a Klára uvedli, že kvalitní potraviny od nekvalitní odlišují i díky složení. To dokázalo, že farmářské trhy nejsou pouze místem, kam lidé chodí nakupovat kvalitní ovoce a zeleninu z lokální produkce, ale že je spotřebitelé vnímají také jako místo, kde lze zakoupit vajíčka od slepic s volným výběhem, maso od farmáře, který se o svůj dobytek stará s láskou, či výrobky, které byly vyrobeny poctivě a z kvalitních surovin. Kvalita ve složení výrobku je dle Kláry a Jana vidět například ve vysokém podílu masa v uzeninách, vysokém podílu ovoce v džemech či v absenci „éček“ a dalších dochucovadel. *„Na trhu jsem ze začátku nakupovala především ovoce a zeleninu. Poslední dobou jsem se však naučila tam nakupovat i vajíčka, maso nebo uzeniny od malých farmářů a výrobců. Poté, co médií prošlo několik zpráv, které dokazovaly, že se lidé ve velkochovech ke zvířatům chovají naprosto nehumánně, se zamýšlím nejen nad složením výrobků, ale i nad tím, odkud pocházejí suroviny, které byly pro výrobu použity. Proto oceňuji, že na trhu seženu uzeniny či mléčné výrobky, u kterých vím, že kvůli mně dobytek zbytečně netrpěl.“* Jan se ve své odpovědi zaměřil čistě na složení výrobků, které je pro něj při koupi velmi důležité a neváhá si za výrobky s vyšším podílem masa či ovoce připlatit. *„Kvalitní výrobky poznám samozřejmě i díky složení. Při koupi uzenin se dívám na podíl masa, u džemů zase na podíl ovoce, je jasné, že čím více procent, tím lepší. U výrobků nakoupených na farmářském trhu se mi však líbí, že i přes to, že mají podobný procentový podíl surovin, tak jsou chuťově lepší než ty ze supermarketu. Myslím si, že to bude způsobené i tím, že použité suroviny jsou kvalitnější, nejsou tam přidána zbytečná dochucovadla a „éčka“ a celkově je to připravováno s láskou. V případě takto vyrobeného produktu mi nevádá si připlatit, protože vím, že dělat věci poctivě něco stojí.“*

Na vztah mezi kvalitou a cenou upozornila většina dotazovaných. Všem bylo jasné, že pokud jsou výrobky kvalitní a připravené poctivě, budou stát více. Všichni odpověděli, že si za kvalitu rádi připlatí, protože ví, že kvalitnější potraviny jsou pro jejich tělo prospěšnější. Dalšími zmiňovanými důvody pro zaplacení vyšší ceny za kvalitní výrobek byla podpora místního podnikání a lokálních farmářů či dobrý pocit z toho, že zvířata v hospodářství netrpí. Dva respondenty vyšší cena výrobků občas limituje. Jednalo se o studenty Petra a Báru, kteří se přiznali, že si kvalitní potraviny mohou koupit pouze občas, a to když jim to finanční prostředky dovolí.

V rámci dotazů na kvalitu potravin byl rozhovor zaveden i na téma důvěry respondentů, zda všechny prodávané výrobky na trhu opravdu pocházejí z lokální produkce, a jak hodnotí informovanost prodejců o prodávaných potravinách. Všichni respondenti uvedli, že farmářům na trzích věří a pokud se jim něco zdá podezřelé, nebojí se prodejce zeptat na více informací. Tereza přiznala, že poctivého farmáře pozná i podle toho, jak moc o daném produktu ví. *„Obecně farmářům na trhu důvěřuji. Možná je to i tím, že na Heřmaňáku nejsem poprvé a mnoho farmářů na tomto trhu mám již vyzkoušených. Informace o produktu se buď dozvídám z etikety, nebo se farmáře na to, co mě zajímá, doptám. Myslím si, že poctivý prodejce by měl o výrobku vědět mnoho informací a za každých okolností vám je ochotně sdělit.“* S tím souhlasil i Jan, jehož názor je, že každý poctivý farmář se se svou produkcí rád pochlubí.

4.5.6 Farmářské trhy a ekologie

Farmářské tržiště Heřmaňák byl první farmářský trh v České republice, který se snažil zavést principy bezobalového nakupování. Tento princip a celkově filozofie zero waste se za poslední rok stala obrovským trendem, proto se již můžeme s pokusy o zavedení nákupů bez použití jednorázových plastů setkat i na jiných trzích. Respondenti byli dotázáni, jak tento trend vnímají, zda se ho snaží implementovat do svého životního stylu a jak hodnotí zavedení a dodržování bezobalového nakupování v rámci Heřmaňáku.

Všichni dotazovaní uvedli, že snahu o eliminování plastového odpadu, která se v posledních letech stala velmi oblíbenou napříč generacemi, hodnotí velmi kladně. Všichni respondenti přiznali, že již delší dobu třídí odpad a že se v poslední době snaží při nákupu potravin přemýšlet, zda ten samý výrobek nemohou sehnat i bez plastového obalu.

Tereza dokonce uvedla, že filozofie zero waste ji velmi oslovila a momentálně se ji snaží aplikovat do svého života. „*Vždycky jsem přemýšlela o plastovém odpadu jako o něčem, co je škodlivé. Dříve jsem hodně třídila odpad a doufala, že recyklací mnou vyprodukovaný odpad zmizí. V poslední době jsem však zjistila, že mnohem lepším způsobem bude plastový odpad vůbec neprodukovat. Proto mě na začátku tolik nadchl princip bezobalového nakupování v rámci Heřmaňáku. Díky tomu jsem si začala i sama šít síťované sáčky na ovoce a zeleninu. Výhodou je, že se dají používat stále dokola, a já se tak vyvaruji použití jednorázových igelitových sáčků. V roce 2018 jsem si dala předsevzetí, že se pokusím neprodukovat žádný plastový odpad, což se mi docela daří. Do budoucna bych však ráda eliminovala veškerý odpad, který vyprodukuji.*“ Jana s Danielou hodnotí trend bezobalového nakupování jako velmi povedenou myšlenku, která bude do budoucna nutností každého z nás. Aplikace filozofie a principů zero waste do jejich životního stylu jim však momentálně přijde nereálná. „*Samozřejmě se snažím neprodukovat tolik odpadu a hodně recyklovat či některé věci znovu využívat. Momentálně by mi však přišlo velmi složité a možná až nereálné neprodukovat odpad žádný,*“ uvedla Jana.

Všichni respondenti pochválili nápad organizátorů, že Heřmaňák bude trh bezobalový. Dotazovaní jsou si vědomi toho, že momentálně kvůli hygieně není možné, aby na trhu nebyly vůbec žádné obaly. Avšak už jenom to, že se nepoužívají jednorázové plasty typu igelitových sáčků, jednorázového nádobí a kelímků, jim přijde jako velký úspěch. Jitka uvedla, že nechápe, proč by ovoce a zeleninu měla ukládat do igelitu. „*Nápad bezobalového nakupování jsem uvítala s nadšením. Nikdy jsem moc nechápala lidi, kteří vzali banány či jiné ovoce se slupkou a začali to vkládat do igelitového sáčku. Pokud opravdu musím igelitový sáček použít, tak se ho snažím využívat opakovaně. Samozřejmě chápu, že maso a různé uzeniny musejí být baleny v plastu kvůli hygieně. V jiných případech si ale myslím, že je použití plastů zbytečné.*“ Podobný názor má i Klára, která si na nákup ovoce, zeleniny či pečiva koupila znovupoužitelné sáčky Frusack. „*Bezobalové nakupování hodnotím jako skvělý krok k tomu, aby se do budoucna postupně snížilo užívání nadměrného množství obalů obecně. Očividně to jde. Když je potřeba něco zabalit, jde použít papírový sáček. U některých výrobců, které by papír promáčely, bych to samozřejmě nehnala do extrémů. Jsem však pro to, aby se lidé snažili používání plastových produktů omezit, jak to jen jde. Já osobně na nákupy nosím plátěné tašky a na ovoce, zeleninu a pečivo jsem si pořídila sáčky Frusack.*“ Jan si myslí, že princip bezobalového

nakupování je pro farmářské trhy velmi vhodný a jeho implementaci na farmářském trhu Heřmaňák hodnotí jako povedenou. „*Na Heřmaňáku jsem byl tento rok několikrát a ani jednou jsem si nevšiml, že by nějaký prodejce používal igelitové sáčky či jednorázové nádoby. To mi přijde jako skvělý úspěch.*“ Barbora oceňuje snahu organizátorů, uvítala by však více alternativ ekologického nádobí, navrhla například talířky z palmových listů.

Z odpovědí respondentů výše je zřejmé, že bezobalové nakupování podporují a pro farmářské trhy ho hodnotí jako velmi vhodnou alternativu. Z tohoto důvodu lze předpokládat, že by farmářské trhy mohly v budoucnu fungovat jako místo osvěty, kde by se spotřebitelé dozvěděli, jak se vyvarovat zbytečnému produkovaní odpadu, jak správně recyklovat, jak některé obaly znovu využít, jaké alternativy k igelitovým sáčkům, taškám, jednorázovému nádobí a kelímkům existují či jak žít naprosto bezobalově.

4.5.7 Role farmářských trhů ve společnosti

V teoretické části práce bylo objasněno, že farmářské trhy již delší dobu spotřebitelé nevnímají jen jako místo k nákupu lokálních, čerstvých potravin, jak tomu bylo v minulosti. „Nové“ farmářské trhy, které se začaly rozvíjet po roce 2009, ukázaly, že spotřebitelé již nechtějí nakupovat v anonymním prostředí supermarketů, ale rádi vyrazí na trh, kde mohou potkat své známé či sousedy, se kterými rádi prohodí pár slov. Z tohoto důvodu by se dalo říct, že se trhy staly místem setkávání. Respondent Michal tento předpoklad potvrzuje. „*Protože moje kamarádka bydlí několik bloků od místa konání Heřmaňáku, byl pro mě tento trh vždy místem, kde jsme se v sobotu scházeli s přáteli. Když se podívám kolem sebe, připadá mi, že nejsem jediný, kdo Heřmaňák takto vnímá. Jsou zde skupinky lidí, které zde potkáte skoro každou sobotu. Schází se tu nad sklenkou vína či šálkem kávy a probírají, co nového se za ten týden stalo. Asi z tohoto důvodu měl pro mě Heřmaňák vždycky ojedinelou až sousedskou atmosféru.*“ Podobně na Heřmaňák pohlíží i Jitka, která se zde občas schází se svou dcerou. „*Moje dcera se nedávno přestěhovala na Letnou, tak se tady občas v sobotu scházíme. Přijde mi skvělé, že se již na trh nechodí pouze nakupovat, ale že se více začala prosazovat i sociální role trhu. Myslím si, že se o to hodně zaslouhují i samotní organizátoři, kteří nezapomínají na občerstvení a doprovodný program jako hudební vystoupení či různé workshopy.*“ Tereza vnímá trhy nejenom jako místo, kde nakoupí a setká se s přáteli, ale i jako únik od stresu, který dle jejího názoru

vládne v supermarketu. „Zdá se mi, že trhy mají dobrý dopad i na oblast sociálních vztahů. I já sama je často navštěvuji s kamarády. Během návštěvy trhu jsem si několikrát všimla i dalších lidí, kteří se tam setkali se známými či přáteli a popíjeli kávu, pivo nebo mošt. Je to skoro jako v kavárně, ale navíc na čerstvém vzduchu a s možností pozorovat dění okolo. Kromě příležitosti k sociální interakci vidím v trzích i určitý terapeutický účinek. Dalo by se říct, že je to pro mě únik od spěchu a stresu, nákup bez nervozity, že zdržuji já někoho, nebo že někdo zdržuje mě. Přijde mi, že na farmářský trh opravdu chodí lidé s tím, že jen nepopadnou první věc, co uvidí, ale že si chtějí v klidu nabídku prohlédnout, ochutnat, porovnat či se o ní pobavit.“

Kromě sociální role několik respondentů vyzdvihlo i roli kulturní. Klára například uvedla, že na trzích vyhledává i doprovodný program jako živá vystoupení kapel. Podobně reagoval i Jan, který si myslí, že farmářské trhy oživují veřejný prostor a vždy ocení, pokud si organizátoři připraví i nějaký kulturní program. „Na trhy chodím rád i z důvodu, že je zde často nějaká kulturní událost jako vystoupení regionálních kapel či různé workshopy pro děti. Díky tomu dochází k oživení veřejných prostor a vytváří to zajímavý ráz města Prahy a jejích jednotlivých částí nejenom pro turisty, ale i pro místní, kteří si dle mého názoru farmářské trhy velmi oblíbili.“

Hojně byla respondenty zmiňována i ekonomická role farmářských trhů. Většina dotazovaných uvedla, že díky farmářským trhům dochází k podpoře zaměstnanosti v regionu, a protože jsou na trzích nakupovány české lokální potraviny, dochází tak i k podpoře místní ekonomiky. Právě podporu místní ekonomiky vidí Jaroslav jako důležitý aspekt pro další rozvoj a fungování farmářských trhů. „Díky nákupu na farmářských trzích dochází k podpoře české ekonomiky. To je, myslím si, velmi důležité pro další rozvoj trhů. Je to takový kruh, když spotřebitelé nakoupí na farmářském trhu, podpoří se tím místní ekonomika. Představitelé místní správy pak uvidí, že je o trhy zájem a provoz trhů je pro ně finančně výhodný, proto pak na oplátku podpoří setrvání a další rozvoj trhů.“

Poslední role, kterou respondenti v rámci rozhovorů zmínili, byla role informativní nebo naučná. Dle Daniely dochází v rámci trhů k informování občanů o ekologii či správném třídění odpadů. „Trhy jsou dle mého názoru skvělým prostředkem, jak spotřebitele informovat o tom, že lokální potraviny jsou prospěšnější jak pro lidský organismus, tak pro přírodu. Mělo by zde docházet k osvětě návštěvníků takovým

způsobem, aby si spotřebitelé začali uvědomovat, že zájem o to, odkud potravina pochází, kdo ji vyprodukoval a jakým způsobem, je nesmírně důležitý. Myslím, že na Heřmaňáku se to docela daří i díky tomu, že si pořadatelé vybrali jinou cestu a trh od začátku založili na bezobalovém principu.“

V návaznosti na roli trhů ve společnosti byli respondenti dotázáni na atmosféru v rámci trhů. Tu všichni ohodnotili jako *velmi přátelskou*, někteří až jako *sousedskou*. Všichni si velmi vychvalovali přístup prodejců, kteří neváhají pomoci s výběrem, rádi poskytnou informace o produktech či dají nakupujícím výrobek nejdříve ochutnat. Tereza uvedla, že *atmosféra na trhu je tak přátelská, že vždy odchází s úsměvem na tváři*.

4.5.8 Další alternativy nákupu a případné změny v rámci farmářských trhů

V poslední části rozhovoru byli respondenti dotazováni, zda kromě farmářských trhů využívají i jiné alternativní potravinové sítě jako prodej ze dvora, bedýnková schémata či farmářské prodejny. Většina respondentů odpověděla, že alespoň jeden z těchto způsobů již minimálně jednou využili. Nejvíce zkušeností měli dotazovaní s farmářskými prodejny. To je způsobeno pravděpodobně tím, že v hlavním městě jsou farmářské obchody poměrně rozšířenou alternativou nákupu. Jana uvedla, že pokud zrovna nemá čas vydat se na farmářské trhy, navštíví farmářskou prodejnu Sklizeno nebo Country Life, z nákupu však nemá takový požitek jako v rámci farmářských trhů. Podobný názor má i Tereza, která na farmářské trhy nedá dopustit i přes to, že také často nakupuje ve farmářských obchodech. *„Kromě farmářských trhů nakupuji i ve farmářských obchodech. Mám ráda Sklizeno nebo Farma Letná. Musím se však přiznat, že nákup ve farmářské prodejně si tolik neužiji. Na trzích je zkrátka lepší atmosféra. Myslím si, že to je právě ta přednost trhů. Vydáte se na nákup, potkáte známé či sousedy, dáte se s nimi do řeči, potraviny koupíte přímo od farmářů, kteří vám poskytnou mnoho informací a často si k tomu poslechnete ještě příjemnou hudbu. Je to mnohem víc komplexní zážitek než nákup ve farmářské prodejně.“*

Jako další formu nákupu farmářských potravin uvedli dva respondenti bedýnky. Ty využívají Jaroslav a Daniela a bedýnku si pořídí většinou několikrát do roka. Daniela

uvedla, že si myslí, že je to dobrý způsob, jak dostat farmářské potraviny mezi lidi, chybí jí tam však ta přidaná hodnota, kterou mají farmářské trhy.

Jan jako jediný odpověděl, že několikrát do roka využívá prodej ze dvora. *„Prodej ze dvora využíváme s manželkou tak dvakrát, třikrát do roka. Nejčastěji před zimou, kdy odebíráme od jednoho známého farmáře ve větším množství jablka a brambory na uskladnění. Celkově mi přijde, že tento systém mnohem více funguje na Moravě než v Čechách. Tam se s ním setkáme častěji. Pokud se v létě vydáme s rodinou na výlet na Moravu, vždy u farmářů nakupuji čerstvé meruňky nebo jahody. Jinak dávám přednost farmářským trhům.“*

Z výpovědí respondentů výše je zřejmé, že farmářské trhy spotřebitelům přinášejí i přidanou hodnotu, kterou farmářské obchody, bedýnky ani prodej ze dvora nemají. Jedná se především o atmosféru, přímý kontakt s prodejci, možnost náhodně narazit na známé či různorodý doprovodný program. Poslední, doplňková, otázka byla zaměřena na změnu. Respondenti byli dotázáni, zda je něco, co by v rámci farmářských trhů změnili. Většina odpovídala, že se jim princip trhů líbí, že organizace je většinou povedená a farmáři jsou vždy přívětiví a ochotní pomoci. Sortiment se dotazovaným zdál dostatečný, i když by ocenili větší výběr doplňkového zboží jako ručně vyráběné nádoby či košíky. Někteří si stěžovali na časté měnění farmářů, což nepůsobí důvěryhodně, prý to ale není případ Heřmaňáku. Jediná věc, kterou by respondenti vylepšili, je propagace trhů. Tereza uvedla, že by trhy více propagovala například v rádiu, Jan by zase uvítal různé letáčky či reklamy v tisku. *„Co se týče informovanosti, neuškodilo by trhy více propagovat například formou reklam v rádiu či televizi. Tak by se o farmářských trzích mohl dozvědět širší okruh lidí, ne pouze ti, kteří se zajímají i o jiné formy nákupu potravin, než je nákup v supermarketu,“* uvedla Tereza.

5 VÝSLEDKY A DISKUZE

Na závěr empirické části je nutné shrnout si poznatky, které nám přinesly provedené rozhovory. Úvod rozhovoru byl zaměřen na informovanost dotazovaných o pojmech, jako je ekologické zemědělství, biopotraviny či alternativní potravinové sítě. Ekologické zemědělství všichni respondenti znali a považovali ho za skvělou alternativu pěstování potravin. Bohužel se však již setkali s názory, že je ekologické zemědělství pouze chytře vymyšlený trik, jak ze spotřebitelů dostat více peněz. Za biopotraviny si dotazovaní rádi připlatí, protože jsou pro ně zárukou kvality. S pojmem alternativní potravinové sítě se nikdo z respondentů nesešel, dobrou zprávou ovšem je, že po vysvětlení pojmu uvedli, že využívají i jiné alternativy než farmářské trhy jako prodej ze dvora či bedýnky.

Farmářské trhy respondenti hodnotili pozitivně, přínos vidí jak pro malé lokální farmáře, tak pro spotřebitele. Malým producentům se nabízí příležitost upozornit na své výrobky, a naopak spotřebitelé mohou nakupovat v příjemném prostředí na čerstvém vzduchu. Velkou výhodou trhů vidí také v možnosti přímého kontaktu s farmářem, přátelské atmosféře, možnosti narazit na trhu na své přátele či sousedy nebo také v kvalitě potravin, které jsou na trhu čerstvé a vypěstované lokálně. Zkušenosti s trhy měli dotazovaní vesměs dobré, několikrát se jim však už stalo, že na trhu narazili na nepoctivého prodejce. Nestalo se tak ale na trhu Heřmaňák, na který byla analýza prováděna. Respondenti právě z důvodu několika špatných zkušeností zmínili, že je pro ně hodně důležitá důvěra ve farmáře. Tomu mohou pomoci i sami organizátoři a to především tím, že na trh budou vybírat pouze ověřené prodejce.

Většina respondentů trhy navštěvuje nepravidelně, přibližně jednou za měsíc nebo méně. Důvody, proč raději nakoupí na farmářském trhu než v supermarketu, jsou především kvalitní, čerstvé potraviny, které mají lepší chuť. Dále je důležitým motivem pro nákup přátelská atmosféra, podpora místních farmářů či možnost si potravinu nejdříve pořádně prohlédnout, nebo dokonce i ochutnat. Několik respondentů uvedlo, že na Heřmaňák chodí i kvůli jeho přístupu k odpadům, mají pak dobrý pocit, že tolik nezatěžují životní prostředí. Tuto odpověď považují za velmi zajímavou, protože potvrzuje mou domněnku, že farmářské trhy již dávno nejsou jen místo nákupu, ale že se staly i místem,

kde je kladen důraz na ekologické chování spotřebitelů a osvětu o něm. V dnešní době, kdy celý svět řeší klimatickou krizi, mi přijde skvělé, že i čeští spotřebitelé si začali uvědomovat, že je velmi důležité neplýtvat potravinami, nevytvářet zbytečný odpad a především podporovat obchod na místní úrovni, který planetu zatěžuje nejméně.

Všichni respondenti se poprvé o farmářských trzích dozvěděli od přátel. Myšlenka, že by mohlo existovat místo, kde lze zakoupit čerstvé lokální potraviny, je natolik nadchla, že si vyhledali konkrétní informace na internetu a na první trh se zanedlouho vydali. Informace o konání trhu či farmářích, kteří se trhu účastní, si všichni hledají na internetu. Několik respondentů pochválilo webové stránky Heřmaňáku, které jsou přehledné a informace jsou tam vždy aktuální.

Co se sortimentu týče, všichni dotazovaní jsou s nabídkou trhu spokojeni. Jejich očekávání o čerstvých lokálních potravinách bývají naplňována. Jako výhodu trhu Heřmaňák respondenti uváděli stálost prodejců, kteří se moc nemění, což v dotazovaných vzbuzuje důvěru v trh. Předností tohoto jevu je také fakt, že respondenti tak mají možnost pravidelně nakupovat své oblíbené produkty od ověřených farmářů. V rámci otázky o sortimentu bylo několikrát zmíněno i téma sezónnosti. To je dle respondentů velmi důležitý faktor, který ukazuje, jak moc je trh důvěryhodný. Názory dotazovaných jsou takové, že na trhu se musí prodávat pouze to, co v dané sezóně zrovna roste, jinak to v nich vzbuzuje nedůvěru v prodejce. Pokud by respondenti mohli nějak změnit nabídku trhu, určitě by uvítali více stánků s doplňkovým zbožím jako ručně vyráběné nádoby či košíky. Jsou si však vědomi toho, že Heřmaňák je trh malé velikosti, a proto je nutné, aby tyto výrobky byly v nabídce pouze okrajově. Několik dotazovaných zmínilo i zajímavou možnost vzniku partnerství mezi trhem a letenskými podniky. Tento nápad mi přijde velmi zajímavý a myslím si, že by určitě mohl trh ozvláštnit. Momentálně bývá na trhu přítomna letenská kavárna Alchymista, která pro návštěvníky připravuje kávové nápoje. Přítomnost dalších podniků by mohla rozšířit nabídku občerstvení v rámci trhu. Jeden respondent narazil i na minimální možnost sehnat čerstvě praženou kávu na trzích. Z tohoto důvodu by uvítal přítomnost pražírny na trzích, protože si je vědom toho, že jedna na Letné existuje.

Se sortimentem trhu úzce souvisí i jeho kvalita. Dotazovaní odpovídali, že za kvalitní považují takové potraviny, které jsou čerstvé, lokální, mají výraznou chuť a odpovídající trvanlivost. Několik respondentů kvalitu rozlišuje i dle složení potraviny,

kteře by mělo obsahovat vysoký podíl kvalitních surovin bez použití dochucovadel či různých „čček“. Pokud na takto kvalitní potravinu dotazovaní narazí, nevaří jim si za ni trochu připlatit, protože chápou, že dělat věci poctivě něco stojí.

V další části rozhovoru byli respondenti tázáni, jak vnímají snahu organizátorů trhu o to, aby trhy byly místem, kde dochází k osvětě o ekologii. Všichni dotázaní tuto snahu přijali s nadšením, několik respondentů dokonce uvedlo, že na Heřmaňák chodí nakupovat právě kvůli jeho přístupu k odpadům. Bezobalový trh shledávají jako skvělý nápad, i přes to ale chápou, že kvůli hygieně je momentálně nereálné, aby byl trh 100% bezobalový. Téma ekologie přivedlo respondenty i k recyklaci, kdy většina přiznala, že se svůj odpad předně snaží eliminovat a pokud nějaký vyprodukuje, snaží se ho alespoň recyklovat. Dva respondenti uvedli, že jim v eliminaci odpadu pomáhají i znovupoužitelné sáčky na ovoce a zeleninu Frusack. Odpovědi respondentů shledávám za velmi pozitivní, protože to dokazuje, že návštěvníci farmářských trhů jsou environmentálně uvědomělí a že jsou si vědomi svého spotřebního chování. Jeden respondent uvedl, že snažení o eliminaci odpadů ho natolik nadchlo, že by v budoucnu chtěl žít tak, aby neprodukoval skoro žádný odpad. Myslím si, že environmentální osvěta je cesta, kterou by se v budoucnu měly farmářské trhy ubírat. Měly by se stát místem, kde se spotřebitelé dozvědí, jak žít více ekologicky, jak tolik neplýtvat či jak správně třidit odpad. Organizátoři by do programu trhů mohli zařadit různé přednášky a workshopy, které by návštěvníkům radili, jak jiným způsobem využít odpad, který bychom jinak vyhodili, jak správně kompostovat a ukázat, že lze kompostovat i ve městě, nebo celkově poučovat o tom, že přírodě lze pomoci už jenom tím, že budeme nakupovat na místní úrovni, používat více hromadnou dopravu či chodit pěšky nebo se snažit eliminovat plasty a veškerý odpad. Dle mého názoru by byla škoda, pokud by farmářské trhy zůstaly jen trendem dnešní doby a postupně zanikly, protože si myslím, že by mohly mít své místo na poli environmentální osvěty.

Právě environmentální osvěta je jedna z rolí, kterou respondenti farmářským trhům hojně přisuzovali. Do budoucna by ocenili, pokud by se trhy staly místem, kde se dozvědí více o ekologii či po nákupu budou mít dobrý pocit už jenom z toho, že nepoužili žádné plasty a igelitové sáčky, a že jejich nakoupené potraviny byly vypěstovány ekologicky, a jsou tak jejich tělu více prospěšné. Osvěta není jediná role, kterou trhy momentálně mají. Všichni respondenti vyzdvihovali sociální roli, díky které se z trhů stalo místo setkávání, kde je přátelská, někdy až sousedská atmosféra. Lidé se na trhu rádi sejdou se svými

přáteli, dají si snídani či oběd a proberou, co se za poslední týden stalo nového. Tento princip je momentálně viditelný skoro na každém trhu v Praze, nejenom na Heřmaňáku, což považují za velmi pozitivní a příjemné zjištění. Trhy už nejsou jen místem, kde seženeme lokální potraviny, ale je to událost, která každý týden oživuje kolorit města, přivádí do určité městské části turisty a podporuje místní ekonomiku. Jako přidanou hodnotu respondenti vidí i doprovodný program, který trhy skvěle oživuje a dodává jim ještě více příjemnou atmosféru.

V poslední části rozhovoru byli respondenti dotazováni na případné další alternativy nákupu farmářských potravin. Většina dotazovaných uvedla, že občas navštíví farmářské obchody, ale že nákup tam si tak neužijí. To dokazuje přidanou hodnotu trhů, kterou je především přátelská atmosféra a možnost nakoupit produkty přímo od farmáře, což farmářské prodejny bohužel nenabízejí. Dva respondenti uvedli, že dvakrát či třikrát do roka využijí i bedýnky, ale pouze v případě, kdy nemají čas na trhy vyrazit, či mimo sezónu trhů. Pouze jediný respondent uvedl, že během roku občas využívá i prodej ze dvora, ale pouze v případě nákupu většího množství potravin jako brambory či jablka. Je to pravděpodobně způsobené tím, že prodej ze dvora je velmi málo propagovanou alternativou a ne vždy musí působit důvěryhodně. Komunitou podporované zemědělství byl pro většinu neznámý pojem, proto ho nikdo z respondentů zatím nevyužil.

Na úplný závěr rozhovoru byla respondentům položena doplňující otázka, která měla zjistit, zda je během rozhovoru napadlo něco, co by na trhu Heřmaňák změnili. S organizací, přítomnými farmáři, atmosférou i sortimentem byli všichni spokojeni. Na co však narazila skoro polovina dotázaných, byla nedostatečná propagace trhu. Dotázaní by ocenili, aby byl trh více propagován například v rádiu, televizi či formou letáček. Myslí si totiž, že by se tak o trzích mohla dozvědět širší veřejnost, a došlo by tak k větší podpoře českého zemědělství a obchodu na lokální úrovni.

Pokud si celkově shrneme odpovědi respondentů a pokusíme se navrhnout okruhy pro zlepšení, je zde několik témat, na která narážela většina dotázaných a která odkrývají prostor příležitostí pro změnu. První z nich je určitě poctivý výběr farmářů, kteří by měli být ověřeni, a měla by u nich být jistota, že jejich produkce je skutečně lokálního charakteru a že je kvalitní, čerstvá a s dobrým složením. Jedině tak lze docílit důvěry jak u pravidelných návštěvníků, tak u širší veřejnosti, a trhy tak dostat do podvědomí více lidí.

Tomu by mohla pomoci i větší propagace trhu v médiích. V čem se lze zlepšit, je určitě i sortiment. Ten sice dotazovaní shledávali za dostatečný, ale některé věci jako ručně vyráběné nádoby či čerstvě pražená káva jim na trhu chyběly. Díky tématu sortiment bylo navrženo zajímavé řešení situace s nedostatečným občerstvením či právě s čerstvě praženou kávou. Respondenti navrhli, že by mohlo dojít k partnerství mezi trhem a letenskými podniky. Tento nápad považuji za podařený a myslím si, že by organizátoři měli přemýšlet nad jeho realizací. Co trhy určitě oživí, je i doprovodný program. V případě Heřmaňáku bych ho doporučila určitě rozšířit, protože jsem si všimla, že je realizovaný pouze někdy. Myslím si, že například vystoupení lokální kapely vždy trh oživí a posune atmosféru ještě o stupeň výš. Posledním doporučením by bylo zařazení různých přednášek a workshopů o ekologii, třídění odpadu či znovuvyžití jinak vyhazovaných věcí. To by mohlo být skvělou částí doprovodného programu, a farmářský trh by se tak stal místem sousedského setkávání, kde je ekologická osvěta na prvním místě.

6 ZÁVĚR

Tématem diplomové práce byly alternativní formy produkce a spotřeby potravin. Obecným cílem práce bylo objasnit motivy spotřebitelů potravin, které vznikají v rámci alternativních potravinových řetězců, přičemž největší důraz byl kladen na prozkoumání motivů spotřebitelů, kteří nakupují v rámci farmářských trhů.

Specifickým cílem práce pak bylo popsat okolnosti spojené se vznikem alternativních potravinových řetězců (AFN), zřehlednit a charakterizovat jednotlivé formy AFN a popsat jejich fungování v ČR a prozkoumat a vysvětlit motivy spotřebitelů s ohledem na rozvoj farmářských trhů.

Teoretická část práce ukázala, že alternativní potravinové systémy jsou velice komplexním tématem, které má svá specifika. Především farmářské trhy vynikají tím, že oproti ostatním typům AFN mají určitou přidanou hodnotu. Již samotný vznik a počátky farmářských trhů byly velmi složitým procesem. Na první pohled by se mohlo zdát, že farmářské trhy vznikly jako iniciativa samotných farmářů. Předpokladem pro vznik trhů však nebyli farmáři, ale sami spotřebitelé. Ti už neměli zájem o nákup nekvalitních potravin v rámci anonymního prostředí supermarketů. Toužili po čerstvých potravinách, které byly vypěstovány lokálně. Z tohoto důvodu začíná v roce 2009 vznikat nápad farmářských trhů. Počátky nebyly pro první organizátory trhů jednoduché. O tom, že v České republice chybí přímý prodej v podobě, který by poskytovaly trhy, museli přesvědčit nejenom farmáře, kteří by na trhy přijeli prodávat, ale i představitele místních samospráv a především samotné spotřebitele.

Po počátečním „boomu“, ke kterému došlo po roce 2010, se počet stálých trhů ustálil. Tento jev nelze vnímat negativně, je třeba podotknout, že díky rozvoji trhů došlo k vytříbení dobrých a zákazníci oblíbených trhů, na kterých prodávají ověřeni farmáři. Další vývoj trhů je těžké předpovídat, avšak měli bychom si vyvrátit názor, že trhy budou pouze módním trendem, který brzy zanikne. I přes prvotní nedůvěru se trhy stále rozvíjejí a mají své stálé zákazníky. Pro spotřebitele je to totiž skvělý způsob, jak přímo od farmáře nakoupit kvalitní, čerstvé, lokální potraviny a na druhou stranu pro prodejce je to příležitost, jak svou produkci prodat za férovou cenu v přátelském prostředí trhu.

Pokud se podíváme na problémy, se kterými se momentálně musejí organizátoři potýkat, jedním z nich je nedůvěra zákazníků. Ta je pravděpodobně způsobena skandály, které vývoj trhů provázely. Ať už se jedná o nepoctivé prodejce, kteří vydávají svou produkci za farmářskou i přes to, že byla nakoupena v supermarketu, či častou výměnu farmářů, ani jeden jev nepůsobí na spotřebitele dobrým dojmem, a může se tak stát, že zákazníci přestanou věřit tomu, že potraviny na farmářských trzích jsou skutečně lokálního charakteru a jsou čerstvé a kvalitní. Tomu mohou organizátoři předcházet pouze pečlivou kontrolou prodejců a důslednou eliminací všeho, co může na spotřebitele působit nedůvěřivě. Pomoci organizátorům může i Kodex farmářských trhů, který jasně určuje, co je pro farmářský trh vhodné. Je důležité podotknout, že je jen na organizátorovi, zda si nechá takto poradit, kodex totiž funguje na dobrovolné bázi.

Nejsou to pouze spotřebitelé, které musejí organizátoři o vhodnosti pořádání trhů přesvědčit. V poslední době jsou časté problémy mezi organizátory a představiteli místních samospráv. Jedním bodem tohoto problematického vztahu je bezesporu vysoké nájemné. To způsobuje, že organizátoři jsou nuceni zvýšit nájemné za stánky, a dochází tak k úbytku malých farmářů na trhu, kteří si nemohou dovolit pronajmout prodejní místo. Jak již bylo zmíněno výše, častá změna farmářů na zákazníky nepůsobí dobře, je totiž pravidlem, že mnoho spotřebitelů se na trh vrací kvůli svému oblíbenému farmáři. Z tohoto důvodu by se měli organizátoři snažit si ověřené prodejce udržet. Mimo zvyšování nájemného může dojít i k vypovězení smlouvy na provoz trhu. Pokud se tak děje z důvodu porušování smluv či nespokojenosti návštěvníků, je tento krok správný. Občas se ale stane, že je vypovězena smlouva poctivému organizátorovi, jehož trhy lidé rádi navštěvují, a provoz trhu je svěřen organizaci, která chce pouze zvyšovat svůj zisk, nijak farmáře neprověřuje, a vrhá tak špatné světlo na farmářské trhy celkově. Takový trh nemá šanci dlouho fungovat, problémem se ale stává, že si lidé odvyknou na místo trhu chodit a pro nového organizátora je pak nesmírně těžké provoz trhu obnovit.

Tlak na kvalitu, přiměřenou cenu a široký sortiment jsou předpoklady pro to, jak organizovat úspěšný trh. Organizátor musí učinit trh atraktivní a zajímavý jak pro stálé zákazníky, tak pro potenciální nové zákazníky. V tom mu může pomoci i zpětná vazba od široké veřejnosti, kterou lze získat pomocí sociálních sítí. Sociální síť je vhodné použít i k propagaci trhu, důležité je aktualizovat zde informace, přidávat zajímavé články či

upozorňovat na to, pokud se na trhu koná něco zajímavého či neobvyklého jako hudební vystoupení, různé degustace či workshopy.

Očekávání zákazníků jsou vysoká. Návštěvník na trhu hledá vysoce kvalitní potraviny, které pocházejí z lokální produkce. Chce je nakoupit čerstvé, s dobrým složením a výraznou chutí. Od trhu očekává, že se setká tváří v tvář poctivému farmáři, který danou potravinu vyprodukoval. Výzkum mezi respondenty ukázal, že tato očekávání jsou naplňována, jediné výtky se týkaly rozmanitosti sortimentu. Organizátoři by měli dát na přání návštěvníků a sortiment v požadovaných směrech rozšiřovat. Musí se jednat o citlivé rozšíření, kdy každý nový farmář bude pečlivě prověřen, seznámen s tím, že z počátku je nutné zákazníky o potravine dŭkladně informovat, poradit, jak ji připravit či sdělit, proč je prospěšná. Při zavádění nových produktů na farmářský trh je vhodné uspořádat ochutnávky, aby zákazník věděl, zda je pro něj potravina zajímavá i chuťově.

Co se týče jiných alternativ nákupu, farmářské trhy by mohly v budoucnu ohrozit farmářské obchody. Jejich velkou výhodou je možnost nákupu kdykoliv během týdne a širší výběr sortimentu. I přes to, že základní sortiment je podobný jako na farmářském trhu, je zde širší nabídka masa, sýrů, mléčných výrobků či uzenin. Důvodem je lepší hygienické zázemí, které kamenná prodejna poskytuje. I přes tyto výhody výzkum prokázal, že farmářské prodejny zatím nejsou pro zákazníky tolik zajímavé. Farmářské trhy pro respondenty mají přidanou hodnotu, kdy je již nevnímají jen jako místo nákupu, ale sehrávají pro ně i další role, jako je role sociální, kulturní či naučná. Návštěvníci trhy navštěvují pro komplexní zážitek. Rádi se zde setkají s přáteli u skleničky vína či se zúčastní doprovodného programu, jako jsou vystoupení kapel, divadelní představení či různé workshopy. Oproti kamenné prodejně je na trhu i lépe vidět, že trh podporuje rozvoj určité části města, dokresluje její kolorit a láká na místo konání turisty a obyvatele okolních měst.

Trhy se staly místem, kam chodí nakupovat lidé, kteří dodržují zásady ekologie a udržitelné spotřeby potravin. Uvědomují si, že obchod na místní úrovni tolik nezatěžuje životní prostředí a že jeho podporou podporují i české zemědělství. Vnímají, že koncept farmářských trhů je vhodný pro aplikaci environmentálních přístupů, jako je omezování produkce odpadů či zbytečné plýtvání potravinami. I výzkum prokázal, že návštěvníci shledávají trhy jako vhodné místo pro osvětu o ekologických problémech a zároveň by byli

rádi, pokud by se zde dozvěděli novinky v řešeních těchto problémů, jako jak správně zacházet s odpadem či jak eliminovat jeho produkci.

Pro úspěšné fungování trhů v budoucnosti je důležité nalézt rovnováhu mezi zájmy pořadatelů, prodejců, samosprávy a samozřejmě zákazníků. Je nutné vyvarovat se jakýchkoliv skandálů, které poškozují farmářské trhy a naplňovat environmentální, sociální i kulturní očekávání návštěvníků. Čas ukázal, že farmářské trhy nejsou pouze módním trendem poslední doby, ale že pokud se organizátoři zaměří i na jiné role, než je ta nákupní, stává se z nich zajímavé místo s přátelskou atmosférou, kam se lidé rádi vrací.

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2016-2020: Czech action plan for development of organic farming 2016-2020. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2016. ISBN 978-80-7434-193-9

Asociace farmářských tržišť: Kdo jsme. *Aftcr.cz* [online]. AFT ČR, 2014 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.aftcr.cz/>

BAČÍK, Ondřej a Jiří HLAVÁČEK. *Rámeček programů udržitelné spotřeby a výroby České republiky.* Praha: Ministerstvo životního prostředí, 2005. Planeta (Ministerstvo životního prostředí)

BENGRSSON, J., AHNSTRÖM, J. a WEIBULL, A. 2005: *The effects of organic agriculture on biodiversity and abundance: a meta-analysis.* *Journal of Applied Ecology* 42 (2): 261-269

Biopotraviny nejen pro Vaše děti. Praha: Country Life, s. r. o. ve spolupráci s PRO-BIO LIGOU, 2010

BROWN, A. 2001: *Counting farmers markets.* *Geographical Review*, 91: 655–674. doi:10.1111/j.1931-0846.2001.tb00246.x

BUSCH, L. 2010: *Can Fairy Tales Come True? The Surprising Story of Neoliberalism and World Agriculture.* *Sociologia Ruralis*, 50, 4, s. 331–351

Co je to KPZ? KPZinfo.cz [online]. 2015 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://kpzinfo.cz/co-je-kpz/otazky-o-kpz/>

ČERVENKA, Jaroslav a KOVÁŘOVÁ, Kateřina. *Biopotraviny.* V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005. ISBN 80-213-1404-4

DROBNÍČEK, Ladislav, Jaroslav PEŠÁN a Pavel SMETANA. *Jak na...faremní prodej ze dvora* [online]. Klatovy: Úhlava, 2010 [cit. 2019-01-12]. ISBN 978-80-903851-6-0.

Dostupné z: http://koudeluvtalir.muhb.cz/assets/File.ashx?id_org=200125&id_dokumenty=1032

DUBEN, Josef. *Desatero Státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích*. Vitalia.cz [online]. 2012 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://www.vitalia.cz/texty/desatero-statni-veterinarni-spravy/>

DVORSKÝ, Jan a Jiří URBAN. *Základy ekologického zemědělství: podle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 s příklady*. 2., aktualizované vydání. Brno: ÚKZÚZ, 2014. ISBN 978-80-7401-098-9

Ekologické zemědělství a biopotraviny: otázky a odpovědi pro ekoporadny. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010. ISBN 978-80-904223-2-2

Ekologické zemědělství. EAgrí.cz [online]. [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/>

European Commission. *Understanding Alternative Food Networks: A State of Play of their Socio-Economic Characteristics* [online]. European Union, 2013 [cit. 2019-01-12]. ISBN 978-92-79-29288-0. Dostupné z: [http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC80420/final%20ipts%20jrc%2080420%20\(online\).pdf](http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC80420/final%20ipts%20jrc%2080420%20(online).pdf)

Evropská výzkumná skupina KPZ. *Komunitou podporované zemědělství v Evropě* [online]. Praha, 2016 [cit. 2019-01-12]. ISBN 978-80-87661-31-4. Dostupné z: <http://kpzinfo.cz/wp-content/uploads/2018/12/evropsky-vyzkum-kpz-2015.pdf>

Farmářská tržiště v Praze. Praha.eu [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: http://www.praha.eu/jnp/cz/co_delat_v_praze/prakticke_informace/farmarska_trziste_v_praze/index.html

Farmářské trhy Anděl: Farmáři v Praze. Farmarivpraze.cz [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://farmarivpraze.cz/smichov-2/>

Farmářské trhy mají svůj kodex, pomůže jim posílit důvěru zákazníků. EAgrí.cz [online]. 2011 [cit. 2017-08-27]. Dostupné z:

http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-maji-svuj-kodex-pomuze.html

Farmářské trhy na Kulaťáku: O trzích [online]. 2019 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.farmarske-trhy.cz/o-trzich>

Farmářské trhy na Tylově náměstí ještě v říjnu ožijí: MČ Praha 2: Tiskové zprávy [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://www.praha2.cz/Farmarske-trhy-na-Tylove-namesti-jeste-v-rijnu-oziji.html>

Farmářské trhy: Největší přehled v ČR. Nalok.cz [online]. [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: <http://www.nalok.cz/farmarske-trhy>

Farmářské trhy Prahy I: O nás [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://farmarsketrhyprahy1.cz/o-nas.html>

Farmářské tržiště Heřmaňák: Farmářské tržiště [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/hermanak>

Farmářské tržiště Náplavka. Farmarsketrziste.cz [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/naplavka>

FENDRYCHOVÁ, Lenka. *Geografie alternativních potravinových sítí: Farmářské trhy v Praze. Geografické rozhledy* [online]. 2012 [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: <http://geography.cz/geograficke-rozhledy/wp-content/uploads/2012/10/26-27.pdf>

FENDRYCHOVÁ, Lenka. *Jiná geografie alternativních potravinových sítí: farmářské trhy jako cestující koncept*. Disertační práce. Praha, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Přírodovědecká fakulta UK 2015

GOODMAN, D: *Place and Space in Alternative Food Networks: Connecting Production and Consumption. Environment, politics and development working paper series no. 21*. London, King's college, Department of geography 2009

Karlínské farmářské trhy: Kudy z nudy [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/akce/karlinske-farmarske-trhy-nove-.aspx>

KASPŘÍKOVÁ, Lenka. *Čerstvé a místní potraviny pro vaše město: Jak založit farmářský trh*. Hnutí DUHA, [online] 2011. Dostupné z: http://hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/typo3/cerstve_a_mistni_potraviny_pro_vase_mesto.pdf

Kodex asociace farmářských tržišť: Asociace farmářských tržišť ČR. After.cz [online]. AFT ČR, 2014 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.after.cz/kodex-farmarskych-trhu>

Kodex farmářských trhů: Ministerstvo zemědělství, 2011. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/120003/Kodex_farmarskych_trhu.pdf

MAIER, Karel. *Udržitelný rozvoj území*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4198-7

MAIER, Karel. *Územní plánování a udržitelný rozvoj*. Praha: ABF - nakladatelství ARCH, 2008. Stavební právo, 2/2008. ISBN 978-80-86905-47-1

Malé trhy Hradčanská: Naše trhy [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://www.farmama.cz/>

MAYE, D. a KIRWAN, J. 2011. *Alternative food networks: a review of research* s. 147-168

MORGAN, K. 2010. *Local and Green, Global and Fair: The Ethical Foodscape and the Politics of Care*. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 42(8), 1852–1867

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

Na farmářských trzích byl opakovaně falšovaný med. *Vitalia.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: <https://www.vitalia.cz/clanky/na-farmarskych-trzich-byl-opakovane-falsovany-med/>

Na farmářských trzích se prodávala i vajíčka z Makra. Měla jen nový obal. IDnes.cz [online]. 2017 [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/statni-veterinarni-sprava-farmarske-trhy-leto-kontrola-p28-/ekonomika.aspx?c=A170628_113657_ekonomika_are

Nakupování bez obalu: Česko má první částečně bezobalový farmářský trh. GastroaHotel.cz [online]. 2017 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://gastroahotel.cz/nezarazene/nakupovani-bez-obalu-cesko-ma-prvni-castecne-bezobalovy-farmarsky-trh/>

Nakupování bez obalu: v Praze 7 je první částečně bezobalový farmářský trh v Česku. Novinky.cz [online]. 2017 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/vase-zpravy/praha/5600-47706-nakupovani-bez-obalu-v-praze-7-je-prvni-castecne-bezobalovy-farmarsky-trh-v-cesku.html>

NOVÁČEK, Pavel. *Udržitelný rozvoj*. UP Olomouc, 2012. ISBN 978-80-244-2795-9

O nás. Ceskyfarmarskytrh.cz [online]. [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: <http://www.ceskyfarmarskytrh.cz/informace-cesky-farmarsky-trh/>

O Zero waste: Zero waste jako životní styl. Bez popelnice [online]. [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://bezpopelnice.cz/o-odpadcich/zero-waste/>

PERÉNYI, Zsófia, Morgane ISERTE a Kateřina PAŘÍZKOVÁ. *Zapoj se do KPZ* [online]. 2016 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://kpzinfo.cz/wp-content/uploads/2018/12/zapoj-se-do-kpz-booklet-finalni-verze.pdf>

Potravinářské patero pro farmářské trhy. Agris.cz [online]. Státní zemědělská a potravinářská inspekce, 2010 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.agris.cz/clanek/167940>

Prodej ze dvora. Potraviny, eAGRI. [online]. [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potraviny/legislativa/prodej-ze-dvora/>

RENTING, H., MARSDEN, T. K., a BANKS, J. 2003. *Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development*. Environment and Planning A: Economy and Space, 35(3), 393–411

RENTING, Henk A SCHERMER, Markus A ROSSI, Adanella. 2012. *Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship*. International Journal of Sociology of Agriculture and Food. 19. 289 - 307

Ročenka/Yearbook 2015: Ekologické zemědělství v České republice. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2016. ISBN 978-80-7434-333-9

Sortiment trhu Heřmaňák: Farmářské tržiště Heřmaňák [online]. 2019 [cit. 2019-02-09]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/aktuality/sobota-9-2-jogurty-a-syry-z-biofarmy-ananasove-chilli-catni-lucky-brownies-a-prvni-jarni-kvetiny>

SPIPKOVÁ, Jana. *Alternativní potravinové sítě - česká cesta*. Praha: Univerzita Karlova, nakladatelství Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3307-7.

Syrovátková, M.: The adoption of the local food concept in a post-communist context: Farm shops in Czechia, Norwegian Journal of Geography, 70, 2016, č. 1, s. 24-40

Trhy Jiřák: Aktuality. [Trhyjirak.cz](http://trhyjirak.cz) [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://trhyjirak.cz/aktuality>

URBAN, Jiří a Bořivoj ŠARAPATKA. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. Praha: MŽP, 2003. ISBN 80-7212-274-6

VÁCLAVÍK, Tomáš. *Jak vytvořit a úspěšně provozovat systém biobedynek* [online]. Brno, 2008 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: http://www.bio-info.cz/uploads/download/Jak_vytvorit_a_uspesne_provozovat_system_biobedynek.pdf

VENN, Laura, KNEAFSEY, Moya, HOLLOWAY, Lewis, COX, Rosie, DOWLER, Elizabeth a TUOMAINEN, Helena. 2006. *Researching European 'alternative' food networks : some methodological considerations*. Area, Volume 38 (Number 3). s. 248-258

Vršovická radnice hledá pořadatele trhů na Kubánském náměstí: Pražský deník [online]. 2019 [cit. 2019-03-14]. Dostupné z: https://prazsky.denik.cz/zpravy_region/vrsovicka-radnice-hleda-poradatele-trhu-na-kubanskem-namesti-20190216.html

Z farmářských trhů mizí kvůli evidenci tržeb desítky procent stánkařů. IDnes.cz [online]. 2017 [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/trhy-eet-stankari-ubytok-0xb-/domaci.aspx?c=A170403_200721_domaci_cen

Zabije EET farmářské trhy? Vitalia.cz [online]. 2016 [cit. 2017-08-27]. Dostupné z: <https://www.vitalia.cz/clanky/zabije-eet-farmarske-trhy/>

ZAGATA, Lukáš. 2012. 'We want farmers' markets!' *Case study of emerging civic food networks in the Czech Republic*. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*,19(3), s. 347-364

Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů a Vyhláška Ministerstva zemědělství č. 53/2001 Sb., kterou se provádí zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů s komentářem. Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2001

Zapsaný spolek Archetyp: O nás. Farmarsketrziste.cz [online]. 2018 [cit. 2019-01-12]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/menu/o-nas>

8 PŘÍLOHY

Seznam otázek použitých při rozhovoru

1. Co si myslíte o farmářských trzích? Mají dle Vás nějaký přínos pro společnost? A jaké zkušenosti máte s farmářskými trhy Vy?
2. Jak často navštěvujete farmářské trhy? Z jakého důvodu farmářské trhy navštěvujete?
3. Kde čerpáte informace o farmářských trzích? Kde jste se poprvé o farmářských trzích dozvěděli?
4. Jaké potraviny nejčastěji na trzích nakupujete? Kolik za potraviny v rámci farmářských trhů utratíte?
5. Jaký sortiment na farmářských trzích očekáváte? Je dle Vás sortiment na farmářských trzích dostačující? Co byste případně ocenili, pokud by se na farmářských trzích prodávalo?
6. Jak hodnotíte kvalitu produktů prodávaných v rámci farmářských trhů? Myslíte si, že jsou produkty prodávané na farmářských trzích kvalitnější než produkty dostupné v běžných obchodech? Máte nějakou negativní zkušenost spojenou právě s kvalitou produktů na farmářských trzích? Co si představujete pod pojmem kvalita?
7. Důvěřujete tomu, že produkty zakoupené na farmářských trzích, jsou vždy farmářského původu? Pokud se prodejce zeptáte na informaci ohledně produktu, dostane se Vám vždy dostatečné a konkrétní odpovědi?
8. Jak hodnotíte současný trend bezobalového nakupování? Myslíte si, že je tento trend vhodný pro farmářské trhy? Snažíte se nějak omezovat spotřebu igelitových tašek, sáčků, brček a dalších plastových produktů na jedno použití?
9. Myslíte si, že jsou trhy v současnosti i místem, kde se místní schází a dochází tak k sociální interakci? Jakou další roli dle Vás trhy mají? A jak hodnotíte atmosféru na trzích?
10. Využíváte i další alternativy nákupu farmářských produktů jako je např. prodej ze dvora, bedýnky či farmářské prodejny? Jakou možnost nákupu farmářských produktů preferujete?
11. Je něco, co byste v rámci farmářských trhů změnili? Např. v organizaci, sortimentu či informovanosti o farmářských trzích?