



**Biopotraviny – současný stav a perspektivy v Kraji
Vysočina**

Diplomová práce

Vedoucí práce:
Ing. Soňa Dušková, Ph.D.

Vypracovala:
Leona Kotačková

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci: Biopotraviny – současný stav a perspektivy v kraji Vysočina vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace uvádím v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou *Směrnici o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne:.....

.....

podpis

PODĚKOVÁNÍ

Touto cestou bych chtěla poděkovat především vedoucí mé diplomové práce paní Ing. Soně Duškové Ph.D. za odborné vedení, pomoc a rady, které jsem mohla využít pro zpracování této práce.

Dále bych chtěla poděkovat všem majitelům oslovených subjektů, kteří mi umožnili návštěvu a poskytli mi cenné informace. Děkuji také rodině a svým přátelům za podporu a trpělivost během mého studia.

ABSTRAKT

Tématem předkládané práce je zhodnotit aktuální stav biopotravin a jejich perspektivy v Kraji Vysočina. Teoretická část byla zaměřena na environmentální, ekonomické, sociální a další hlediska produkce a konzumace biopotravin. Dále byl zhodnocen vývoj rozsahu a struktury ekologického zemědělství a sektoru biopotravin v rámci ČR a jednotlivých krajů. Praktická část práce se týkala již Kraje Vysočina. Proběhlo zde šetření na vybraných konkrétních subjektech zaměřené na produkci, tržní strategii, formy zpracování a odbytu produktů. Cílem bylo také zhodnotit a charakterizovat způsoby prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli a to z hlediska nabídky sortimentu, původu a ceny. Byl proveden dotazníkový průzkum, který byl zaměřen na spotřebitele biopotravin.

Klíčová slova: Biopotraviny, Kraj Vysočina, analýza prodeje, tržní strategie, formy zpracování, odbyt produktů, dotazníkové šetření

ABSTRACT

The theme of this work is assess the current state of organic foods and their prospects in Highlands region. The theoretical part was focused on environmental, economic, social and other aspects of the production and consumption of organic food. Also was assessed the development of the scope and structure of organic farming and organic food sector in the Czech Republic and individual regions. The practical part of the work has already been at the Highlands region. Survey took place here on the selected specific farms focusing on production, market strategy, forms processing and marketing of products. The object was also to evaluate and characterize ways of selling organic products to the final consumer in terms of range of products, origin and price. A questionnaire survey was conducted, which focused on consumers of organic food.

Key words: Organic foods, Highlands region, sales analysis, market strategy, forms processing, sale of products, questionnaire survey

OBSAH

1	ÚVOD.....	9
2	CÍL PRÁCE.....	10
3	LITERÁRNÍ PŘEHLED	11
3.1	Charakteristika a definice biopotravin	11
3.2	Hlediska produkce a konzumace biopotravin	12
3.2.1	Environmentální hledisko	12
3.2.2	Zdravotní hledisko	13
3.2.3	Ekonomické hledisko.....	14
3.2.4	Sociální hledisko.....	15
3.2.5	Další hlediska spjatá s produkcí a konzumací biopotravin.....	16
3.2.5.1	Etické psychologické hledisko.....	16
3.2.5.2	Hledisko kvality biopotravin	16
3.2.5.3	Hledisko alternativních zdrojů.....	17
3.2.5.4	Energetické hledisko	17
3.3	Legislativa.....	18
3.3.1	Legislativa EU	18
3.3.2	Legislativa v ČR	19
3.4	Značení biopotravin	20
3.5	Formy prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli.....	21
3.5.1	Biojarmarky a farmářské trhy	21
3.5.2	Bedýnkový způsob.....	22
3.5.3	Prodej ze dvora	22
3.5.4	Specializované kamenné prodejny.....	23
3.5.5	Supermarkety	23
3.5.6	Internetové prodejny	24
3.6	Vývoj sektoru biopotravin v ČR.....	25
3.6.1	Vývoj ekologického zemědělství ČR	26
3.6.2	Současný stav sektoru biopotravin v jednotlivých krajích ČR.....	28

4	MATERIÁL A METODIKA	30
4.1	Kraj Vysočina	30
4.1.1	Základní informace	30
4.1.2	Přírodní podmínky	31
4.1.3	Zemědělství na Vysočině	31
4.2	Šetření na konkrétních farmách	32
4.3	Analýza prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli	33
4.4	Dotazníkové šetření mezi spotřebiteli	34
5	VÝSLEDKY	35
5.1	Vyhodnocení současného stavu zemědělství v Kraji Vysočina	35
5.1.1	Konvenční zemědělství	35
5.1.2	Ekologické zemědělství	35
5.2	Konkrétní vybrané subjekty	37
5.2.1	Srovnání vybraných farem	42
5.2.1.1	Tržní strategie	42
5.2.1.2	Formy zpracování produkce	43
5.2.1.3	Odbyt produkce	43
5.3	Porovnání sortimentu, původu a cen zboží v rámci jednotlivých způsobů prodeje	45
5.4	Výsledky dotazníkového šetření	47
5.4.1	Struktura respondentů	47
5.4.2	Samotné výsledky šetření	49
5.5	Shrnutí průzkumu	58
6	DISKUZE	60
7	ZÁVĚR	63
8	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ	65
9	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	71

10	SEZNAM OBRÁZKŮ	72
11	SEZNAM GRAFŮ	73
12	SEZNAM TABULEK	74
13	SEZNAM PŘÍLOH	75
14	PŘÍLOHY	76

1 ÚVOD

Dopady našeho počinání jsou již viditelné ve všech sférách naší planety Země. Člověk si totiž často neváží toho, co nám naše planeta poskytuje a vědomě ji ničí. Tím zároveň odepírá budoucím generacím možnost volby a znehodnocuje tak jejich život. Mezi nejohroženější a zároveň pro lidstvo nejdůležitější aspekty patří především ovzduší, voda a půda. Kyslík společně s vodou jsou limitujícími faktory, bez kterých by člověk nemohl ani existovat.

Půda je z hlediska našeho přežití také velmi důležitá, neboť je zdrojem obživy, energie a surovin. Také zároveň vytváří prostor pro naše soužití a aktivity. Je součástí naší krajiny a přírody a velmi ovlivňuje estetický ráz krajiny. Nejen, že hraje důležitou roli v našich životech, ale také umožňuje růst rostlin, kterým zajišťuje dostatečný příjem živin a vláhy. Půda je přírodním bohatstvím, kterého bychom si měli vážit a pečovat o něj.

S půdou často spojujeme pojem zemědělský půdní fond, který představuje základní výrobní prostředek pro zemědělskou činnost a je též jednou ze složek životního prostředí. V rámci hospodaření převládá tzv. konvenční zemědělství, které využívá postupů s cílem dosáhnout co nejvyššího zisku a to většinu na úkor zdraví půdy, ale i hospodářských zvířat.

Opakem tohoto hospodaření je ekologické zemědělství, které je šetrné k půdě a zároveň umožňuje zvířatům důstojný a spokojený život. Výsledkem ekologického zemědělství je tzv. bioprodukt, který může sloužit k výrobě biopotravin. Biopotraviny se stávají čím dál tím více součástí našeho každodenního života, což má pozitivní dopad nejen na naše zdraví, ale také na životní prostředí jako celek. Někdo biopotraviny považuje spíše za módní trend, ale většina lidí tento životní styl uznává především díky svým hodnotám.

2 CÍL PRÁCE

Cílem diplomové práce je na základě získaných informací zhodnotit aktuální stav biopotravin a perspektivy v Kraji Vysočina. Analýza také zahrnuje šetření a následné porovnání konkrétních vybraných subjektů, průzkum rozdílů sortimentu, cen a původu biopotravin v rámci jednotlivých způsobů prodeje a šetření mezi spotřebiteli z hlediska jejich motivace k nákupu, zájmu a znalostí v oblasti biopotravin.

3 LITERÁRNÍ PŘEHLED

3.1 Charakteristika a definice biopotravin

Biopotravina je produkt ekologického zemědělství, vyprodukovaný v souladu s požadavky zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008. Produkt je vyrobený z rostlin, živočichů a jejich produktů, pěstovaných, chovaných a zpracovaných v režimu ekologického zemědělství. Musí též splňovat požadavky na bezpečnost a zdravotní nezávadnost dle Zákona o potravinách (Kotěra a kol., 2010).

Výroba biopotravin musí splňovat několik základních pravidel. Jedním z nich je, že ekologicky vyprodukovaná potravina nesmí společně obsahovat stejnou surovinu vyrobenou v konvenčním zemědělství. Je povoleno nejvýše 5 % hmotnostního podílu surovin vyrobených v konvenčním zemědělství a zároveň tato surovina musí být uvedena v příloze. Produkt nesmí být ošetřen ionizujícím zářením a zároveň je zakázáno používat geneticky modifikované organismy (Šarapatka a kol., 2005).

Biopotraviny se vyznačují tím, že při jejich produkci nejsou používány žádné škodlivé přídavné látky, jako jsou umělá dochucovadla, barviva, zlepšovače chuti a konzistence, průmyslová hnojiva, pesticidy apod. Hospodářským zvířatům je poskytnuta veškerá možná péče, životní prostor, odpočinek a kvalitní krmivo. Mají tak zabezpečenou pohodu a důstojný život. Biopotraviny mají také vysoký obsah nutričních látek a přirozenou chuť, barvu a vůni (Kotěra a kol., 2010).

Důležitým pojmem je také pojem ekologické zemědělství, což je šetrný způsob zemědělského hospodaření, jenž dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky, díky stanovením omezení a zákazů používání látek a postupů, které mohou mít negativní dopad na životní prostředí a zvyšují riziko kontaminace potravního řetězce. Také zajišťuje pohodu chovaných hospodářských zvířat (Václavík, 2008).

3.2 Hlediska produkce a konzumace biopotravin

3.2.1 Environmentální hledisko

Ekologické zemědělství a také produkce biopotravin se snaží respektovat cíle trvalé udržitelnosti, proto se zaměřuje na ochranu přírodních prvků a krajiny, na péči o půdu, ochranu podzemních a povrchových vod, problematiku klimatických změn a skleníkových plynů, šetrné využívání přírodních zdrojů a na zdraví a pohodu zvířat.

Biologická rozmanitost je velmi důležitá v rámci ochrany přírody a krajiny. Právě systém ekologického zemědělství zajišťuje bohaté zastoupení rostlinných i živočišných druhů a to jak na orné půdě, TTP tak i v přilehlých biotopech. Navíc poskytuje také lepší životní podmínky pro rozmnožování, úkryt, možnost potravy apod. Půda je vlivem konvenčního zemědělství výrazně znehodnocena. Naopak ekologické zemědělství o půdu pečuje. Jsou zde viditelné rozdíly v obsahu organických látek, což má pozitivní dopad na oživení a biologickou aktivitu organismů v půdě. Ekologické obhospodařování půdy také snižuje riziko erodovatelnosti půdy, která značně ovlivňuje její úrodnost.

Se sníženou půdní erozí také úzce souvisí ochrana podzemních a povrchových vod. V rámci ekologické produkce je totiž eliminováno riziko spojené se zanášením vod pesticidními látkami a dusičnany, které způsobují eutrofizaci vod. Tento způsob obhospodařování půdy se často využívá v ochranných pásmech vodních zdrojů (Šarapatka a kol., 2003).

Produkce bioproduktů také přispívá ke stabilizaci klimatu. Půdy obhospodařované v režimu ekologického zemědělství zadržují větší množství uhlíku, čímž se omezují nárůst atmosférického CO₂. Existují studie, které potvrzují, že šetrné ekologické zemědělství snižuje množství oxidu uhličitého na hektar, a to díky zákazu používání syntetických dusíkatých hnojiv, pesticidů a nízkému podílu fosforu a draslíku v půdě. Je tomu tak i u amoniaku. Jde o to, že v rámci ekologického zemědělství je menší zatížení plochy hospodářskými zvířaty. Kromě výše uvedených látek také snižuje tvorbu plynů, které negativně ovlivňují klima (Samsonová, 2007).

Kromě ochrany přírody jako celku, má ekologická produkce vliv na zdraví chovaných hospodářských zvířat a zároveň zajišťuje jejich pohodu. Ochrana hospodářských zvířat je zlepšována díky kvalitním podmínkám chovu (ustájení,

možnost pohybu a pastvy), dále vhodným krmivem a způsobem veterinární léčby, minimalizací stresu zvířat, chovem takových plemen, které jsou typické pro danou oblast a optimalizací produkce. Všechny tyto aspekty ovlivňují kvalitu produkovaných bioproduktů (Valeška, 2008).

3.2.2 Zdravotní hledisko

Nelze říci, že biopotraviny jsou výhradně zdravou potravinou. Jejich primárním úkolem je ochrana krajiny a produkce kvalitních potravin. Zásadní a rozhodující rozdíl mezi potravinami pocházejícími z konvenčního a ekologického zemědělství, je ve způsobu jejich produkce. Na rozdíl od konvenčního zemědělství, které využívá cizorodých látek, tak ekologické nevnáší do prostředí žádné syntetické látky (Kotěra a kol., 2010).

Lidé konzumují biopotraviny zejména kvůli nižšímu obsahu nežádoucích kontaminujících látek, vyššímu obsahu některých živin a vyššímu obsahu vlákniny. Co se týče nežádoucích látek, sem se řadí např. pesticidy, umělá hnojiva, těžké kovy, potravinová aditiva atd.

Zdravotní nezávadnost je hlavním aspektem zájmu spotřebitelů o biopotraviny. Jelikož v rámci ekologického zemědělství jsou zakázány chemické prostředky pro ochranu rostlin, zmenšuje se tím riziko kontaminace biopotravin pesticidy. Z hlediska obsahu dusičnanů je dokázáno, že produkty označené bio, jsou kvalitnější, ale v některých případech tomu tak nemusí být. Hygienická kvalita biopotravin se posuzuje především na základě hladiny mykotoxinů a dalších přírodních toxinů. Biopotraviny jsou velmi bohaté na bílkoviny, tuky, sacharidy, vitamíny, enzymy, minerální prvky, vlákninu a esenciální mastné kyseliny (Hajšlová a kol., 2006).

Výzkumy prokázaly větší obsah mastných kyselin např. v biomléce. Optimální složení těchto kyselin v potravě působí preventivně proti onemocnění srdce, cév a rakovině. Podobné účinky mají také antioxidanty, obsažené ve větším množství v ovoci a zelenině, pocházející z ekologické produkce. Zároveň u bioovoce byl zjištěn větší obsah fosforu a vlákniny. Pokusy také prokázaly, že biobrambory jsou bohaté na vitamin C (Samsonová, 2007).

3.2.3 Ekonomické hledisko

V rámci ekonomického hlediska je zemědělský podnik v ekologickém zemědělství chápán jako hospodářská jednotka, která musí být ekonomicky životaschopná. Důležitým aspektem je kladný dlouhodobý hospodářský výsledek. Hlavním předpokladem správné produkce biopotravin je, aby výnosy převyšovaly náklady farmy. V přechodném období (konverze) dochází ke zhoršení ekonomické situace podniku, ale tento pokles může být kompenzován prostřednictvím dotací. Tato finanční podpora je v ČR poskytována trvale, jako forma odměny za tvorbu tzn. pozitivních externalit. Je to jedna z hlavních složek výnosů vedle tržby (Šarapatka a kol., 2005).

Konverze je velmi náročná a to jak ze stránky organizační, technické tak zejména ekonomické. Odvíjí se od zaměření stávajícího konvenčního systému hospodaření. Pokud se jedná o podnik jednostranný, konverze je velmi náročná. Jednostranný subjekt je charakteristický úzkým osevním postupem, monokulturou, specializací chovu atd., a proto je důležité důkladné plánování z hlediska struktury, aby byly vyrovnané možné rizika. Dalším faktorem je také blízkost stávajícího konvenčního systému k principům ekologického zemědělství (Dvorský a kol., 2014).

U přechodu z konvenčního zemědělství na ekologické dochází jak ke zvýšení, tak i zároveň ke snížení nákladů. Ke zvýšení dochází vlivem přísnějších požadavků na krmivo, skladování, balení, porážku a bourání, zpracování pro trh, ale také vyšší pracovní náročnosti a spotřebou statkového a zeleného hnojiva. Naopak úspora vzniká snížením vstupů a prostředků na bázi pesticidních látek a minerálních hnojiv. Díky kvalitním životním podmínkám se také zvyšuje věk hospodářských zvířat, čímž také dochází ke snížení nákladů

Výnosy farmy se liší na základě produkce. Nižší pokles u přechodu na ekologické zemědělství je u rostlinné produkce než u chovu hospodářských zvířat. Tržby farmy se odvíjí od množství produkce a prodejní ceny. Jednotnou farmářskou cenu lze určit pouze obtížně, neboť je odlišná podle zvoleného distribučního kanálu, ale také jednotlivé ekologické subjekty nabízí ty samé biopotraviny za různé ceny. Hlavní motivací pro zemědělce je možnost získání tzv. cenové prémie. Velikost prémie je různá a odvíjí se od poptávky konečných spotřebitelů, ochoty zaplatit vyšší cenu za biopotraviny a od celkové tržní situace (Šarapatka a kol., 2005).

3.2.4 Sociální hledisko

Zemědělství obecně vytváří pracovní příležitosti a není tomu jinak ani v zemědělství ekologickém. Představuje větší pracovní náročnost než u konvenčního zemědělství, neboť chemické vstupy a strojní mechanizace je nahrazena lidskou prací. To ovšem bývá velmi kritizováno ze strany příznivců intenzivního zemědělství a to především z hlediska efektivity. Existují však spotřebitelé, kteří si uvědomují, co vše stojí za produkcí biopotravin a jsou ochotni zaplatit vyšší cenu za kvalitní potraviny. Vlivem konvenčního zemědělství dochází k úbytku pracovních sil, což má negativní dopad na soudržnost venkovského obyvatelstva a také dochází ke změně infrastruktury venkovské oblasti (Václavík, 2008).

Významným aspektem kvalitní produkce biopotravin je také zajištění sociálně příznivých pracovních podmínek, které stanovuje mezinárodní organizace zastřešující ekologické zemědělství pomocí základních norem. Významem těchto norem je, že sociální spravedlnost a práva jsou základní složkou ekologického zemědělství a zpracování biopotravin. Pro zajištění tohoto cíle je důležitá spolupráce IFOAM s organizacemi podporující spravedlivý obchod (Valeška, 2008).

Systém ekologického zemědělství zásadně ovlivňuje otázku občanství a rodiny. Je správnou volbou k trvalému udržení venkovské zaměstnanosti. Vede k realizaci politiky, která podporuje sociální stabilitu venkova. Zahraniční studie dokazují, že děti vyrůstající na farmách mají více sebevědomí, lepší výsledky na vysokých školách, aktivnější přístup ve společenském životě a lépe si hledají práci. Obecně lze říci, že děti z farem mají lepší předpoklady pro celkovou realizaci v životě.

Venkovská soudržnost a sociální stabilita je velmi důležitá pro udržení tradic, kultur, charakteru a identity místa. Tradiční způsoby obhospodařování půdy a chovu zvířat vedly k vytvoření charakteristického českého venkovského rázu. V současné době jsou tyto hodnoty důležité a to především pro turismus a ochranu přírody. Poptávka po kvalitních a lokálních biopotravinách je stále větší a to hlavně u lidí z městských oblastí, kteří touží po tradičním venkovském životě (Václavík, 2008).

3.2.5 Další hlediska spjatá s produkcí a konzumací biopotravin

3.2.5.1 Etické psychologické hledisko

Pro trvalý udržitelný rozvoj zemědělství je důležité splnit některé předpoklady a právě jedním z nich je změna v chápání vztahu člověka k přírodě. Původní představa o přírodě byla ta, že se jedná pouze o zdroje surovin a člověk vůči ní nemá žádnou morální či etickou zodpovědnost. Současné pojetí staví přírodu do popředí a člověk je pouze její součástí. Důležité je, že člověk má vůči přírodě etickou a morální zodpovědnost (Hutař a kol., 2016).

Etické hledisko se pojí s environmentálními aspekty a to zejména s pojmem biodiverzita. Rozmanitější systém a tím pádem odolnější, přispívá k lepší kontrole nad chorobami a možnými škůdci. Spojení etiky a biodiverzity je také důležité pro estetické vnímání přírody, které má kladný dopad na fyzické zdraví člověka, mentální a duševní kondici. Mezi etické oblasti dále patří bezpečnost potravin a welfare zvířat (Valeška, 2009).

Ekologické zemědělství zajišťuje chovaným zvířatům životní pohodu, která je podložena legislativou. Jsou zde stanoveny jasné podmínky jak se ke zvířatům chovat. Jedná se např. o stanovení minimální plochy k ustájení a výběhů, zákaz klecových chovů a trvalého vazného ustájení skotu. Zajištění optimálních podmínek pro chovaná zvířata má pozitivní vliv nejen na zvířata, ale také ovlivňuje obsah minerálních látek, nenasycených mastných kyselin atd. (Petrová a kol., 2010).

Materiální vlastnosti biopotravin jsou velmi důležité, ale také psychologické a společenské aspekty hrají velkou roli. Pokud spotřebitel konzumuje potraviny, které nemají negativní dopady na životní prostředí jako celek, zvyšuje to jeho životní pohodu. Z tohoto důvodu psychologické účinky biopotravin ovlivňují jejich celkovou kvalitu (Valeška, 2008).

3.2.5.2 Hledisko kvality biopotravin

Kromě vyššího obsahu nutričních látek a zdravotně-hygienického hlediska je u biopotravin také důležitá senzorická jakost, jako je chuť, vzhled a vůně, a technologická kvalita. Z hlediska senzorické jakosti se řadí potraviny do jednotlivých jakostních tříd, od kterých se následně odvíjí cena produktu. Zařazení výrobku

do jakostní třídy se provádí na základě vnějších znaků jako je velikost, tvar, hmotnost a barva (Hajšlová, 2006).

Dosavadní výzkumy prokluzují u biopotravin, zejména pak u ovoce a zeleniny, lepší chuť. Ta je ovlivněna menším obsahem vody, díky kterému vyniknou látky ovlivňující chuť potravin. Vzhledem k zákazu používání některých přídatných látek, jako jsou dochucovadla a zvýrazňovače, je zachována přirozená chuť surovin (Valeška, 2008).

I když produkty ekologického zemědělství v některých případech vykazují horší vzhled, jako je např. nejednotnost, než u konvenčního zemědělství, mohou tyto vlastnosti příznivě ovlivňovat odolnost vůči mechanickému poškození nebo poskytují lepší podmínky pro skladovatelnost. S tím také úzce souvisí technologická kvalita. Pojednává o vhodnosti plodiny pro různé způsoby zpracování, o odolnosti proti mechanickému poškození, skladovatelnosti apod. U biopotravin jsou prokazatelně menší skladovací ztráty oproti konvenčnímu zemědělství (Hajšlová, 2006).

3.2.5.3 Hledisko alternativních zdrojů

Biopotraviny jsou také významným zdrojem alternativních zdrojů příjmu. Kromě pěstování rostlin a chovu hospodářských zvířat, poskytuje ekologické zemědělství ochranu a rozmanitost přírody, což přitahuje širokou veřejnost a vede k rozvoji agroturistiky. Právě ta může být důležitým zdrojem příjmu vedle vlastní produkce farmy (Václavík, 2008).

3.2.5.4 Energetické hledisko

S ohledem na trvalou udržitelnost je důležité také hospodárné využívání přírodních zdrojů, které se v režimu ekologického zemědělství blíží k nulové hodnotě. Přírodní zdroje zahrnují jak živiny, tak i energii, která je potřebná k produkci biopotravin. Energetická účinnost je podstatně vyšší než v konvenčním zemědělství (Valeška, 2008).

Spotřeba celkové energie u ekologických subjektů je oproti konvenčnímu zemědělství nižší o 30 až 50 %. Je to dáno především omezeným nebo úplným zákazem používání rozpustných hnojiv (dusíkatých, hořečnatých, fosforečných). Produkce biopotravin podporuje lokální produkty, čímž se také snižuje spotřeba energie na dlouhé

transporty. Zároveň je podporované hospodárné využívání přírodních zdrojů (Samsonová, 2007).

3.3 Legislativa

3.3.1 Legislativa EU

Nařízení Rady (ES) 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/1991, v platném znění. Toto nařízení poskytuje základ pro:

- udržitelný rozvoj ekologické produkce
- zaručení korektní hospodářské soutěže
- zajištění důvěry spotřebitele
- a ochranu zájmů spotřebitelů.

Také stanovuje cíle a zásady ekologické produkce, kdy tento pojem definuje jako celkový systém řízení zemědělského podniku a produkce potravin, který spojuje osvědčené environmentální postupy, vysokou úroveň biologické rozmanitosti, ochranu přírodních zdrojů, uplatňování přísných norem pro dobré životní podmínky zvířat a způsobu produkce v souladu s požadavky určitých spotřebitelů, kteří upřednostňují produkty získané za použití přírodních látek a procesů.

Další důležitou legislativou EU je nařízení Komise (ES) 889/2008 ze dne 5. září 2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů, v platném znění. Zahrnuje pravidla produkce, zpracování, balení, přepravy a skladování ekologických produktů., ale také pravidla pro přechod na ekologickou produkci. Také stanovuje zásady pro označování ekologické produkce.

V neposlední řadě se také jedná o nařízení Komise (ES) 1235/2008 ze dne 8. prosince 2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o opatření pro dovoz ekologických produktů ze třetích zemí (MZe, 2015).

3.3.2 Legislativa v ČR

Dne 29. června roku 2000 byl schválen zákon č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. Účinnost zákona je datována ke dnu 1.1 2001. Tento zákon upravuje podmínky hospodaření v ekologickém zemědělství a k němu se vztahující osvědčení a označování bioproduktů, biopotravin a ostatních bioproduktů, a dále výkon kontroly a dozoru nad dodržováním povinnosti s tím spojených, v návaznosti na přímo použitelný předpis Evropské unie. Zákon se týká pouze těch oblastí, které nejsou upraveny evropskými právními předpisy pro ekologické zemědělství, a EU je ponechává na národní úpravě jednotlivých členských zemí.

Dle zákona č. 242/2000 Sb. (§3) se rozumí:

- *bioproduktem surovina rostlinného nebo živočišného původu nebo hospodářské zvíře získané v ekologickém zemědělství podle předpisů Evropské unie,*
- *biopotravinou potravina vyrobená za podmínek uvedených v tomto zákoně a předpisech Evropské unie, splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními právními předpisy,*
- *ostatním bioproduktem ekologické krmivo nebo ekologický rozmnožovací materiál,*
- *osobou podnikající v ekologickém zemědělství ekologický podnikatel, výrobce biopotravin, osoba uvádějící biopotraviny nebo bioprodukty do oběhu, výrobce nebo dodavatel logických krmiv nebo dodavatel ekologického rozmnožovacího materiálu,*
- *ekofarmou uzavřená hospodářská jednotka zahrnující pozemky, hospodářské budovy, provozování zařízení a popřípadě i hospodářská zvířata uvedená v § 4 odst. 1, sloužící ekologickému zemědělství.*

Dne 1. února roku 2006 nabyla platnosti vyhláška č. 16/2006 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona o ekologickém zemědělství. Tato vyhláška upravuje v návaznosti na přímo použitelný předpis Evropské unie další podmínky hospodaření v ekologickém zemědělství. V roce 2012 došlo k novelizaci. Kromě zákona

a vyhlášky upravují ekologické zemědělství i Metodické pokyny Ministerstva zemědělství ČR (MZe, 2009 -2017).

3.4 Značení biopotravin

Pravidla pro zpracování a označování biopotravin jsou stanovena v českém zákoně č. 242/2000 Sb., vyhláškou 16/2006 Sb., v rámcovém nařízení (ES) č. 834/2007 a provádějícím nařízením (ES) č. 889/2008. Kromě předpisů, které jsou povinné u běžných potravin, musí produkty ekologického zemědělství splňovat mnoho dalších podmínek.

Při splnění všech těchto požadavků může potravina nést označení „produkt ekologické produkce“ nebo „bio“ či „eko“. Zároveň biopotravina pocházející z ČR je označena logem ČR a to tzv. „biozbroou“ (viz. Obrázek 1). Pokud potravina byla vyrobena v zemích EU je na produktu uvedeno logo nazýváno jako „biolist“ (viz. Obrázek 2). Kromě národního či evropského loga může být použito i logo soukromých subjektů či svazů, které musí být schváleno příslušným orgánem. Na obalu musí být také uvedena informace o místě, kde byla surovina vyprodukována a to sice z EU nebo mimo EU. Můžeme zde být uveden také název konkrétního státu (Suková, 2014).



Obrázek 1: České logo (MZe, 2009-2017)



Obrázek 2 Evropské logo (MZe, 2009-2017)

Navíc biopotravina musí obsahovat kód příslušné kontrolní organizace. Tento kód poskytuje informace o původu, způsobu ekologické produkce a zároveň obsahuje referenční číslo, které přiděluje Komise nebo příslušný orgán kontrolní organizaci. V ČR působí několik těchto kontrolních organizací (KEZ, Biokont, ABCERT, Bureau Veritas Czech Republic), které jsou pověřeny Ministerstvem zemědělství k provádění kontroly a dozoru nad dodržováním zákona o ekologickém zemědělství. Všechny kontrolní organizace musí být akreditovány dle platných norem (Suková, 2014).

3.5 Formy prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli

Biopotraviny lze uvádět na trh dvěma možnými způsoby. Distribuce probíhá buď to nepřímou cestou, která zahrnuje specializované prodejny, veřejné stravování, supermarketové řetězce, restaurace, velkoobchody a mnoho dalších nebo cestou přímou. Ta zahrnuje prodej prostřednictvím „biobedýnek“, biojarmarku či farmářských trhů, online nákupu přes internet, vlastního sběru a prodej ze dvora (Václavík, 2008).

3.5.1 Biojarmarky a farmářské trhy

Principem je pravidelné setkávání zemědělců na určitém místě, kde nabízí svoje produkty přímo konečnému spotřebiteli. Prodej může být pravidelný nebo sezónní, což může být určitou nevýhodou pro zákazníka, neboť je z hlediska dostupnosti zboží omezený. Výhodou pro zákazníka je:

- nižší cena zboží,
- čerstvost a kvalita,
- široký sortiment
- a také podpora místních zemědělců.

Pro zemědělce je prodej spjat s vyššími náklady na dopravu, pronájem stánku a potřebné vybavení. Zároveň se jedná o prodej, který je časově náročnější a tím pádem zemědělec přichází o čas, který by mohl využít k práci na farmě. Pro získání důvěry spotřebitele je důležité viditelně umístit kopii osvědčení o původu bioproduktů. Naopak farmář nemusí řešit otázku ohledně propagace, odpovědnosti za škodu či úraz, zajištění sociálního vybavení či výpadek sortimentu. Jedná se o důležitý zdroj příjmů pro drobné zemědělce, jelikož získají co nejvyšší cenu za produkt (Šarapatka a kol., 2005).

3.5.2 Bedýnkový způsob

System bedýnkového způsobu je založen na principu dodání bedýnky přímo k zákazníkovi domů nebo na předem smluvené místo. Hlavní nevýhodou bedýnkového systému je především poměrně malá dovožková vzdálenost v případě, že zemědělec je zároveň provozovatelem tohoto systému. Výhodou této formy prodeje biopotravin pro zákazníka je:

- přímý kontakt s pěstitelem
- možnost určení velikosti bedýnky či jejího obsahu
- vysoká kvalita produktů
- pestrost sortimentu
- a také přiměřená cena za zboží a dopravu.

Tento způsob prodeje znamená pro zemědělce vytvořit si dobře fungující marketingovou strategii z hlediska dodávek zboží, ale také pestrosti sortimentu a osobního přístupu. Bedýnkový způsob přináší jejímu provozovateli i značné výhody a to vysoké výnosy za produkt, kontrolu nad odbytem zboží, stabilní růst a jednoduchou propagaci, neboť potenciální zákazníci se o tomto systému dozvědí nejčastěji od svých známých (Václavík, 2008).

Určitou formou bedýnkového způsobu je také nákup bedýnek přes internet, kdy provozovatelé spolupracují s mnoho českými i zahraničními dodavateli. Výhodou pro zákazníka je především velmi pestrá nabídka sortimentu, možnost dodání po celé ČR a možnost určit si obsah bedýnky. Zákazník objedná zboží prostřednictvím eshopu, emailu nebo telefonicky a jeho dodání zajistí sám provozovatel. Platba je možná jak hotově tak i kartou nebo přes konto, které si zákazník sám dobíjí. Cena odpovídá skutečným nákladům, které byly vynaloženy na produkci zboží (Fresh bedýnky, 2014-2017).

3.5.3 Prodej ze dvora

Tento způsob prodeje umožňuje prodej biopotravin přímo konečnému spotřebiteli za příznivou cenu. Nedostatkem z hlediska zákazníka může být velká vzdálenost na farmu. Výhodou pro zákazníka je:

- rozumná cena

- kvalitní a maximálně čerstvé bioprodukty
- přímý kontakt se zemědělcem
- a přátelská atmosféra (Václavík, 2008).

Prodej ze dvora je podmíněn zákonem č. 166/1999 Sb., veterinární zákon, což může být pro zemědělce značnou nevýhodou, neboť jsou na něj kladeny vysoké požadavky (ICBP, 2012). Naopak prodej ze dvora vytváří pro farmáře příležitost jak prodat veškerou přebytečnou úrodu a to za maximální cenu (Václavík, 2008).

3.5.4 Specializované kamenné prodejny

Zejména se jedná o prodejny zdravé výživy či specializované bioprodejny. Nevýhodou z pohledu zákazníka může být to, že tato forma prodeje je určena pouze pro konkrétního spotřebitele (biospotřebitel). Specializované prodejny, ale také poskytují konečnému spotřebiteli řadu výhod, mezi které patří:

- široký sortiment produktů
- poradenství a důvěra
- kvalitní a čerstvé zboží
- a nabídka i méně dostupných produktů.

Tento způsob odbytu ekologických produktů je vhodný pro střední i malé zemědělce, neboť dodávky zboží nejsou natolik objemné, aby je zemědělci nemohli splnit. Výhodou pro farmáře je vyšší cena za zboží a také zájem o široký sortiment zboží ze strany prodejce. Specializované prodejny často kladou důraz na regionalistu a místní zdroje, což může být pozitivním aspektem pro farmáře. Hlavní nevýhodou pro producenta může být užší oslovení nových potenciálních zákazníků, neboť tento způsob vyžaduje změnu nákupního chování (Šarapatka a kol., 2005).

3.5.5 Supermarkety

Vzhledem k narůstajícímu množství biopotravin na trhu jsou supermarkety častou formou prodeje biopotravin. Prodej biopotravin prostřednictvím supermarketových řetězců neumožňuje zákazníkovi přímý kontakt se zemědělcem, což může v zákazníkovi vyvolat pocit nedůvěřivosti k nabízenému zboží a také chybí jakékoliv poradenství v tomto odvětví. Většina supermarketů nabízí svým zákazníkům

biopotraviny vlastní značky, což znamená centrální nákup a tím pádem původ zboží je vedlejší. Zároveň supermarkety nabízí pouze nejpopulárnější zboží, čímž se značně omezuje výběr (Šarapatka a kol., 2005).

Výhodou pro konečného spotřebitele je:

- pohodlný nákup
- zachování nákupního chování
- a také nízká cena, která bývá pro zákazníka rozhodující.

Z hlediska farmáře není tato volba prodeje moc vhodná, neboť cena za zboží je nízká a zároveň zde je nejistota odběru v případě perspektivnější nabídky. Na zemědělce jsou kladeny vysoké nároky na dodávky určitého spektra zboží v určité kvalitě a také na přesnou dobu dodání. Na druhou stranu prostřednictvím supermarketových řetězců může zemědělec prodat velké objemy biopotravin a může oslovit nové potenciaální zákazníky (Moudrý a kol., 2002).

3.5.6 Internetové prodejny

Internetové prodejny můžeme považovat za přímou distribuční cestu biopotravin. Zahrnuje online nákup přes internet přímo na webových stránkách farmy (Václavík, 2008).

Existují však i internetové prodejny, které jsou založeny na spolupráci provozovatele s producenty, a proto se tento způsob nedá již považovat za přímou cestu. Výhodou pro zákazníka, který využívá internetové prodejny je:

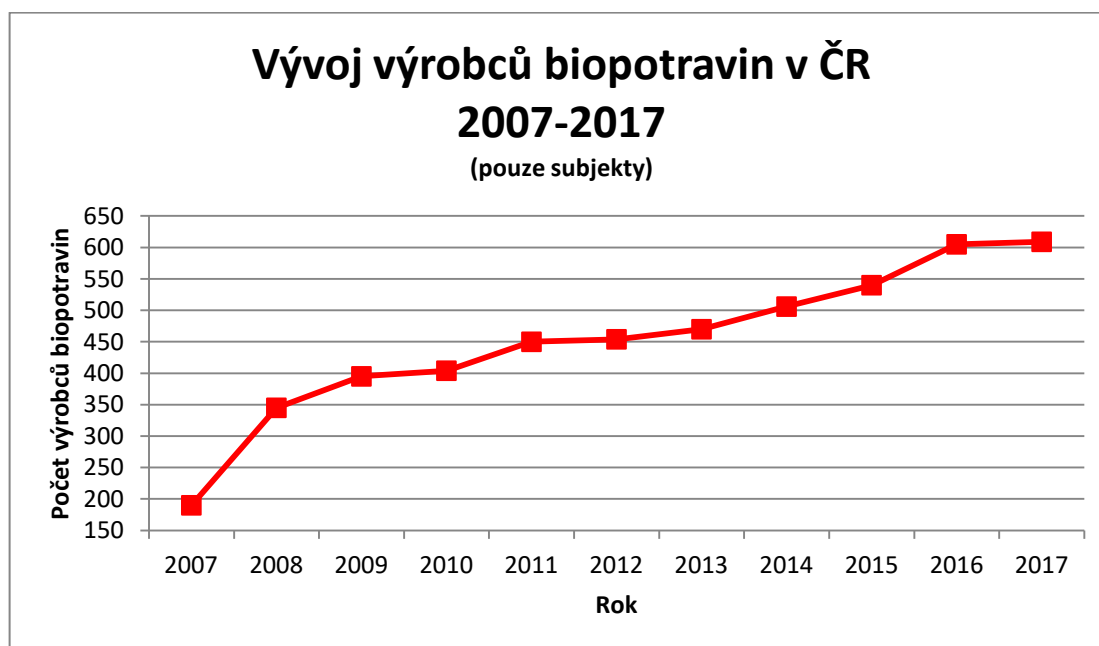
- velký sortiment zboží na jednom místě
- výrobky českého původu tak i zahraničního
- dodání je možné jak po celé ČR, tak i do zahraničí.

Dodání zboží konečnému spotřebiteli je zajištěno prostřednictvím zásilkové služby nebo osobním odběrem na konkrétní pobočce společnosti. Platbu lze provést převodem na účet, online platnou nebo dobírkou (Bioweb, 2016).

3.6 Vývoj sektoru biopotravin v ČR

V letech 2005-2006 došlo k nárůstu trhu s biopotravinami v ČR. Sortiment biopotravin byl, ale tvořen převážně importem ze zahraničí. Poptávka na českém trhu převyšovala množství vyprodukovaných biopotravin českými ekologickými zemědělci. Byla zde téměř úplná absence hotových výrobků, zeleniny a ovoce. Biopotraviny tvořily z celkového trhu s potravinami pouze 0,06 %, což svědčí o nedostatečné rozvinutosti trhu (Šarapatka a kol., 2006).

V letech 2009 a 2010 došlo k zastavení vývoje trhu s biopotravinami. Další rozkvět nastal již o rok později, kdy spotřeba biopotravin vzrostla a zároveň došlo k oživení trhu. Tento růst pokračoval i v následujících letech. I přes zvyšující se domácí spotřebu biopotravin, jejich podíl na celkové spotřebě potravin stále nepřekročil hranici 1 %. Biopotraviny vyprodukované českými subjekty včetně vývozu v roce 2014 dosáhly celkového obrátu 3,2 mld. Kč (Šejnohová, 2016).



Graf 1 Vývoj počtu výrobců biopotravin v ČR (MZe, 2017 - zdroj dat)

Z hlediska počtu výrobců biopotravin v roce 2011 došlo k nárůstu a to o 4,5 % oproti předešlému roku. Bylo zde registrováno 422 výrobců biopotravin. Farmy se zabývaly především zpracováním masa, výrobou masných výrobků, zpracováním mléka a mléčných výrobků a také zpracováním ovoce a zeleniny (Hrabalová, 2012).

O rok později došlo k oživení trhu, neboť počet výrobců vzrostl na 448 subjektů. Současně se zvýšil počet registrovaných výrobců vína (Hrabalová, 2013). V roce 2013 bylo registrováno 471 výrobců biopotravin a zároveň došlo k nárůstu počtu podnikatelů, jejichž celkový obrat za prodej potravin tvoří pouze prodej biopotravin (Hrabalová, 2013).

Na konci roku 2014 překročil počet výrobců biopotravin 500 registrovaných subjektů, což představuje nárůst o 7,4 % proti předchozímu roku. Z hlediska vývozu biopotravin do zahraničí, tak největší procento těchto výrobků směřovalo do zemí EU nesousedících s ČR, dále pak do Rakouska a Německa (Hrabalová, 2015). V roce 2015 bylo zaregistrováno 542 výrobců biopotravin. Všechny výše uvedené provozované činnosti přetrvávají i do současnosti. Co se týče velikosti farem působících ve výrobě biopotravin, dominují střední tak i velké firmy. Zapojují se i tzv. bio specialisté (Hrabalová, 2016).

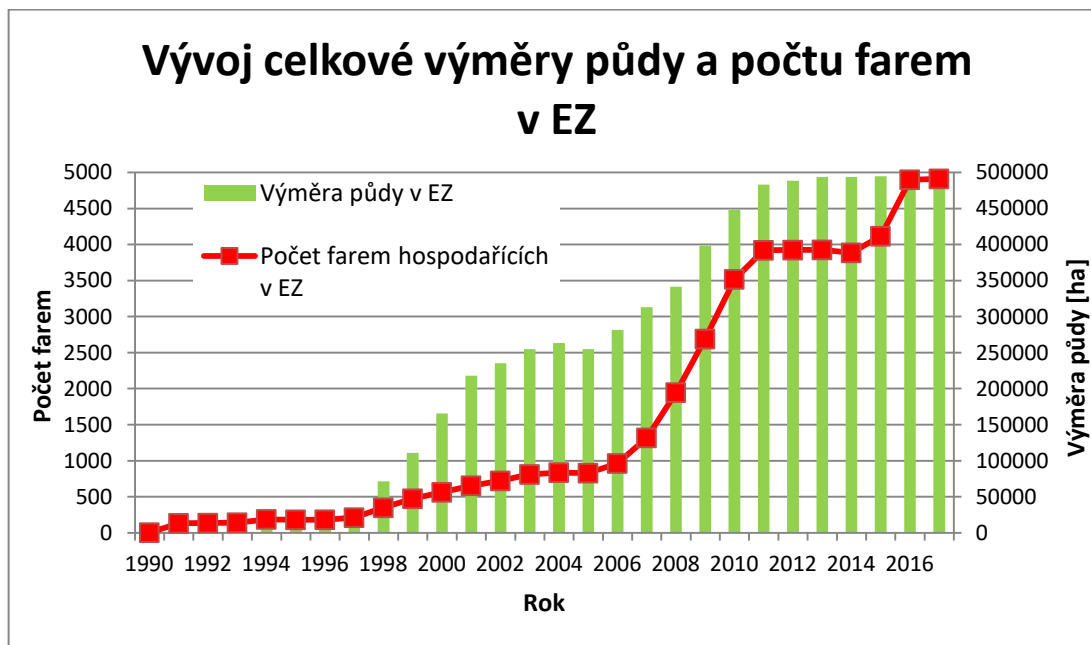
3.6.1 Vývoj ekologického zemědělství ČR

Prvopočátky ekologického zemědělství ve střední a západní Evropě se datují do období po první světové válce. Vlivem industrializace a urbanizace v polovině 19. a na přelomu 20. století se lidstvo začalo přiklánět k přírodnímu životnímu stylu, neboť se začaly projevovat negativní dopady na životní prostředí obyvatelstva. Zásadně došlo ke zhoršení úrodnosti půdy, což vedlo mnohé zemědělce ke změně způsobu jednání.

První zmínky o ekologickém zemědělství na našem území se objevily v roce 1985 až 1987 a to v odborných časopisech. Články byly většinou kritizovány nebo úplně ignorovány. Našli se, ale i lidé, kterým záleželo na jejich zdraví. Tím se zvýšil zájem o zdravou výživu. Významným mezníkem byl rok 1988, kdy skupina moravských agronomů, vědeckých a odborných pracovníků ve spolupráci s ČSVTS založili Odbornou skupinu pro alternativní zemědělství. Na konci téhož roku první tři zemědělské podniky přešly na ekologické zemědělství (Šarapatka a kol., 2006).

Významný přelom nastal po roce 1989. Na počátku 90. let vznikly svazy ekologických zemědělců PRO-BIO, Libera Praha, Naturvita Třebíč, Altermil Velké Bílovice a Biowra Chrudim. V roce 1990 se konala první mezinárodní konference o ekologickém zemědělství v ČR a také vypukla první vlna dotací, která trvala po dobu dvou let. Již v následujícím roce velké množství podniků přešlo do režimu EZ. V roce

1993 došlo ke sjednocení směrnic a vznikly tak Metodický pokyn pro ekologické zemědělství. Od roku 1994 do roku 1998 došlo k rozvoji národního trhu s biopotravinami a s tím byla také spojena druhá vlna dotací (Šarapatka a kol., 2003).



Graf 2 Vývoj ekologického zemědělství v ČR (Hrabalová, 2016, MZe, 2017 - zdroj dat)

Mezníkem byl rok 2000, kdy byl přijatý zákon č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, který byl novelizován v roce 2005. K vyhlášení národního Akčního programu pro rozvoj ekologického zemědělství v ČR na dobu 10 let došlo v roce 2003. Při vstupu ČR do Evropské unie, vstoupila v platnost evropská legislativa, týkající se ekologického zemědělství a produkce biopotravin (Šarapatka a kol., 2003).

Procentuální podíl ekologicky obhospodařované půdy z celkové výměry zemědělské půdy na území ČR činil v roce 2006 asi 6 %. Ekologicky hospodařící farmy byly situovány spíše do horských a podhorských oblastí. Podnikající subjekty se zaměřovaly především na chov skotu a údržbu krajiny (Šarapatka a kol., 2006).

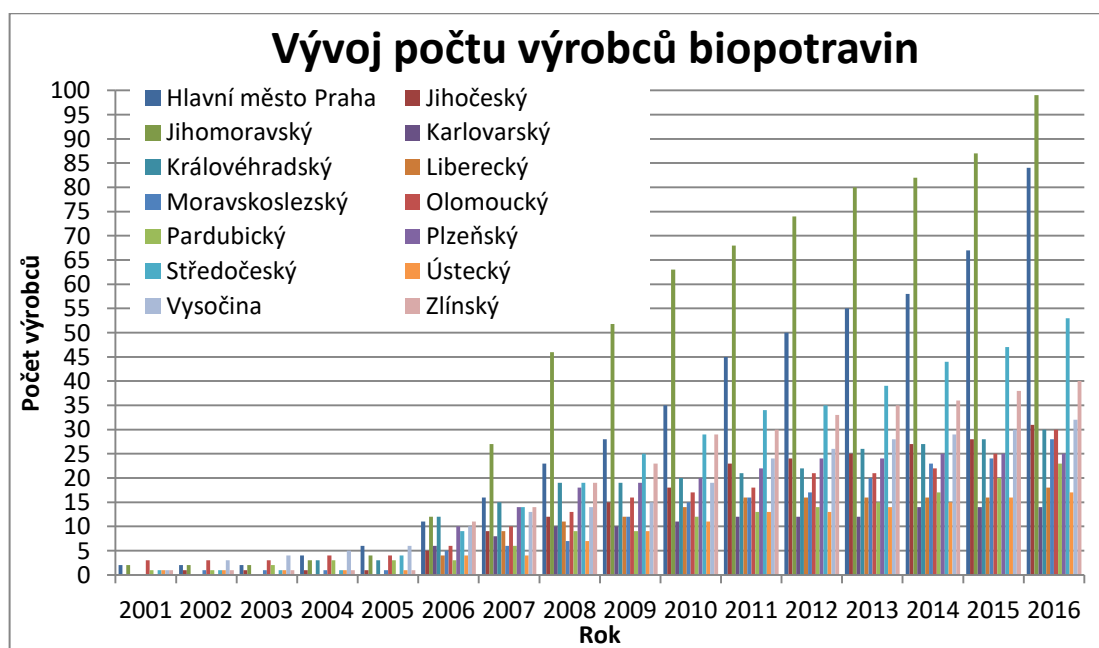
Česká republika v roce 2010 patřila mezi členské státy EU, kde podíl celkové zemědělské půdy obhospodařované v režimu ekologického zemědělství se blížil nebo byl vyšší než 9 %. Kromě ČR sem patřilo Estonsko, Lotyšsko, Německo, Švédsko a Rakousko, kde tento podíl byl vyšší než 15 % (European Commission Agriculture and Rural Development, 2010).

V roce 2015 činila celková výměra obhospodařované půdy v režimu ekologického zemědělství 478 033 ha, což představuje asi 11,3 % z celkové výměry zemědělské půdy v ČR. Tím se řadí Česká republika mezi prvních deset členských států EU s největším podílem ekologické zemědělské půdy (Willer, 2017).

Z hlediska počtu subjektů, hospodařících ekologicky, bylo v roce 2015 zaregistrováno 4 115 ekofarem, což představuje 9 % všech zemědělských podniků v ČR. V současné době je zastoupení ekologického zemědělství v jednotlivých krajích ČR nerovnoměrné. Stále jsou dominantní horské a podhorské oblasti, které tvoří až 88 % výměry ekologicky obhospodařované půdy (Hrabalová, 2016).

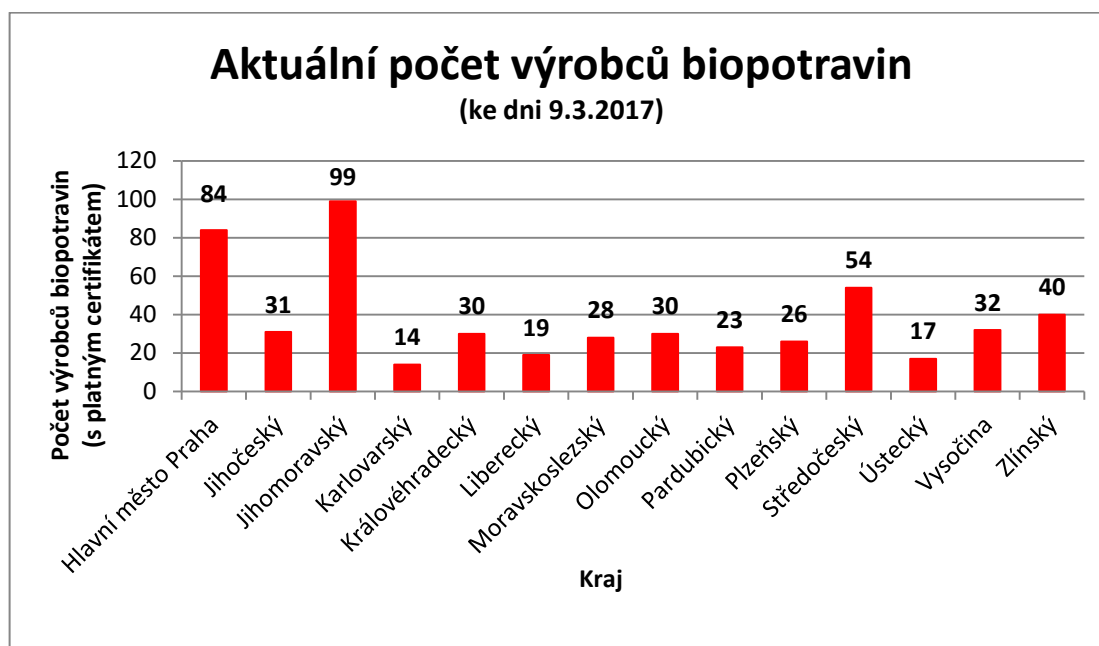
3.6.2 Současný stav sektoru biopotravin v jednotlivých krajích ČR

Počty výrobců biopotravin se každoročně zvyšují a to ve všech krajích. Největší počet registrovaných výrobců biopotravin je už po několik let v Jihomoravském kraji, kde největší procento tvořili zpracovatelé vlastních hroznů na výrobu vína. Naopak nejméně výrobců biopotravin působil v Karlovarském kraji, i když se jedná o kraj s nejvyšším podílem ekologických ploch na celkové výměře (Hrabalová, 2011). Ke konci roku 2015 bylo registrováno ve všech krajích ČR 542 subjektů. Jednalo se o navýšení 7,1 % oproti předchozímu roku (Hrabalová, 2015).



Graf 3 Počet výrobců biopotravin od roku 2001-2016 (MZe, 2017 - zdroj dat)

Na počátku roku 2017 bylo nejvíce výrobců biopotravin registrováno v Jihomoravském kraji (viz. Graf 4) a to 99 subjektů, z čehož asi 40 farem se zabývá zpracováním vína a hroznů. Druhé pomyslné místo patří Hlavnímu městu Praha s 84 výrobci. Většina subjektů v tomto kraji podniká jako výrobce biopotravin nebo ekologický obchodník a pouze asi 14% subjektů je zároveň ekologickým zemědělcem. Dalším je kraj Středočeský, který tvoří více jak 10 % všech výrobců v ČR. Výměra ekologicky obhospodařované půdy zde činí 2662 ha. Počty výrobců biopotravin v těchto krajích se značně liší od ostatních.



Graf 4 Současný stav výrobců biopotravin v jednotlivých krajích ČR (MZe, 2017 – zdroj dat)

Střední příčky zaujímá kraj Zlínský, Vysočina, Jihočeský, Olomoucký, Královéhradecký, Moravskoslezský, Plzeňský a Pardubický. Průměrný počet výrobců biopotravin v těchto krajích je 30 subjektů. Posledními kraji jsou Liberecký, Ústecký a Karlovarský, kde se počty pohybují okolo 20 subjektů (MZe, 2017).

4 MATERIÁL A METODIKA

4.1 Kraj Vysočina

4.1.1 Základní informace

Kraj se nachází na pomezí Čech a Moravy a zaujímá centrální polohu v rámci České republiky. Sousedí s čtyřmi kraji a to Středočeským, Pardubickým, Jihočeským a Jihomoravským. Díky své rozloze 6 800 km² se řadí na páté místo mezi kraji České republiky a tvoří tak 8,6 % její celkové rozlohy. Administrativně se kraj dělí na 5 okresů a to jihlavský, žďárský, třebičský, pelhřimovský a havlíčkobrodský. Krajským městem je město Jihlava, která je zároveň nejlidnatější v rámci kraje (Toušek a kol., 2008). Počet obyvatel ke dni 1. 1. 2016 činil 509 475 obyvatel a hustota osídlení je 75 obyvatel/km², což vypovídá o poměrně nízkém osídlení (Risy, 2016).



Obrázek 3 Geografická mapa Kraje Vysočina (ČSÚ, 2013)

4.1.2 Přírodní podmínky

Charakteristickými znaky tohoto kraje je členitost území, vyšší nadmořská výška, ale také zachovaná příroda a zdravé prostředí. Prvenství si drží v čistotě ovzduší a také se vyznačuje zdravými lesy. Kraj Vysočina byl prvním členem Národní sítě zdravých měst a regionů. Územím také prochází evropské rozvodí. Mezi přírodní zajímavosti v kraji patří především CHKO Žďárské vrchy a Železné hory.

Kraj se nachází v mírném teplém klimatickém pásmu s průměrnou roční teplotou 6-8 °C a ročním úhrnem srážek okolo 600 mm. Průměrná nadmořská výška činí 538 m. n. m. Významným a též nejvyšším bodem území je vrchol Javořice s nadmořskou výškou 836,5 m. n. m. v Javořické pahorkatině na jihu okresu Jihlava (ČSÚ, 2016).

Povrch území je tvořen pahorkatinami Českomoravské vrchoviny, která je složena z krystalických hornin (granitoidy), druhohorních a třetihorních usazenin. Napříč územím prochází hlavní evropské rozvodí, od kterého stupňovitě klesá povrch k okrajům vrchoviny. Českomoravská vrchovina se vyznačuje kupovitým povrchem. Je zde značné zastoupení lesů, převážně smrkových, luk a polí (Demek a kol., 2006).

Z půdních typů jsou zde zastoupeny především kambizemě, jejichž výměra tvoří 178116 ha. Dále také podzoly, kryptopodzoly a pseudogleje. Skeletovitost půdy se pohybuje nejvíce v rozmezí bezskeletovitá až slabě skeletovitá. Dle stupně erozního ohrožení v kraji převládají půdy s erozí žádnou až nepatrnou, podíl půd ohrožených velmi silnou erozí činí okolo 5%. Převažují půdy hluboké až středně hluboké. Vysoký potenciál zranitelnosti půd acidifikací se vyskytuje na 86 % z celkové výměry půdy (Vumop, 2017).

4.1.3 Zemědělství na Vysočině

Zemědělství v Kraji Vysočina má významnou tradici i navzdory nepříliš optimálním přírodním podmínkám, jako je nadmořská výška a sklonitost pozemků. Významnou zemědělskou komoditou, která je typická pro tento kraj je produkce brambor, olejnin a pastevní chov skotu (ČSÚ, 2016).

Převažuje zde bramborářská oblast (92 %) a pouze malá část na jihovýchodě kraje patří do oblasti řepařské (1,9 %). Zbytek spadá do oblasti horské. Nejpriznivější

podmínky pro zemědělství jsou v okrese Třebíč, kde je zároveň nejvyšší podíl orné půdy. Je to dáno především teplým klimatem, dostatečným množstvím srážek a úrodnými půdami. Naopak méně vhodné podmínky panují v okrese žďárském a jihlavském. Zemědělství na Vysočině je významné také z hlediska zaměstnanosti, neboť podíl zaměstnaných v primárním sektoru patří mezi nejvyšší v rámci ČR (Bukáček, 2011).

Zemědělská půda představuje asi 60 % z celkové výměry území kraje, což odpovídá 408 939 ha. Největší část zemědělské půdy tvoří orná půda a to okolo 77 % a dále také trvalé travní porosty. Vlivem klimatických podmínek se v tomto kraji nevyskytují chmelnice a pouze v malém zastoupení vinice a ovocné sady (Risy, 2016).

V Kraji Vysočina dochází v posledních letech ke zmenšování plochy zemědělské půdy, což vede ke snížení i podílu orné půdy. Tento úbytek je nejvíce znatelný v okrese Jihlava, kde činí pokles orné půdy až o 0,9 % a to v letech 2008-2013. Nepatrně také dochází ke snižování plochy trvalých travních porostů. Snižování výměry zemědělské půdy je nejčastěji na úkor vodních, lesních, zastavěných či ostatních ploch. Pozitivem je mírný nárůst ploch zahrad (ČSÚ, 2015).

4.2 Šetření na konkrétních farmách

Pro svoji studii jsem si vybrala čtyři subjekty v Kraji Vysočina, které se zabývají ekologickým zemědělstvím. Popis zahrnuje základní charakteristiku farmy, tržní strategii, formy zpracování produkce a její následný odbyt. Prvním sledovaným subjektem je ekofarma Ctiboř, která se zaměřuje na produkci biozeleniny. Další z vybraných farem byla Biofarma Dora, jejichž primárním záměrem je chov koz. Ekofarma Husák je rodinná firma zaměřena na chov masného skotu s dlouholetou tradicí. Posledním sledovaným subjektem byl Dvorský statek, který je též zaměřený na chov koz. Všechny vybrané subjekty jsem osobně navštívila a získané informace mi poskytli majitelé či zaměstnanci farem. Subjekty jsem volila s ohledem na produkci a místo. Vybrala jsem si pouze ekologické zemědělce a výrobce biopotravin s vlastní produkcí. Polohu farem vystihuje mapa (viz. Obrázek 4).



Obrázek 4 Mapa vybraných farem (Mapy.cz, 2017- vlastní úprava)

4.3 Analýza prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli

Informace o sortimentu, původu zboží a cenách u jednotlivých způsobů prodeje biopotravin byly zjišťovány přímo na konkrétních příkladech. Navštívila jsem biojarmark v Třebíči a farmářský trh v Novém městě na Moravě. Údaje týkající se bedýnkového způsobu mi poskytli samotní farmáři, kteří tento prodej uplatňují (Ekofarma Ctiboř). Další informace o tomto způsobu prodeje jsem zjišťovala prostřednictvím webových stránek konkrétních farem. Prodej ze dvora uplatňovaly všechny farmy, které jsem si vybrala pro své pozorování a tak mi byly inspirací. Údaje o cenách, sortimentu a původu ve specializovaných prodejnách mi poskytla prodejna Naturka. Potřebné údaje o supermarketech, jsem získala v řetězcích Kaufland. Velké spektrum internetových prodejů, zaměřených na biopotraviny, mi umožnilo specifický výběr. Nakonec jsem si vybrala prodejnu Bioweb a Fresh bedýnky.

4.4 Dotazníkové šetření mezi spotřebiteli

Hlavním cílem bylo ověřit povědomí české veřejnosti o biopotravinách a zmapovat zájem, znalosti a motivaci k jejich nákupu. Cílovou skupinou respondentů byli koneční spotřebitelé biopotravin ve věku od 15 let a zároveň obyvatelé Kraje Vysočina. Šetření probíhalo především prostřednictvím sociálních sítí na internetu, ale také metodou face -to-face a bylo zcela anonymní. Sběr dat probíhal od 1. 11. 2016 do 1. 1. 2017 a během této doby se do dotazníkového šetření zapojilo 174 respondentů. Dotazník byl složený z 20 otázek, které byly zaměřeny jak na obecné údaje o respondentech (pohlaví, věková skupina, atd.), tak i na znalost a zájem o nákup biopotravin. Formulář dotazníkového šetření je uveden v příloze 6. Získané výsledky jsem následně zpracovala do grafů a tabulek.

5 VÝSLEDKY

Výsledky zahrnují vyhodnocení současné situace konvenčního a ekologického zemědělství v Kraji Vysočina, srovnání konkrétních vybraných farem podle určitých kritérií, porovnání jednotlivých způsobů prodeje. Dále jsou také součástí výsledky dotazníkového šetření.

5.1 Vyhodnocení současného stavu zemědělství v Kraji Vysočina

5.1.1 Konvenční zemědělství

Převládá zde především velkovýrobní způsob hospodaření. Rostlinná a živočišná produkce je téměř vyrovnaná. Rostlinná produkce je nejvíce zastoupena obilninami, především pšenicí a ječmenem, kde obhospodařovaná plocha činí přes 138 tisíc ha. Celková sklizeň brambor je 259 000 tun, což tvoří více než 1/3 veškeré produkce v ČR. V kraji dochází k nárůstu pěstování řepky a to právě na úkor obilnin a brambor.

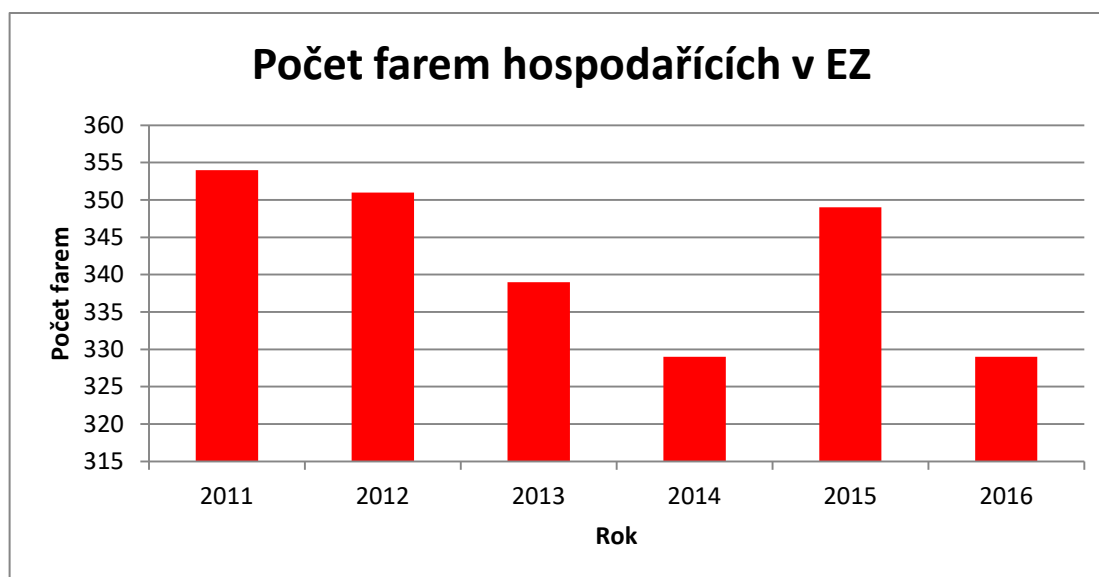
Dominantní postavení v živočišné produkci má chov skotu, jehož intenzita činí 59,2 kusů na 100 ha zemědělské půdy a je tím pádem nejvyšší ze všech krajů ČR. Průměrná roční dojivost jedné krávy představuje 7,8 tisíc l a díky tomu se řadí na první místo v produkci mléka. Významnou roli zde také hraje chov prasat. Produkce masa řadí kraj na druhé místo v ČR (ČSÚ, 2016).

5.1.2 Ekologické zemědělství

Kraj Vysočina si drží několik prvenství v ekologickém zemědělství. Chová totiž nejvíce ekologických prasat, dojnic a koz v ČR. V Kraji Vysočina převládají především ekologické farmy, které jsou spjaté se statusem rodinné. Na základě tradičního bramborářského a mléčného zaměření kraje, zde můžeme najít velký počet farem zabývajících se chovem krav s tržní produkcí mléka a farem pěstujících zeleninu. Plocha ekologicky obhospodařované půdy na Vysočině je 19640 ha, což činí necelých 5 % z celkové výměry zemědělské půdy v kraji.

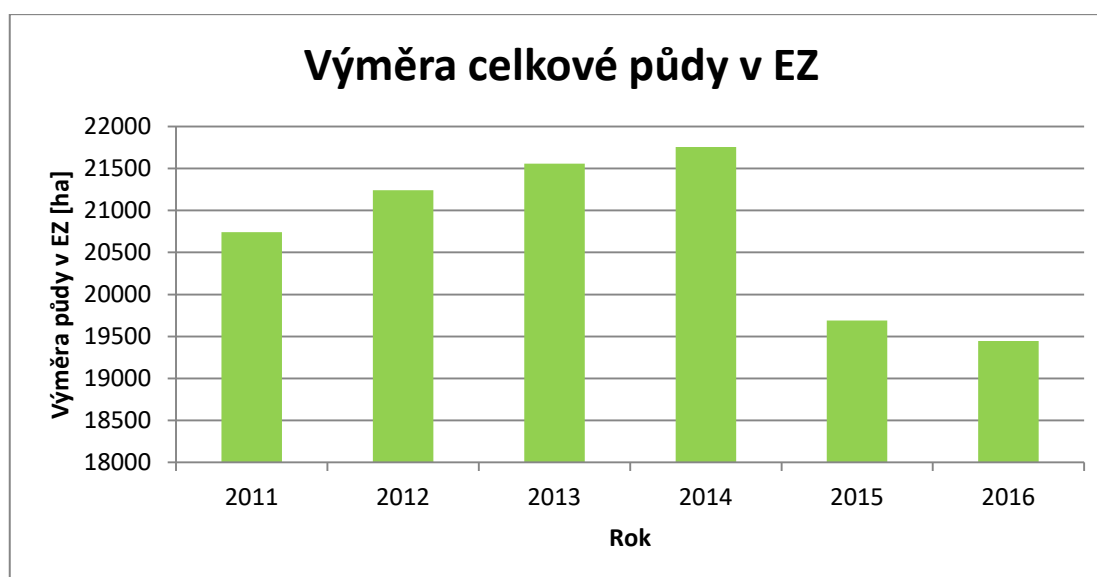
V kraji hospodaří 329 ekofarem, kde největší koncentrace je ve žďárském okrese. Zde nalezneme 86 ekofarem a rozloha ekologicky obhospodařované půdy zde činí mezi 10000–15000 ha. Naopak nejmenší zastoupení je v třebíčském okrese a to 40 ekologicky hospodařících farem. Druhá pomyslná příčka náleží okresu Jihlava

s celkovým počtem 74 ekofarem. V havlíčkobrodském a pelhřimovském okrese se tento počet pohybuje okolo 60-70 ekofarem (ČTPEZ, 2016).



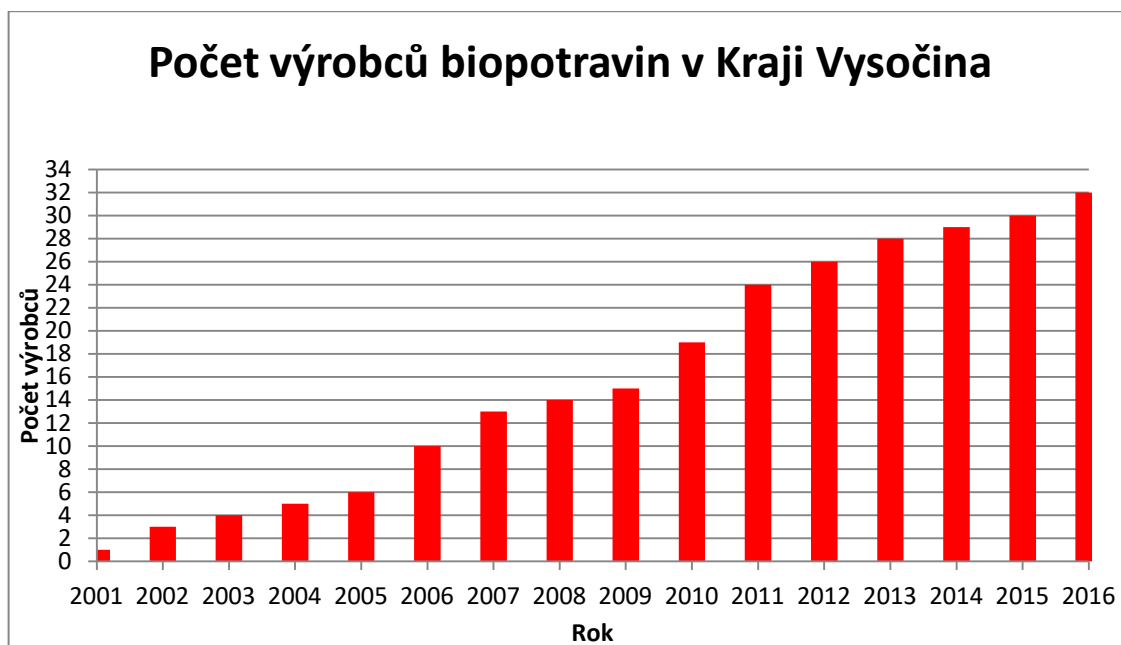
Graf 5 Vývoj počtu farem hospodařících v režimu ekologického zemědělství 2011-2016 (Mze, 2017 – zdroj dat)

Z hlediska výměry ekologicky obhospodařované půdy Kraj Vysočina dlouhodobě zaostává. Hůře je na tom pouze Jihomoravský a Středočeský kraj. Tato situace se začala značně projevovat od roku 2015, kdy pokles výměry půdy v ekologickém zemědělství a přechodném období oproti předchozímu roku činil 16,6 % (ČSÚ, 2015).



Graf 6 Vývoj výměry půdy obhospodařované v režimu ekologického zemědělství v letech 2011-2016 (MZe, 2017- zdroj dat)

Počet výrobců biopotravin v Kraji Vysočina má vzrůstající tendenci. Nejvíce registrovaných výrobců biopotravin bylo v Kraji Vysočina v roce 2016, kdy byla překonána hranice 30 podnikatelů (MZe, 2017).



Graf 7 Vývoj počtu výrobců biopotravin v Kraji Vysočina (MZe, 2017 – zdroj dat)

Ke dnu 9. 3. 2017 bylo v Kraji Vysočina registrováno 32 výrobců biopotravin s platným certifikátem. Největší počtem výrobců biopotravin je registrovaných v okrese Žďár nad Sázavou, kde v současné době působí 9 subjektů. V jihlavském okrese nalezneme 7 výrobců biopotravin a v třebíčském okrese působí 6 subjektů s platným certifikátem. Havlíčkobrodský a pelhřimovský okres se řadí s počtem 5 subjektů na poslední příčku. Převažují zde výrobci biopotravin bez vlastní produkce, kteří čítají 21 subjektů. Kompletní přehled výrobců biopotravin v Kraji Vysočina je uvedený v příloze 1 (MZe, 2017).

5.2 Konkrétní vybrané subjekty

Ekofarma Ctiboř

Rodinná ekofarma Ctiboř se nachází v malebné stejnojmenné obci, v okrese Pelhřimov. Založení farmy se datuje k roku 2005. Farma se zabývá pěstováním biozeleniny a jejím prodejem formou bedýnkového způsobu. Za chod farmy zodpovídá Hana Habermannová. V tomto roce se farma rozrostla o jednoho zaměstnance, který

má na starost především vlastní pěstování. Farma ekologicky obhospodařuje necelých 5 ha a zároveň provozuje ekochovy ovcí a koz. Součástí areálu je také penzion, jehož kapacita je 10 lůžek.



Obrázek 5 EkoFarma Ctiboř (autorka, 2016)

Hlavními odběrateli jsou klienti především z Jihlavy, Humpolce, Pelhřimova, Jindřichova Hradce a blízkého okolí, kterým je biozelenina dodávána formou bedýnkového prodeje a to v rámci týdenního rozvozu. Klientela je tvořena 25 stálými odběrateli. Farma zajišťuje také prodej biozeleniny ze dvora. Obsah bedýnky se odvíjí od momentální sklizně zeleniny a množství se pohybuje okolo 3-4 kg/bedýnku. Cena za toto množství je 210-260 Kč/bedýnka. Farma nabízí pestrý sortiment zeleniny, který každý rok obměňuje. V minulém roce nabídka zahrnovala např. brokolici, cibuli, kapustu, mrkev, květák, pažitku, petržel, ředkev, řepu, zelí, brambory a mnoho dalších. Farma získává svojí potenciální klientu především na základě doporučení od stálých odběratelů, ale také díky akcím pro veřejnost. Během celého roku ekofarma pořádá dny otevřených dveří, odborné přednášky a akce pro rodiny s dětmi (Kateřinská slavnost, zeleninové hody).

Budoucím záměrem je zavést možnost stravování v rámci penzionu, kde by se uplatnilo zpracování vlastní biozeleniny. Dále farma uvažuje o zavedení tzv. sociálního zemědělství, kde by poskytovala různé výukové programy jak pro děti

tak i dospělé. Uvažuje také nad spoluprací s některými sociálními zařízeními (Habermannová, 2016).

Biofarma DoRa

Současným majitelem je Pavel Dobrovolný a to od roku 1992. Prvotním záměrem byl chov koz, který přetrval až do dnešní doby. Farma se nachází v obci Ratibořice, která je situována mezi městem Třebíč a Jaroměřice nad Rokytnou. Hlavní činnosti farmy je tedy ekologický chov kozy bílé krátkosrsté a tento chov čítá okolo 860 kusů zvířat. Farma hospodaří na 300 ha půdy, z níž více jak 160 ha je obhospodařováno v režimu ekologického zemědělství. Zbývající půda slouží pro tradiční zemědělství. V současné době biofarma zaměstnává 14 zaměstnanců, kteří musí udržovat dvousměnný provoz. Kromě chovu koz se farma také zabývá ekologickým chovem ovcí plemena Suffolk. Tento chov čítá okolo 40 kusů zvířat. Vedlejší činností je také rostlinná výroba, která se zaměřuje na pěstování levandule.



Obrázek 6 Biofarma DoRa (autorka, 2017)

Nabízený sortiment obsahuje jak výrobky s označením BIO tak i bez něj. Mezi biopotraviny patří kozí mléko, jogurtové mléko neochucené, kozí kefir, bílý jogurt, žervé, syrovátkový nápoj, pomazánkový kozí sýr a doral kozí sýr. Hlavními odběrateli nabízených výrobků jsou především prodejny se zdravou výživou a to ve městech jako je Praha, Brno, Jihlava, Znojmo a Třebíč. Prodej ze dvora probíhá každou sobotu. Během této doby je také možno si farmu prohlédnout. Produkty lze také zakoupit

prostřednictvím internetového obchodu Svět bedýnek nebo Košík. Od roku 2016 je možno některé výrobky zakoupit i v supermarketových řetězcích Kaufland.

Farma získala mnoho ocenění za své produkty. Za účelem pořádání odborných exkurzí a seminářů pro studenty a pracovníky v oboru ekologického zemědělství, ale také pro širokou veřejnost, zde byla vybudovaná společenská místnost, která také slouží jako faremní obchod (Dobrovolný, 2017).

Ekofarma Husák

Rodinná farma Husák byla založena již v roce 1931, kdy na farmě vládlo tradiční zemědělství. Teprve až v roce 2003, kdy farmu převzal Radmil Husák s rodinou, získala status ekologická farma. Nachází se v malé obci Javorek, která spadá pod okres Žďár nad Sázavou. Zabývá se chovem masného skotu plemene francouzského Charolais a zajišťuje prodej bio masa z farmy, obilnin, píce, sena a senáže. V současné době farma ekologicky hospodaří na více než 130 ha a chov čítá okolo 100 kusů skotu.



Obrázek 7 Ekofarma Husák (autorka, 2016)

Koncovým spotřebitel jsou zde především rodiny s dětmi, které si bio maso odkupují přímo ze dvora. Klientela je tvořena 60-80 stálými odběrateli především z žďárského a jihlavského okresu, ale také mezi stálé zákazníky patří lidé z Prahy a Brna. Balíček bývá připraven na objednávku o hmotnosti 5-10kg. Cena za tento

rodinný balíček se pohybuje okolo 190 Kč/kg. Balíček obsahuje hovězí zadní, přední a kosti.

Farma pořádá pravidelně několikrát ročně den otevřených dveří, kam mohou zavítat jak stálí klienti, tak i nový příznivci ekologického zemědělství. V roce 2015 se ekofarma také zapojila do projektu „Poznej svého farmáře“. Kromě tohoto druhu propagace organizuje odborné exkurze a přednášky a to jak pro školní tak i veřejné subjekty. Rodinná farma Husák vystoupila v roce 2010 v pořadu České televize *Náš venkov*. (Husák, 2016)

Dvorský statek

Ekologicky hospodařící statek se nachází v obci Olešenka v okrese Havlíčkův Brod. Majitel farmy je Ing. Jan Dvorský, který započal své podnikání v roce 2002. Jedná se o rodinnou farmu, která se zabývá chovem české hnědé krátkosrsté kozy a ovce Suffolk. Veškerá produkce je v režimu ekologického zemědělství a statek má také status výrobce biopotravin, vztahující se na kozí mléko. Chov koz čítá okolo 100 kusů zvířat. Výrobky mají navíc označení Regionální výrobek Vysočina. V současné době farma ekologicky hospodaří na 21 ha.



Obrázek 8 Dvorský statek (autorka, 2016)

Sortiment nabízených kozích výrobků je pestrý. Zákazník si může zakoupit pasterované mléko, jogurtové nápoje, tvaroh, žervé, ochucené tvarohové krémy, sýrové

rolády, přírodní nebo ochucené čerstvé sýry, balkánský sýr, uzený sýr, polotvrdé sýry zrající, syrovátka a sirupy (bezový, kopřivový, levandulový). Veškerý nabízený sortiment včetně ochuceného má označení biopotravina, neboť ochucovadla pochází také z ekologické produkce. Nabízené zboží si zájemce může zakoupit denně přímo ze dvora nebo je zboží dodáváno do specializovaných obchodů. Síť těchto obchodů je tvořena asi 40 subjekty a pokrývá okolí Prahy, Brna, Hradce Králové, Pardubic a velkou část Kraje Vysočiny. Sortiment je také distribuován do restauračních zařízení.

Farma se pravidelně zúčastňuje farmářských trhů (Třebíč, Havlíčkův Brod, Nové město na Moravě) a Mlékárenských dnů v Přibyslavi, což statku zajišťuje odbyt a zároveň propagaci. Farma pořádá po předchozí domluvě exkurze pro školy, ale také širokou veřejnost. V roce 2011 farma získala ocenění Bartákův hrnec, za nejlepšího ekologického zemědělce roku (Dvorská, 2016).

5.2.1 Srovnání vybraných farem

Vybrané subjekty jsem porovnávala z hlediska tržní strategie, formy zpracování a odbytu produkce. Tržní strategie zahrnuje způsob propagace a také možné riziko konkurence na trhu. Z hlediska zpracování produkce jsem sledovala, zda konečným zbožím je bioprodukt či biopotravina, ale také jestli veškerý sortiment má označení bio. Dále jsem se zabývala způsobem odbytu produkce, kde jsem se zaměřila na formy prodeje konečnému spotřebiteli.

5.2.1.1 Tržní strategie

Na základě zjištěných informací o jednotlivých subjektech se dá usoudit, že výrazné postavení na trhu má Biofarma Dora, která patří mezi největší farmy, zabývající se produkcí kozích výrobků. Tudíž je značným konkurentem pro Dvorský statek, jehož velikost není tak výrazná. Ekofarma Husák a ekofarma Ctiboř sice nepatří z hlediska velikostí a objem produkce k těm největším, ale díky své stále klientele prosperují.

Všechny dotčené subjekty nabízí kromě produkce svých výrobků i další služby, což je zvýhodňuje a odlišuje od ostatních. Ekofarma Ctiboř, jako jediná ze sledovaných subjektů, umožňuje ubytování svých klientů přímo na farmě. Ostatní farmy pořádají exkurze či odborné přednášky pro školy i širokou veřejnost. Biofarma Dora se také zabývá agroturistikou.

Důležitým faktorem pro tržní strategii je také propagace. Na té si zakládají všechny sledované subjekty. Kromě akcí pořádaných přímo na farmě, je to také pravidelná účast na farmářských trzích, získávání různých ocenění, propagace prostřednictvím médií a internetových stránek. Pravidelné akce, především dny otevřených dveří, pro veřejnost pořádá Ekofarma Ctiboř a Ekofarma Husák. Oceněním se může pyšnit jak Biofarma Dora tak i Dvorský statek. Ten se dostává do podvědomí spotřebitelů i prostřednictvím farmářských trhů, které slouží i jako způsob odbytu produkce. V médiích se prezentovala Ekofarma Husák, Dvorský statek a Biofarma Dora. Internetové stránky provozují všechny subjekty.

5.2.1.2 Formy zpracování produkce

Z hlediska potřebných nákladů na zpracování produkce výrazně vyčnívá Ekofarma Ctiboř, která na trh uvádí biozeleninu v čerstvém stavu. Všechny ostatní subjekty jsou odkázány na další zpracování, tudíž i náklady jsou značně vyšší.

Výhodou Dvorského statku je především to, že veškerý nabízený sortiment má označení bio, protože všechny obsažené suroviny pochází z ekologického zemědělství a to jak vypěstované přímo na farmě nebo odkoupené od firmy Sonnentor. Tímto se výrazně liší od Biofarmy Dora, která sice nabízí biopotraviny, ale většina ochuceného zboží toto označení nemá. Vlastní zpracování probíhá přímo na farmách, které jsou vybaveny sýrárnou.

Ekofarma Husák nabízí své zboží buď to v čerstvém stavu, nebo také jako vakuové, což pomáhá uchovat potraviny výrazně déle čerstvé. Připravené balíčky pro konečného spotřebitele jsou v tzv. kuchyňské podobě, což znamená, že zákazník získává čistý produkt. Díky vybudování vlastní chladírny a bourárny masa, probíhá veškeré zpracování přímo na farmě. Jak bylo výše uvedené tak Ekofarma Ctiboř další zpracování svých produktů neprovádí. Vlastní práce spočívá ve sklizni produktů, jejich následné očištění, uskladnění a poté vytvoření bedýnek.

5.2.1.3 Odbyt produkce

Odbyt ekologických produktů se odvíjí od způsobů prodeje konečnému spotřebiteli. Pokud zemědělec umožňuje zákazníkovi více možností, kde může jeho produkty zakoupit, značně se tím zvyšuje poptávka na trhu.

Tuto výhodu má především Biofarma Dora, která umožňuje prodej ze dvora a to každou sobotu, kde zákazník může získat veškeré informace o produktu a zároveň odebírá čerstvé zboží. Dále dodává své zboží do supermarketového řetězce Kaufland a do specializovaných kamenných prodejen se zdravou výživou a biopotravinami to po celé ČR. Spotřebitel zboží může také nakoupit přímo z domova a to prostřednictvím internetového obchodu. Značnou výhodu v oblasti odbytu biopotravin má také Dvorský statek, který své zboží nabízí denně prodejem ze dvora a také se pravidelně účastní farmářských trhů a biojarmarků. Tento způsob umožňuje přímý kontakt zemědělce se zákazníkem, což upevňuje vzájemné vztahy. Také poskytuje záruku čerstvosti a kvality nabízeného zboží. Dále produkty nabízí řada specializovaných prodejen se zdravou výživou a to např. Rozmarýnka v Humpolci, Country life Praha, Brána ke zdraví Brno a mnoho dalších.

Z hlediska uvádění zboží na trh je méně perspektivní Ekofarma Ctiboř, která uplatňuje bedýnkový způsob v týdenních intervalech. Další možností odbytu je prodej ze dvora, který probíhá denně. Oba tyto způsoby odbytu upevňují vztah mezi spotřebitelem a zemědělcem a zároveň poskytují záruku čerstvosti produktů, což je pozitivní. Nejméně atraktivní z hlediska odbytu je Ekofarma Husák, která umožňuje odbyt svých produktů pouze formou prodeje ze dvora, který probíhá sice denně, ale pouze po předchozí domluvě. Výhodou je především čerstvost produktů a poskytnutí možných rad a informací. Zhodnocení odbytu jednotlivých sledovaných subjektů vyjadřuje tabulka 1.

Tabulka 1 Přehled odbytu produkce sledovaných subjektů

Odbyt produkce	Sledovaný subjekt			
	Ctiboř	Dora	Husák	Dvorský
Biobedýnky	x			
Biojarmark				x
Prodej ze dvora	x	x	x	x
Maloobchody		x		
Specializované prodejny		x		x
Internetová prodejna		x		

5.3 Porovnání sortimentu, původu a cen zboží v rámci jednotlivých způsobů prodeje

Z hlediska nabízeného sortimentu dominují specializované kamenné a internetové prodejny, které jsou založeny na spolupráci provozovatele s výrobcí. Oba tyto způsoby prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli umožňují výběr z velkého množství zboží na jednom místě. Výhodou specializovaných kamenných prodejen je především přímý kontakt s prodejcem, který zákazníkovi může poskytnout veškeré informace o produktu a přehlednost sortimentu. Nabízené zboží zahrnuje obiloviny, luštěniny, ochucovadla, sladidla a octy, oleje, rýže, pomazánky a pasty, trvanlivé pečivo, konzervovanou zeleninu a ovoce, ovocné šťávy, vína, sirupy, slané a sladké pochutiny, těstoviny, cereálie a müsli, džemy, mléčné výrobky (mléko, jogurt, sýr, máslo), koření, sušené ovoce, dětskou výživu, čaj, kávu, kakao, nealkoholické nápoje, kaše a včelařské výrobky. Vybrané zboží v kamenných prodejnách je nám okamžitě dostupné na rozdíl od internetového obchodu. Sortiment dostupný v internetových prodejnách je velmi obdobný. Oba dva způsoby prodeje nabízí zákazníkovi možnost volby při výběru téhož výrobků.

Široký sortiment biopotravin nabízejí také supermarketové řetězce. Tento způsob prodeje se nezabývá výhradně prodejem biopotravin, tudíž zákazník může nakoupit i jiné zboží. Nevýhodou pro zákazníka je nepřehlednost nabízených biopotravin, neboť se nachází v různých odděleních. Sortiment zahrnuje podobnou nabídku jako specializované a internetové prodejny, ale výběr je značně omezený.

Výrazně menší výběr biopotravin nabízí biojarmarky a farmářské trhy. Výhodou je především přímý kontakt se zákazníkem a čerstvost nabízeného zboží. Nejčastějšími nabízenými produkty je čerstvá zelenina a ovoce, mléčné výrobky, masné výrobky, koření, čaje, včelařské výrobky, pečivo, vejce, ovocné šťávy, džemy a čerstvé byliny. Tento způsob prodeje nezajišťuje konečnému spotřebiteli neomezený přísun biopotravin, jelikož se jedná o sezónní prodej a zároveň neprobíhá každodenně. Velmi podobný sortiment nabízí prodej bedýnek prostřednictvím internetu.

Velmi omezený výběr biopotravin je spjatý s prodejem ze dvora a prostřednictvím bedýnkového systému. Čerstvost a kvalita zboží je u této formy prodeje zajištěna, neboť konečný spotřebitel nakupuje produkty přímo od zemědělce. Nabízený sortiment je zde

velmi úzký, protože farmy se většinou zaměřují pouze na jeden druh produkce a mohou tak zákazníkovi nabídnout jen omezený výběr zboží. Bedýnkový způsob se nejčastěji využívá při distribuci čerstvého ovoce a zeleniny, případně mléčných výrobků, masných výrobků, pečiva či vína. Prodej ze dvora upřednostňuje řada zemědělců zabývajících se jak živočišnou tak i rostlinou produkcí. Z živočišných produktů se jedná nejčastěji o mléčné výrobky, prodej mléka, masa a vajec. Z rostlinné produkce převažuje prodej ovoce a zeleniny. Významnou složku také tvoří víno z hroznů a brambory.

Biopotraviny pocházející od českých výrobců nabízejí všechny výše uvedené distribuční řetězce. Zaručený původ mají zejména produkty distribuované prostřednictvím prodeje ze dvora, bedýnkového systému a na biojarmarku či farmářských trzích, kdy si zákazník může vyžádat certifikát zaručující původ zboží. Tyto druhy prodeje mají místní nebo regionální původ. Často tyto produkty mývají i označení regionální produkt.

Specializované kamenné prodejny se zaměřující spíše na tuzemský trh, a proto oslovují spíše české výrobce biopotravin. Supermarkety uvádí na trh biopotraviny nejčastěji pod svoji vlastní značkou, která má ve většině případů zahraničí původ a tudíž na obalech těchto produktů nenalezneme české označení „Produkty ekologického zemědělství“. Jejich sortiment obsahuje v menším množství i produkty od českých výrobců. Internetové prodejny spíše preferují české biopotraviny, ale některé exotičtější či u nás nedostupné biopotraviny dováží nejčastěji ze zemí EU.

Hlavním distributorem potravin jsou supermarketové řetězce, které se snaží zákazníkovi nabídnout co nejnižší cenu za zboží a to prostřednictvím slev a různých akcí. Podobně je tomu i u prodeje biopotravin. Jak bylo uvedené v předchozím odstavci, většina supermarketů uvádí na trh biopotraviny pod svoji značkou a tak mohou nabízet toto zboží za nízké ceny, neboť distribuce sortimentu na trh probíhá ve velkém množství. Internetové prodejny nabízejí svoje zboží taktéž za nízké ceny, ale zákazník musí počítat s náklady na doručení a dopravu. Velké množství těchto prodejen nabízí svým zákazníkům dopravu zdarma, ale pouze v případě splnění daných podmínek. Specializované prodejny se snaží ceny za nabízené zboží postavit tak, aby odolaly konkurenčnímu tlaku ze strany velkých řetězců. Ceny produktů jsou nepatrně vyšší oproti supermarketovým řetězcům nebo internetovým prodejnám, ale na druhou stranu je tento způsob prodeje spjatý s ostatními výhodami.

Prodej ze dvora umožňuje zemědělcům nastavit cenu tak, aby byla perspektivní pro konečného spotřebitele. Tato forma prodeje zajišťuje totiž podnikajícím subjektům větší podíl na zisku. Cena zahrnuje pouze potřebné vstupy na výrobu a náklady na distribuci odpadají. Zákazník musí, ale počítat s dopravou přímo na farmu. Na podobném principu je také založený bedýnkový systém prodeje biopotravin, ale zde je cena ovlivněna dopravou zboží přímo k zákazníkovi. V případě, že zemědělec zvolí správnou marketingovou strategii, nemusí být cena natolik ovlivněna. Prodej prostřednictvím biojarmarků a farmářský trhů zajišťuje zákazníkům rovněž příznivé ceny. Prodejci musí do ceny produktů zahrnout náklady spojené s dopravou, a pronájmem stánku. Zároveň odbyt zboží je poměrně velký, tudíž si zemědělci mohou dovolit cenu snížit tak, aby byli zákazníci spokojeni.

5.4 Výsledky dotazníkového šetření

Zjištěné výsledky dotazníkového šetření jsou rozděleny do dvou základních skupin. První se týká struktury respondentů a druhá část se zaměřuje na samotné výsledky dotazníkového šetření.

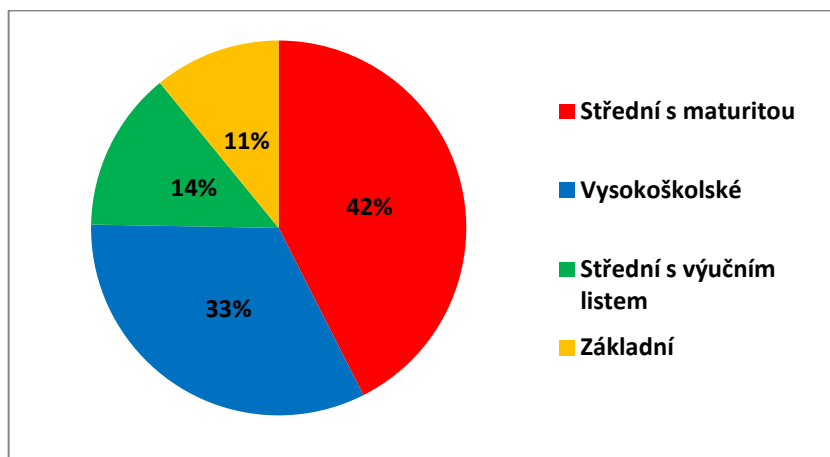
5.4.1 Struktura respondentů

Do dotazníkového šetření se zapojilo 174 respondentů, z čehož více jak 75 % žen a necelých 25 % mužů. Nejpočetnější skupinu tvořily ženy ve věku mezi 21. -30. rokem (38,5 %). Naopak vůbec se nepodařilo získat respondenty mužského pohlaví, spadající do věkové skupiny 61 a více let. Ženy ve stejné věkové skupině tvořily velmi malé zastoupení. Je to ovlivněno způsobem sběru dat, neboť dotazníkové šetření probíhalo především prostřednictvím sociálních sítí. Pomyslné druhé místo patří mužům ve věku 21-30 let (15 %).

Tabulka 2: Porovnání respondentů dle pohlaví a věku

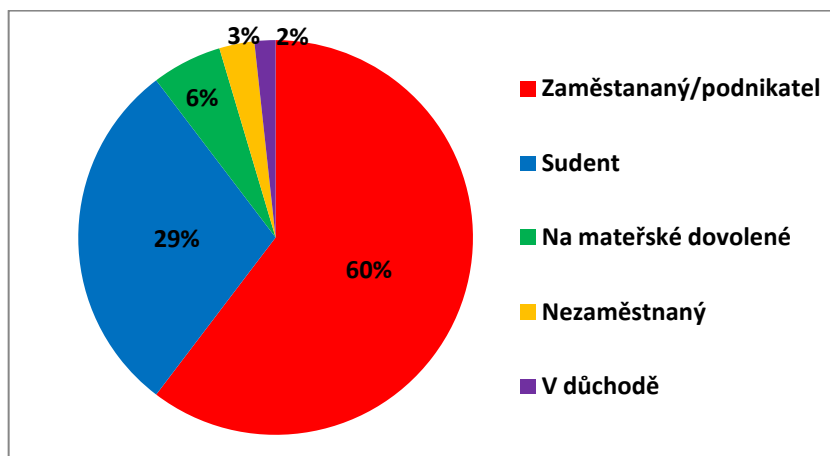
Pohlaví	Věková skupina					
	15-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61 a více
Žena	23	67	20	15	4	2
Muž	3	26	6	7	1	

Z hlediska nejvyššího dosaženého vzdělání převažují ti respondenti, jejichž studium bylo zakončeno maturitním vysvědčením. Tato skupina tvoří 42 % z celkového počtu dotázaných. Velké procento tvoří i vysokoškoláci a to více jak třetinu respondentů (33 %). Naopak nejmenší skupinu tvoří lidé se základním vzděláním (11 %).



Graf 8 Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? (odpovědělo 174 respondent)

Více jak polovina dotázaných osob je v současné době zaměstnaných, případně figurují jako podnikatelé (60 %). Další významnou skupinou jsou studenti, kteří tvoří téměř 30 %. Na mateřské dovolené se nachází 6 % respondentů z toho 8 žen a 2 muži. Naopak nejméně se do dotazníkového šetření zapojili lidé v současné době nezaměstnaní (3 %) nebo v důchodu (2 %).



Graf 9 Jste v současné době? (odpovědělo 174 respondentů)

Nejvyšší počet respondentů uvedl, jako místo svého pobytu, okres Jihlava a to přesně 30 % dotázaných (viz. Tabulka 3). Dle získaných informací o počtu obyvatel ve městě

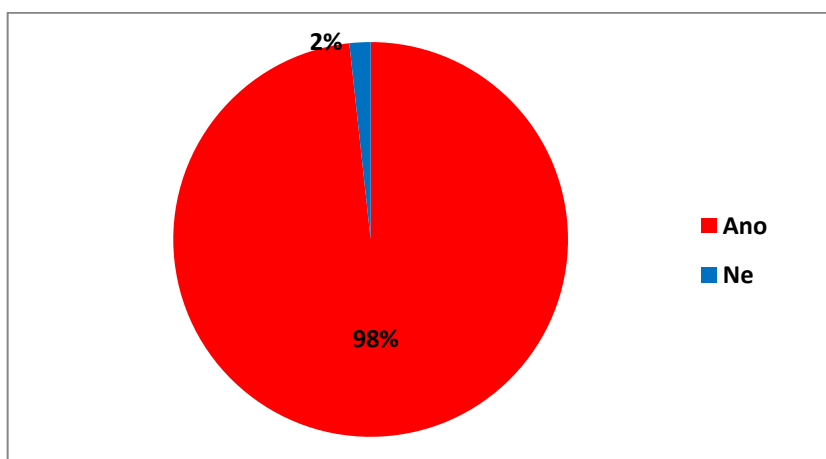
či obci, se dá usoudit, že většina těchto lidí žije ve městě Jihlava. Další významnou skupinu tvoří lidé, žijící v okrese Třebíč (26,5 %) a to v obci či menším městě. Nejméně se zapojilo osob z Havlíčkobrodského okresu (11 %).

Tabulka 3: Porovnání respondentů dle okresu a počtu obyvatel obce

Počet obyvatel	Okres				
	Třebíčský	Jihlavský	Pelhřimovský	Žďárský	Havlíčkobrodský
Méně než 500	11	4	10	3	4
500 - 2500	20	7	2	10	5
2500 - 10000	4	7	1	3	5
10000 - 50000	11	6	19	10	4
Nad 50000	-	28	-	-	-
Celkový počet	46	52	32	26	18

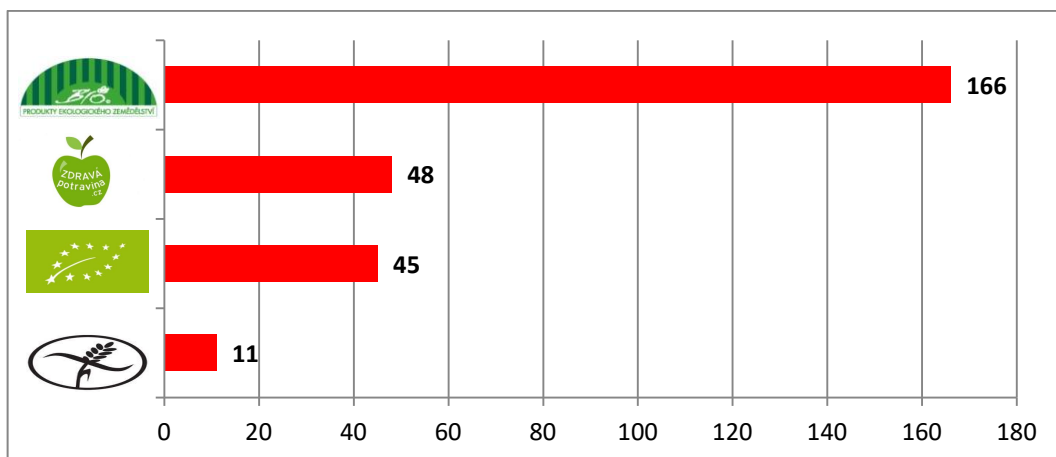
5.4.2 Samotné výsledky šetření

Existence biopotravin je české veřejnosti dobře známá. O tom vypovídá i fakt, že 98 % dotázaných odpověděla na otázku „Máte povědomí o tom, co znamená pojem biopotravina?“ jednoznačně odpověď ano. Pouze 2 % lidí uvedlo, že tento pojem nezná. Jednalo se o ženy ve věkové skupině 15-20 let a 41-50 let a muže ve věku mezi 31. -40. rokem.



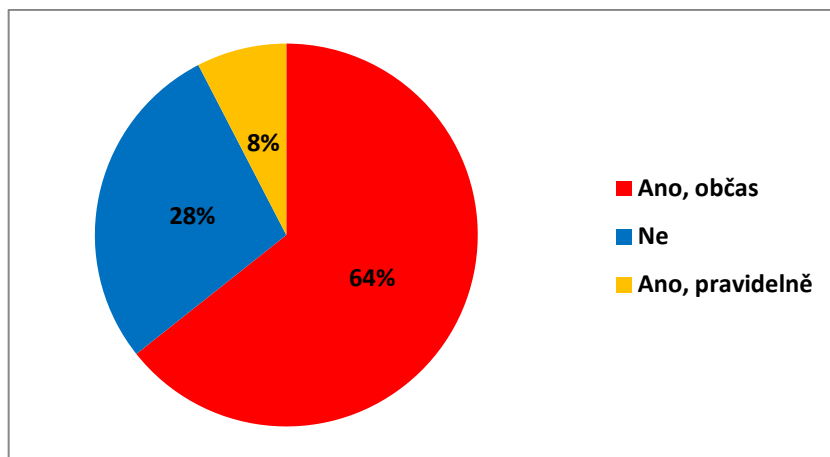
Graf 10 Máte povědomí o tom, co znamená pojem biopotravina? (odpovědělo 174 respondentů)

Značka „Produkty ekologického zemědělství“ je dobře známá, neboť ji označilo více jak 95% dotázaných účastníků šetření. Naopak znalost bio značky Evropské unie je dosti slabá. Tuto odpověď vybralo pouze 26 % respondentů. Evropské logo znají spíše mladí lidé v současné době zaměstnaní s vysokoškolským nebo středoškolským vzděláním zakončené maturitou, čerpající informace o biopotravinách z internetu. Obě dvě správné možnosti označilo 35 respondentů.



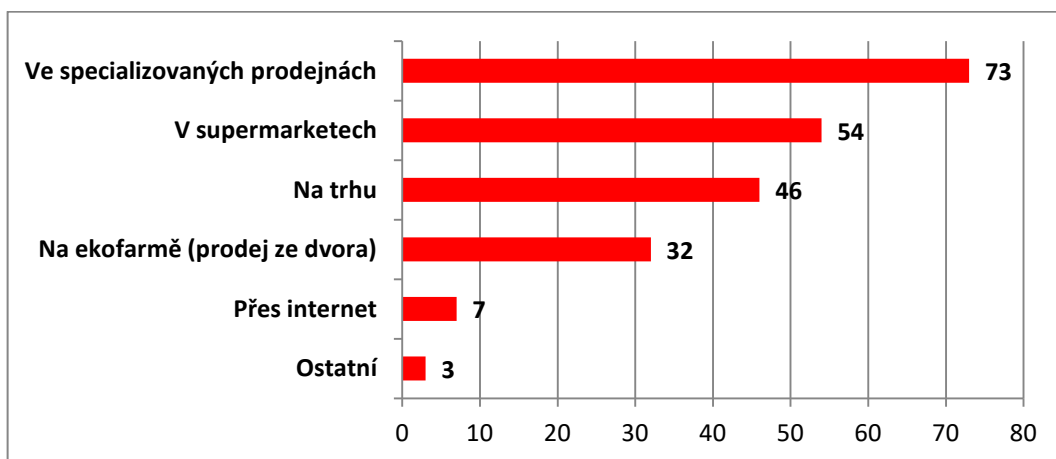
Graf 11 Které následující značky podle Vás označují biopotraviny? (odpovědělo 174 respondentů, možnost více odpovědí)

Z hlediska nákupu biopotravin, více jak polovina respondentů (64 %) nakupuje biopotraviny občas (90 žen, 20 mužů). Jedná se především o respondenty se středoškolským či vysokoškolským vzděláním a současně žijící ve městě. Více jak 28 % dotázaných nenakupuje biopotraviny vůbec (30 žen, 21 mužů) a jsou to zejména ti, kteří označili jako hlavní nevýhodu biopotravin vysokou cenu. Pravidelně nakupuje biopotraviny 8 % dotázaných (11 žen, 2 muži) a to především prostřednictvím specializovaných prodej a farmářských trhů.



Graf 12 Nakupujete biopotraviny a jak často? (odpovědělo 174 respondentů)

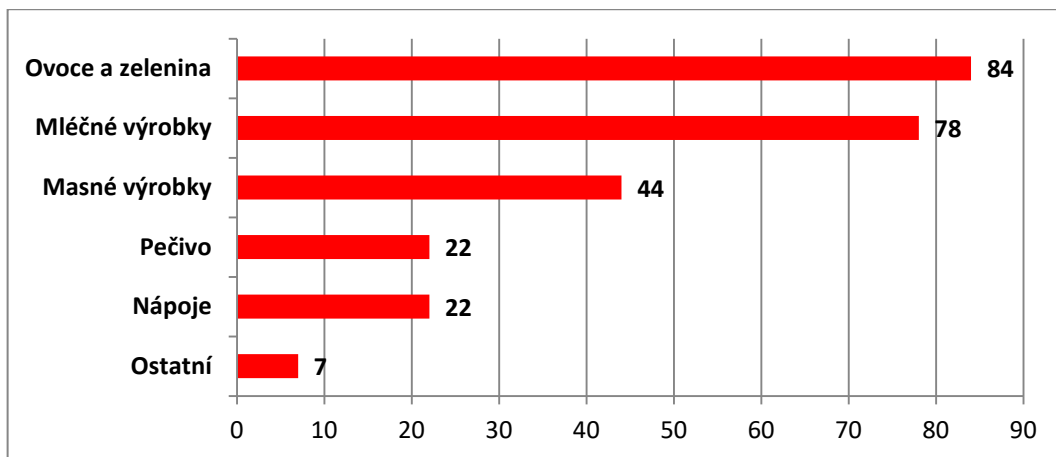
Z průzkumu vyplývá, že nejvíce dotázaných respondentů nakupuje biopotraviny prostřednictvím specializovaných kamenných prodejen (56 %) a supermarketových řetězců (41,5 %). Tento fakt je ovlivněn především tím, že téměř polovina dotázaných respondentů v současné době žije ve městě. Nákupu přímo od zemědělce (prodej ze dvora, trh) upřednostňuje 68 % respondentů, z čehož 16 % z nich nevyužívá jiný způsob nákupu. Nejméně respondentů využívá nákupu přes internetové prodejny (5,4 %). To může být způsobeno např. delší dobou dodání, poplatkem za doručení zásilkové službě, nedůvěřivostí zákazníků vůči nákupu přes internet.



Graf 13 Kde nejčastěji nakupujete biopotraviny? (odpovědělo 123 respondentů, možnost více odpovědí)

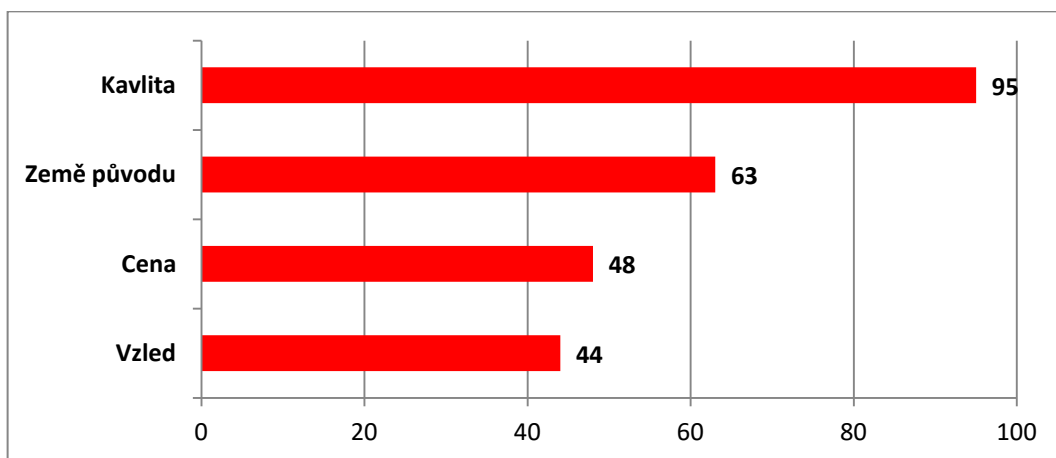
Největší poptávka z řad respondentů je po ovoci a zelenině (66,7 %) a mléčných výrobcích (61,9 %), pocházejících z ekologického zemědělství. Tyto položky bývají vyhledávané především díky svoji čerstvosti a zaručené kvalitě. Masné výrobky

označené bio, nakupuje nejčastěji 44 dotázaných (34,9 %). Značně menší zájem je o pečivo a nápoje. Jako ostatní zboží uvedli lidé nejčastěji obiloviny, luštěniny, těstoviny, mouku a oleje.



Graf 14 Jaké biopotraviny nejčastěji nakupujete? (odpovědělo 123 respondentů, možnost více odpovědí)

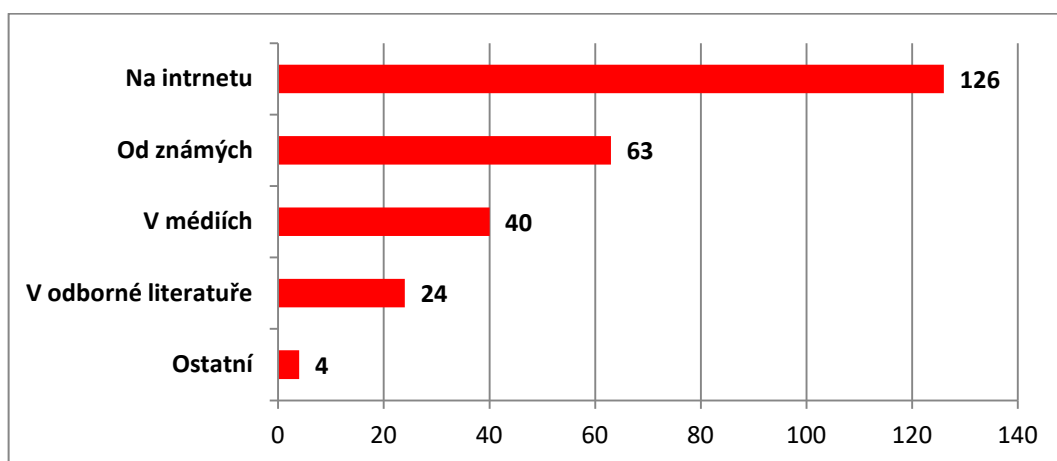
Nejvíce se lidé dívají při výběru zboží na její kvalitu, neboť tuto odpověď označilo 73 % respondentů. Důležitou roli u konečného spotřebitele hraje také země původu (48,5 %), ze které zboží pochází. Méně důležitým aspektem při nákupu je cena (37 %) a vzhled (33,8 %) nabízeného zboží.



Graf 15 Co ovlivňuje Váš výběr při nákupu biopotravin? (odpovědělo 123 respondentů, možnost více odpovědí)

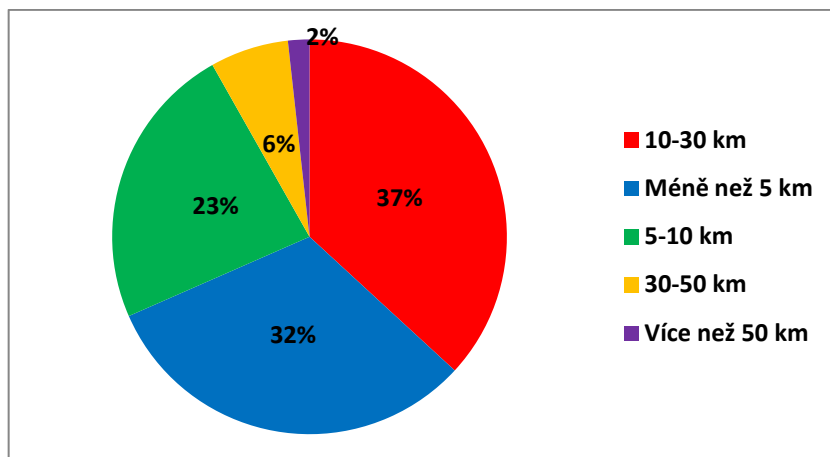
Respondenti zapojení do dotazníkového šetření získávají informace o biopotravinách nejčastěji prostřednictvím internetu. Tento zdroj informací vyhledává 72 %

respondentů. Více jak 36 % dotázaných získává informace od svých známých. Další v pořadí jsou mediální zdroje (23 %), jako je televize, rádio a veřejný tisk, tyto zdroje mohou být často matoucí a zkreslené. Odbornou literaturu využívá pouze necelých 14 % respondentů. Dále lidé zapojení do šetření uvedli jako zdroj informací přímo prodejce biopotravin.



Graf 16 Odkud nejčastěji získáváte informace o biopotravinách? (odpovědělo 174 respondentů, možnost více odpovědí)

Nejčastější odpovědi u otázky, týkající se vzdálenosti místa bydliště na nejbližší trh či farmu, byla varianta 10-30 km. Tuto odpověď označilo 37 % respondentů. Další významné procento tvořila odpověď udávající vzdálenost menší než 5 km, kterou označilo 32 % dotázaných. Vzdálenost okolo 5-10 km označilo 23 %. Odpověď 30-50 km nebo více jak 50 km označilo 8 % zapojených respondentů.



Graf 17 Jaká je přibližná vzdálenost od Vašeho místa bydliště na nejbližší trh/farmu s biopotravinami? (odpovědělo 174 respondentů)

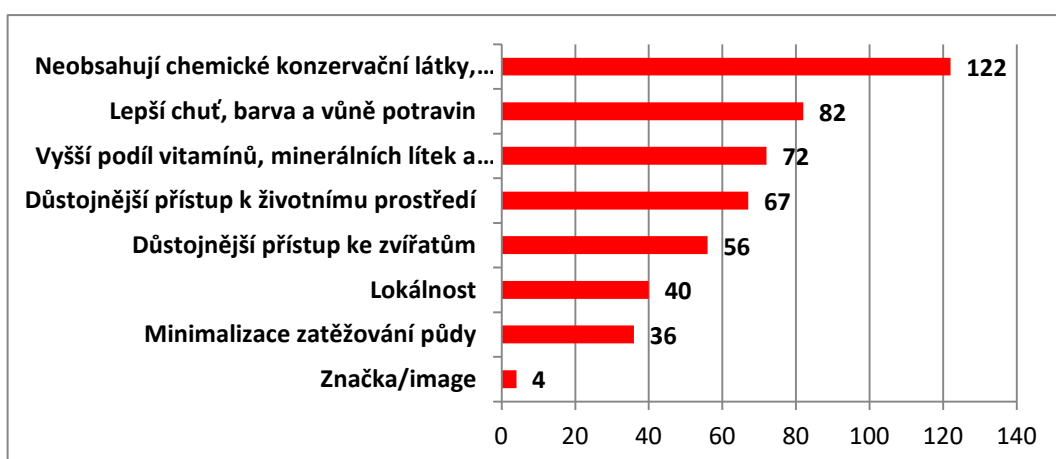
Vyšší cenu oproti běžným potravinám vidí respondenti jako největší nevýhodu biopotravin. Tuto odpověď označilo více jak 88% respondentů. Výraznou bariérou je také kratší doba trvanlivosti (29 %) a pravděpodobnější možnost výskytu plísní (17,8 %). Méně významný je poté pro spotřebitele biopotravin jejich méně atraktivní vzhled (6,5 %). Některé způsoby prodeje biopotravin umožňují redukcii použitých obalů, tudíž používání obalových materiálů nevidí lidé jako závažnou nevýhodu.



Graf 18 Co je podle Vás nevýhodou biopotravin? (odpovědělo 174 respondentů, možnost více odpovědí)

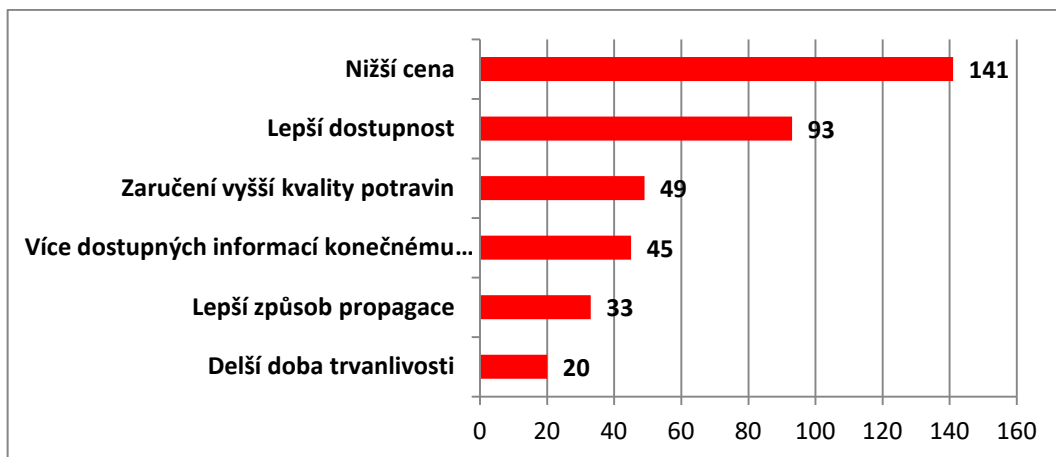
Za nejvýznamnější pozitivum biopotravin respondenti považují především to, že biopotraviny neobsahují chemické konzervační látky, barviva a látky na podobné bázi (70 %). Tuto výhodu hodnotí jako nejdůležitější především středoškolská studenti, zatím

co pro vysokoškolské studenty je také důležitý důstojnější přístup k životnímu prostředí. Zapojení lidé do dotazníkového šetření také uvádí jako hlavní výhodou senzoricou jakost (47 %). Dále je pro respondenty důležité zdravotní hledisko (41,4 %). Za důležitou výhodu považují i důstojnější přístup k životnímu prostředí jako celku (38,5 %), ale také zvláště ke zvířatům (32,2 %). Podobný počet odpovědí má odpověď lokálnost (23 %) a minimalizace zatížení půdy (21 %). Za nejméně atraktivní výhodu považuj značku/image (2,3 %).



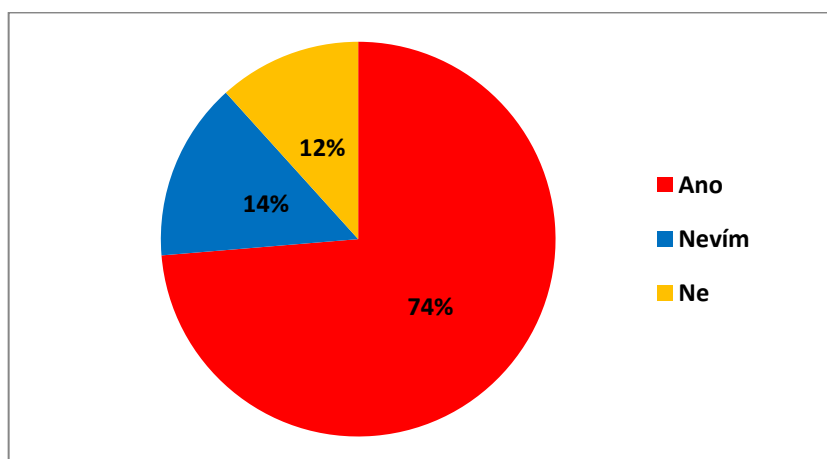
Graf 19 Co je podle Vás výhodou biopotravin? (odpovědělo 174 respondentů, možnost více odpovědí)

Hlavní inspirací k motivaci nákupu biopotravin je podle dotázaných především nižší cena nabízených produktů (81 %). Často totiž lidé srovnávají ceny biopotravin s potravinami pocházející z konvečního zemědělství. Lepší dostupnost (53,4 %) je pro respondenty taky velmi důležitá. Motivaci k nákupu by také zvýšilo zaručení vyšší kvality potravin (28 %) a více dostupných informací o nich (26 %).



Graf 20 Co by podle Vás mohlo zvýšit motivaci k nákupu biopotravin? (odpovědělo 174 respondentů, možnost více odpovědí)

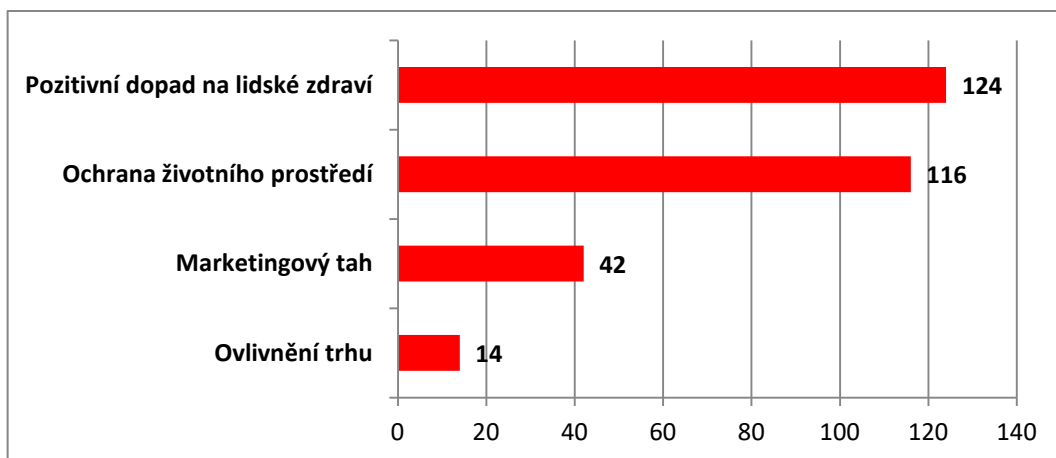
Z výsledků vyplývá, že o příznivých dopadech biopotravin na lidské zdraví je přesvědčeno více jak 74 % zapojených respondentů. O tomto tvrzení jsou přesvědčeni zejména mladší lidé se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním, žijící v současné době ve městě. O pozitivních účincích biopotravin na lidské zdraví není přesvědčeno 12 % dotázaných a podobné procento lidí nedokáže na tuto otázku odpovědět přímo, a proto zvolili možnost, že neví.



Graf 21 Myslíte si, že biopotraviny mají příznivý dopad na naše zdraví? (odpovědělo 174 respondentů)

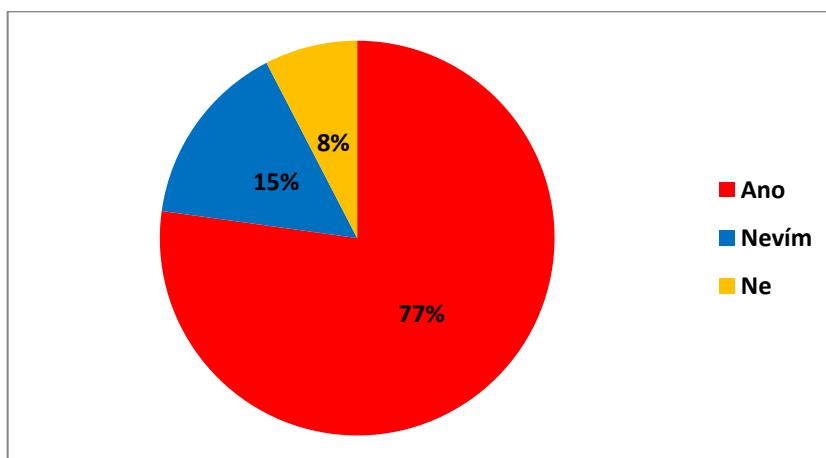
Lidé za cíl produkce biopotravin považují především jejich pozitivní dopad na lidské zdraví (71,3 %) a zejména také ochranu životního prostředí jako celku (66,7 %).

Více jak 20 % respondentů uvedlo, že se jedná o marketingový tah. Cílem produkce biopotravin je dle 8 % respondentů ovlivnění trhu.



Graf 22 Jaký je podle Vás cíl produkce biopotravin? (odpovědělo 174 respondentů, možnost více odpovědí)

Největší procento respondentů si myslí, že poptávka po biopotravinách na českém trhu se neustále zvyšuje. Tuto odpověď uvedlo 77 % respondentů. Pouze 8 % si myslí, že poptávka po biopotravinách se nezvyšuje. Respondenti, kteří si nebyli jistí svoji odpovědí, uvedli variantu odpovědi nevím, což představovalo 15 % z celkového počtu dotázaných.



Graf 23 Myslíte si, že poptávka po biopotravinách na českém trhu se zvyšuje? (odpovědělo 174 respondentů)

5.5 Shrnutí průzkumu

Z hlediska ekologického zemědělství patří Kraj Vysočina spíše mezi kraje průměrné a to jak ve výměře ekologicky obhospodařované půdy tak i v počtu podnikajících subjektů. Z průzkumu vyplývá, že počet výrobců biopotravin má vzrůstající tendenci (2006–2016), ale jsou zde značné rezervy. V současné době je v Kraji Vysočina registrováno 32 výrobců biopotravin. Převažují zde výrobci biopotravin bez vlastní produkce (21 subjektů), kteří používají na výrobu biopotravin kombinaci českých a zahraničních surovin. Z živočišné produkce jsou nejvíce zastoupeny mléčné výrobky, čerstvé mléko a masné výrobky. Rostlinná produkce se zaměřuje nejvíce na pěstování zeleniny a brambor.

Šetření na konkrétních farmách přineslo informace o způsobu zpracování a odbytu biopotravin a bioproduktů konečnému spotřebiteli a o tržní strategii jednotlivých subjektů. Ve všech případech se jednalo o výrobce biopotravin s vlastní produkcí, kterou zpracovávají přímo na farmě. Výrobci využívající zejména vlastní produkci nejčastěji upřednostňují odbyt svých produktů formou přímého prodeje a to prodejem ze dvora. Pokud se jedná o subjekt s vyšší produkcí, využívá nejčastěji i ostatních způsobů prodeje. Důležitým aspektem k získání potencionálních zákazníků je propagace a dobré jméno farmy, na čemž si zakládají všechny sledované subjekty. Z hlediska konkurenční výhody na trhu dominuje Biofarma Dora, která patří mezi největší subjekty zaměřující se na danou produkci.

Z analýzy zaměřující se na jednotlivé způsoby prodeje biopotravin konečnému spotřebiteli vyplývá, že z hlediska ceny zboží je pro zákazníka nejvíce perspektivní nákup prostřednictvím supermarketových řetězců, kde naleznou nejnižší ceny. Široký sortiment zboží nabízí především specializované kamenné prodejny a také internetové prodejny, kde nalezneme i méně dostupné zboží. Podobné zboží nabízí i supermarketové řetězce, ale zákazník nemá tak značnou možnost volby při výběru. V případě, že se zákazník rozhoduje při výběru potravin na základě jejich původu, je nejlepší využít přímého prodeje, který zahrnuje prodej ze dvora, prostřednictvím bedýnkového systému a farmářských trhů či biojarmarků, kde je zákazník v přímém kontaktu se zemědělcem.

Významným průzkumem bylo dotazníkové šetření, do kterého se zapojilo 174 respondentů z Kraje Vysočina. Týkalo se především znalostí, zájmu a motivace v oblasti biopotravin. Struktura respondentů se skládá ze 75 % žen a 25 % mužů, nejčastěji spadají do věkové skupiny 21–30 let (53 % respondentů) se středoškolským (42 %) či vysokoškolským (33 %) vzděláním. Převládající věkovou skupinu respondentů bych spojovala se způsobem sběru dat, který probíhám především prostřednictvím sociálních sítí. Z hlediska jednotlivých okresů převažovali respondenti v současné době žijící v jihlavském (30 % respondent) a také třebském okrese (26,5 % respondentů) a více jak polovina dotázaných (60 %) je zaměstnaná. Nejvíce dotázaných (28 %) bydlí ve městě čítající počet obyvatel okolo 10-50 tis.

6 DISKUZE

Z průzkumu zabývající se jednotlivými způsoby prodeje, vyplývá, že z hlediska množství nabízeného sortimentu dominují především specializované prodejny a supermarketové řetězce, což potvrzuje i Šarapatka a kol. (2005). Prodej prostřednictvím supermarketových řetězců se značně liší od specializovaných prodejen, které kladou důraz na regionální původ a velký výběr zboží, zatím co supermarkety nabízejí omezený výběr a ve většině případů prodávají zboží pod vlastní značkou, tudíž původ nebývá často český. Tento jev popisuje i Šarapatka a kol. (2006).

Prodej místních a regionálních biopotravin zajišťují především farmářské trhy, což potvrzuje i Šarapatka a kol. (2005). Regionální původ zajišťuje také prodej biopotravin prostřednictvím bedýnkového systému. Toto tvrzení uvádí i Václavík (2008). Taktéž prodej ze dvora umožňuje prodej místních biopotravin, neboť prodej probíhá přímo na farmě, jak uvádí i Šarapatka a kol. (2005).

Ceny se především odvíjí od jednotlivých produktů, ale je patrné, že biopotraviny za nejnižší ceny nabízí supermarketové řetězce. Toto tvrzení dokládá i zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2014. Z hlediska výhodnosti cen pro farmáře, je nejvíce lukrativní prodej ze dvora a naopak nejnižší cenu získá prodejem prostřednictvím supermarketových řetězců. Toto potvrzuje i Václavík (2008) a Raková (2010).

Samotné výsledky šetření prokázaly, že 98 % dotázaných má povědomí o tom, co znamená pojem biopotravina. O tomto výsledku také vypovídá znalost českého loga. Menší znalost je zřejmá v oblasti evropského značení biopotravin, které bylo označeno ve 45 případech. Tento výsledek je shodný i s celorepublikovým výzkum, který proběhl v roce 2014 (Mze, 2014).

Konzumenti biopotravin tvořili 72 %, z toho pravidelný nákup označilo pouze 8 % respondentů. Jednalo se především o respondenty se středoškolským či vysokoškolským vzděláním a současně žijící ve městě. Nejčastěji nakupují biopotraviny ženy mladšího či středního věku. Tento výsledek může být zkreslený převládající strukturou respondentů. Výsledky výzkumu o povědomí a nákupním chování v oblasti biopotravin (MZe, 2010), potvrzují zjištěné informace o spotřebitelích biopotravin.

Nákup biopotravin nejčastěji upřednostňují lidé zapojení do dotazníkového šetření prostřednictvím specializovaných kamenných prodejen, což potvrzují i výsledky diplomové práce Minaříkové (2016). Výsledky se liší od celorepublikového průzkumu (Mze, 2014), které uvádí jako nejčastější způsob nákupu farmářské trhy. Může to být zapříčiněno strukturou respondentů. Tento výsledek také není shodný se zprávou o trhu s biopotravinami z roku 2014 (Šejnohová, 2016), která jednoznačně ukazuje, že lidé nakupují biopotraviny nejvíce v supermarketových řetězcích (40,9 %). Prodej prostřednictvím specializovaných kamenných prodejen s biopotravinami a zdravou výživou činí 24,8 %, což vypovídá o druhém nejčastěji využívaném nákupu biopotravin.

Nejčastěji spotřebitelé biopotravin nakupují ovoce, zeleninu a mléčné výrobky. Stejně výsledky byly zjištěny i v dalších diplomových pracích (Lacková, 2014; Minaříková, 2016), v průzkumu o povědomí a nákupním chování českých spotřebitelů biopotravin (Bio-info, 2008) a v celorepublikovém výzkumu (MZe, 2014). Více jak 3/4 respondentů zapojených do dotazníkového šetření zaznamenali nárůst poptávky po biopotravinách na českém trhu, což potvrzuje i výzkum proveden v roce 2014 (MZe, 2014). Výsledky o zvýšeném zájmu o biopotraviny uvádí i Lacková (2014).

Při výběru biopotravin respondenti nejvíce hledí na jejich kvalitu a země původu. Jak uvádí ve své práci Kaštánková (2013) a Buchtová (2008), je český původ biopotravin velmi důležitý pro spotřebitele. Nejčastěji respondenti získávají informace, týkajících se biopotravin, prostřednictvím internetu, což potvrzuje i diplomová práce Buchtové (2008) a bakalářská práce Rakové (2010).

Největší bariérou nákupu biopotravin je podle respondentů (88 % respondentů) vysoká cena, která může také spotřebitele odrazovat od jejich nákupu. Tento výsledek také uvádí v diplomové práci Buchtová (2008). Od tohoto tvrzení se také odvíjí otázka, co by mohlo zvýšit motivaci k nákupu biopotravin. Jako hlavní motivaci právě lidé vidí ve snížení cen za biopotraviny. Zároveň by uvítali lepší dostupnost těchto produktů na trhu.

Za hlavní výhodu biopotravin respondenti považují fakt, že se jedná o zdravější potraviny, neboť neobsahují chemické konzervační látky, barviva a látky na podobné bázi a zároveň jsou bohatší na vitamíny, minerální látky a vlákninu, což potvrzují

i diplomové práce Antlové (2016) a Minaříkové (2016). Další výhodu biopotravín vidí respondenti v sensorických vlastnostech, který zahrnují lepší chuť barvu a vůni potravin. Stejně tvrzení uvedli i lidé zapojení do celorepublikového výzkumu (MZe, 2014) a dotazníkové šetření v rámci bakalářské práce Rakové (2010).

7 ZÁVĚR

Spotřeba i celková poptávka po biopotravinách českými spotřebiteli značně vstoupá, o čem vypovídají i zjištěné výsledky. Zajímala mě současná situace na trhu s biopotravinami a také trend nákupního chování konečných spotřebitelů. Práce měla za úkol přiblížit současnou situaci biopotravin v Kraji Vysočina. Zemědělství v tomto kraji má dlouholetou tradici i navzdory ne příliš příznivým podmínkám.

Počet registrovaných výrobců v kraji neustále vstoupá, což potvrzují zjištěná data. Jedná se nejčastěji o výrobce bez vlastní produkce, což je velká škoda, neboť Kraj Vysočina patří k nejméně poškozeným krajům v ČR. Toho by mohli využít potencionální výrobci s vlastní produkcí a to jak přecházející z konvenčního zemědělství tak i nový a spojit ekologické zemědělství s rozvojem venkovského cestovního ruchu. Česká populace v současné době k rekreaci a vzdělání čím dál tím více využívá lokality, které respektují a dbají na přírodu. Venkovský cestovní ruch dbá na ochranu přírody a zároveň by mohl být alternativním zdrojem financí pro podnikající ekologické subjekty.

Důležitým hlediskem pro samostatně fungující subjekty podnikající v ekologickém zemědělství je vhodně zvolená marketingová strategie, která zahrnuje způsob propagace, konkurenční schopnost vůči jiným subjektům, způsob zpracování a odbytu produktů a mnoho dalších aspektů. Šetření přineslo výsledky o tom, že výrobci s vlastní produkcí upřednostňují prodej ze dvora v kombinaci s ostatními způsoby. Jako propagační reklamu využívají nejčastěji dny otevřených dveří či exkurze pro veřejnost.

Vzrůstající zájem spotřebitelů o biopotraviny je ovlivněn především zdravotní nezávadností potravin a pozitivními účinky na lidské zdraví. Jedná se především o větší podíl vitamínů, minerálních látek a vlákniny a naopak neobsahují chemické konzervační látky, barviva a látky na podobné bázi. Naopak největší barierou pro potencionální zákazníky je vysoká cena biopotravin. Z tohoto důvodu nakupují zákazníci biopotraviny nejčastěji v supermarketových řetězcích, kde sice naleznou velký výběr zboží za rozumnou cenu, ale tento způsob prodeje postrádá osobní kontakt mezi zákazníkem a výrobcem. Přímý kontakt umožňuje prodej ze dvora, bedýnkový systém a farmářské trhy či biojarmarky, přičemž tyto způsoby vyvolávají ve spotřebiteli vůči prodejci pocit důvěry, že se jedná o produkt kvalitní a čerstvý.

Z pohledu konečného spotřebitele, který hledá na trhu běžně dostupné suroviny jako je zelenina a ovoce, mléčné výrobky, masné výrobky, apod. můžu říci, že nejvíce mi z hlediska sortimentu ceny a původu vyhovoval prodej prostřednictvím farmářských trhů a biojarmarků. Nabízí totiž velký výběr zboží na jednom místě. Jedinou nevýhodu shledávám v nepravidelném konání. Pokud bych měla zájem o biopotraviny, které nejsou úplně běžné, určitě bych zavítala do specializovaných kamenných prodejen. Nejméně přijatelným nákupem byl pro mě nákup prostřednictvím supermarketových řetězců, neboť uspořádání zboží není přehledné a ani původ zboží nebývá často tuzemský, což je také pro většinu spotřebitelů velmi důležité.

Zvyšující se podpora ze strany státu a EU v rámci ekologického zemědělství naznačuje dlouhodobý rozvoj tohoto odvětví. Současná situace na trhu vypovídá o tom, že se zájem o biopotraviny neustále zvyšuje, což je pozitivním výhledem do budoucna, neboť by mohlo dojít ke zvýšení počtu ekologických zemědělců a s tím související nárůst ploch obhospodařovaných v režimu ekologického zemědělství, což by mělo pozitivní dopad zejména na ochranu půdy, která je v České republice ohrožena. Zároveň by tato situace přispěla k ochraně životního prostředí jako celku. Velmi diskutovaným tématem je také kvalita nabízených potravin na českém trhu. V poslední době se také velmi diskutuje o zavedení biopotravin do školských zařízení, což by dle mého názoru mohlo přinést příznivé výsledky. Lidé si totiž vytváří své stravovací návyky již v dětství, a proto konzumace biopotravin by tyto návyky mohla ovlivnit. Zároveň by si děti vytvářely pozitivní přístup k životnímu prostředí.

8 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

ANTLOVÁ M., 2016: *Ekologické zemědělství na Tišnovsku a okolí*. Brno: Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Agronomická fakulta. Ústav agrosystémů a bioklimatologie.

BIO-INFO, 2008: *Povědomí a nákupní chování spotřebitelů v oblasti biopotravin*, online. [cit. 2017-04-17 Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/bio-akademie/povedomi-a-nakupni-chovani-spotrebitelu-v-oblasti>

BIOWEB, 2016: *Biopotraviny*, online. [cit. 2017-02-17] Dostupné z: <http://biopotraviny.bioweb.cz/cz/e-shop/c16443/biopotraviny.html>

BUCHTOVÁ K., 2008: *Ekologické zemědělství a biopotraviny v kraji Vysočina*. Brno: Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Agronomická fakulta. Ústav chovu a šlechtění zvířat.

BUKÁČEK M., 2011: *Výuka gis Vysočina: Zemědělství Kraje Vysočina*, online. [cit. 2017-03-16] Dostupné z: <http://gynome.nmmn.cz/gisvysociny/index.php?ln=cz&id=9&cat=c&typ=menu>

CENTRUM PRO OTÁZKY ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ UNIVERZITA KARLOVA: *Environmentální ekonomie a sociologie*, online. [cit. 2017-04-17] Dostupné z: <http://www.czp.cuni.cz/czp/index.php/cz/oddeleni-environmentalni-ekonomie-a-sociologie/136-environmentalni-ekonomie-a-sociologie>

ČESKÁ TECHNOLOGICKÁ PLATFORMA PRO EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ, 2016: *Informační leták: EZ v Kraji Vysočina*.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2013: *Geografická mapa kraje*, online [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/mapy_kartogramy

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2015: *Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje Kraje Vysočina*, online. [cit. 2017-03-03]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/32624234/33013216.pdf/7689bfcc-f68f-4e02-843c-8bcd83d86db8?version=1.11>

- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016: *Charakteristika kraje*, online [cit. 2017-03-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xj/charakteristika_kraje
- DEMEK J., MACKOVČIN P., ed. 2006: *Zeměpisný lexikon ČR*. vyd. 2. Brno: AOPK ČR, 580 s. ISBN 80-86064-99-9.
- DOBROVOLNÝ P., 2017: *Biofarma DoRa*. Ústní sdělení. Ratibořice.
- DVORSKÁ V., 2016: *Dvorský statek*. Ústní sdělení. Olešinka.
- DVORSKÝ J., URBAN J., 2014: *Základy ekologického zemědělství, podle nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008 s příklady*. 2. vyd. Brno: ÚKZÚZ ve spolupráci se ZERA Náměšť nad Oslavou a Mze ČR, 109 s. ISBN 978-80-7401-098-9.
- EUROPEAN COMMISSION AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT., 2010: *An analysis of the EU organic sector*, online. European Union. Directorate-General for Agriculture and Rural Development. [cit. 2017-04-17] Dostupné z: http://ec.europa.eu/agriculture/sites/agriculture/files/markets-and-prices/more-reports/pdf/organic_2010_en.pdf
- FRESHBEDÝNKY, 2014 – 2017: *Jak to funguje*, online. [cit. 2017-03-17] Dostupné z: https://freshbedynky.cz/jak_to_funguje
- HABERMANNOVÁ H., 2016: *Ekofarma Ctiboř*. Ústní sdělení. Ctiboř.
- HAIŠLOVÁ J., SCHULZOVÁ V., 2006: *Porovnání produktů ekologického a konvenčního zemědělství: odborná studie VŠCHT*. Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2006. 23 s. ISBN 80-7271-181-4.
- HRABALOVÁ A., 2015: *Ročenka 2014: Ekologické zemědělství v České republice*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 68 s. ISBN 978-80-7434-250-9.
- HRABALOVÁ A., 2016: *Ročenka 2015: Ekologické zemědělství v České republice*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 84 s. ISBN 978-80-7434-333-9.
- HRABALOVÁ A., LEIBL M., VALEŠKA J., & KETTNEROVÁ M., 2013: *Ročenka 2012: Ekologické zemědělství v České republice*, online. Praha: Ministerstvo zemědělství, 50 s. ISBN 978-80-7434-139-7.

HRABALOVÁ A., ŠEJNOHOVÁ H., ČAPOUNOVÁ K., LEIBL M., 2013: *Ročenka 2013: Ekologické zemědělství v České republice*, online. Praha: Ministerstvo zemědělství, 51 s. ISBN 978-80-7434-177-9.

HRABALOVÁ A., VALEŠKA J., VEJVODOVÁ A., 2012, *Ročenka 2011: Ekologické zemědělství v České republice*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 90 s. ISBN 978-80-7434-080-2.

HUSÁK R., 2016: *Ekofarma Husák*. Ústní sdělení. Javorek.

HUTAŘ M., MITÁČEK T., URBAN J., 2016: *Argumenty pro ekologické zemědělství, příspěvek k diskusi o prospěšnosti ekologických forem hospodaření*, online. Oslavka ve spolupráci se spolkem Veselá biofarma, 34 s. [cit. 2017-03-27]. Dostupné z: <http://www.iskopanice.cz/frontend/files/cms/Argumenty%20pro%20EZ%20final%20Vesela%20biofarma.pdf>

INTERNETOVÝ PORTÁL BEZPEČNOSTI POTRAVIN, 2012: *Prodej ze dvora*, online. [cit. 2017-03-20] Dostupné z: <http://bezpecnostpotravin.cz/stranka/prodej-ze-dvora.aspx>

KAŠTÁNKOVÁ P., 2013: *Distribuce biopotravin v kraji Vysočina a jejich původ*. Brno: Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Agronomická fakulta. Ústav agrosystémů a bioklimatologie.

KOTĚRA J., VALEŠKA J., 2010: *Ekologické zemědělství a biopotraviny: otázky a odpovědi pro ekoporadny*. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 35 s. ISBN 978-80-904223-2-2.

LACKOVÁ A., 2014: *Biopotraviny- aktuální stav odvětví a podmínky trhu v Jihomoravském kraji*. Brno: Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Agronomická fakulta. Ústav agrosystémů a bioklimatologie.

MAPY, 2017: *Kraj Vysočina*, online. [cit. 2017-03-10] Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=15.6532431&y=49.2956042&z=8&source=regi&id=13>

MINAŘÍKOVÁ M., 2016: *Biopotraviny a farmářské potraviny – současný stav a perspektivy na Brněnsku*. Brno: Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Agronomická fakulta. Ústav agrosystémů a bioklimatologie.

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2014: *Biopotraviny-zpráva z výzkumu*, online. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktuality/bio-potraviny-zprava-z-pruzkumu.html>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2009-2017: *Úplné znění vybraných předpisů ČR*, online. [cit. 2017-02-25] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/legislativa/ekologicke-zemedelstvi/uplna-zneni-vybranych-predpisu/>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2010: *Povědomí a nákupní chování spotřebitelů v oblasti biopotravin*, online. Oglivy: BIO výzkumná zpráva. [cit. 2017-04-17] Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/biopotraviny/>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2011: *Loga pro ekologické zemědělství*, online. [cit. 2017-02-07]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/loga-a-znaceni/>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2015: *Právní předpisy pro ekologické zemědělství a produkci biopotravin*. Praha: Mze, 167 s. ISBN 978-80-7434-240-0.

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2017: *Registr ekologických podnikatelů. Přehled ekologických subjektů*, online. Ministerstvo zemědělství, [cit. 2017-03-07]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/Prehled.aspx?typ=VYR&clear=A&sts=1490910853536>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ ČR, 2017: *Výměry půdy v EK podle krajů*, online. [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/StatistikaKraj.aspx?stamp=1492360971126>

MOUDRÝ J., PRUGAR J., 2002: *Biopotravin: hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 34 s. Příručka ekologického zemědělce. ISBN 80-7271-111-3

PETROVÁ A., a kol. 2010: *Biopotraviny bez mýtů, ekologické zemědělství pohledem odborníků z praxe*, online. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 11 s. [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: http://biospotrebitel.cz/wpcontent/uploads/2012/06/Brozura_Biopotraviny_bez_mytu.pdf

RAKOVÁ I., 2010: *Analýza spotřebního a nákupního chování v oblasti biopotravin*. Zlín: Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky.

REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉM, 2016: *Kraj Vysočina: Srovnání kraje s Českou republikou*, online. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [cit. 2017-01-30]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/kraj-vysocina/kraj>

REGIONÁLNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉM, 2016: *Statistická data*, online. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [cit. 2017-01-30]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/statisticka-data/detail?Kapitola=1>

SAMSONOVÁ P., 2007: *Praktická příručka: 90 argumentů pro ekologické zemědělství*. 1. vyd. Olomouc: Bioinstitut ve spolupráci s PRO-BIO Svazem ekologických zemědělců, 16 s.

SUKOVÁ I., 2014: *Označování potravin: průvodce pro spotřebitele*. Praha: Ministerstvo zemědělství, Odbor bezpečnosti potravin, 64 s. ISBN 978-80-7434-169-4.

ŠARAPATKA B., URBAN J., 2003: *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. 1. vyd. Praha: MŽP, 280 s. ISBN 80-7212-274-6

ŠARAPATKA B., URBAN J., 2005: *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. 1. vyd. Šumperk: PRO-BIO, 334 s. ISBN 80-903583-0-6.

ŠARAPATKA B., URBAN J., 2006: *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk: PRO-BIO, 502 s. ISBN 80-87080-00-9

ŠEJNOHOVÁ H., 2016: *Statistické šetření ekologického zemědělství, zpráva o trhu s biopotravinami v roce 2014*. Brno: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 51 s.

TOUŠEK V., FŇUKAL M., ed. 2008: *Vysočina: tematický atlas*. Jihlava: Krajský úřad Kraje Vysočina ve spolupráci s Univerzitou Palackého v Olomouci, 35 s. ISBN 978-80-254-2080-5.

VÁCLAVÍK T., 2008: *Ekologické zemědělství a rozvoj venkova*. Brno: Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR, 16 s.

VÁCLAVÍK T., 2008: *Jak úspěšně vytvořit a provozovat systém „biobedýnek“*. Brno: Ministerstvo zemědělství České republiky, 24 s.

VÁCLAVÍK T., 2008: *Marketing pro ekologické zemědělce*. Brno: Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR, 24 s.

VALEŠKA J., 2008: *Kvalita a bezpečnost biopotravin: srovnání způsobů produkce potravin*. 1. vyd. Olomouc: Bioinstitut ve spolupráci s PRO-BIO Ligou a PRO-BIO Svazem ekologických zemědělců, 24 s. ISBN 978-80-904174-3-4.

VALEŠKA J., 2009: *Bulletin Biospotřebitel*, online. Praha: PRO-BIO Liga, 20 s. [cit. 2017-03-17]. Dostupné z: http://biospotrebitel.cz/wp-content/uploads/2012/09/Biospotrebitel_4_2009.pdf

VÝZKUMNÝ ÚSTAV MELIORACÍ A OCHRANY PŮDY, 2017: *Statistická ročenka půdní služby*, online. [cit. 2017-01-27] Dostupné z: <http://statistiky.vumop.cz/?core=stat>

WILLER H., 2017: *European organic market data 2015*, online. Switzerland: Research Institute of Organic Agriculture. [cit. 2017-04-17] Dostupné z: <http://orgprints.org/31200/31/willer-2017-european-data-2015.pdf>

ZÁKON č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů.

9 SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

a.s. – akciová společnost

apod. – a podobně

atd. – a tak dále

BIO – produkt ekologického zemědělství

CO₂ – Oxid uhličitý

ČR – Česká republika

ČSVTS – Československá vědeckotechnická společnost

EHS – Evropské hospodářské společenství

EKO – produkt ekologického zemědělství

ES – Evropské společenství

EU – Evropská unie

EZ – ekologické zemědělství

CHKO – Chráněná krajinná oblast

IFOAM – International Federation of Organic Agriculture Movements

KEZ – Kontrola ekologického zemědělství

např. - například

s.r.o. – Společnost s ručením omezeným

TTP – Trvale travní porost

tzn. – to znamená

tzv. – tak zvaný

10 SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1:České logo	20
Obrázek 2 Evropské logo.....	20
Obrázek 3 Geografická mapa Kraje Vysočina	30
Obrázek 4 Mapa vybraných farem.....	33
Obrázek 5 Ekofarma Ctiboř.....	38
Obrázek 6 Biofarma DoRa	39
Obrázek 7 Ekofarma Husák.....	40
Obrázek 8 Dvorský statek.....	41

11 SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Vývoj počtu výrobců biopotravin v ČR	25
Graf 2 Vývoj ekologického zemědělství v ČR	27
Graf 3 Počet výrobců biopotravin od roku 2001-2016	28
Graf 4 Současný stav výrobců biopotravin v jednotlivých krajích ČR	29
Graf 5 Vývoj počtu farem hospodařících v režimu ekologického zemědělství.....	36
Graf 6 Vývoj výměry půdy obhospodařované v režimu ekologického zemědělství.....	36
Graf 7 Vývoj počtu výrobců biopotravin v Kraji Vysočina	37
Graf 9 Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	48
Graf 10 Jste v současné době?	48
Graf 11 Máte povědomí o tom, co znamená pojem biopotravina?.....	49
Graf 12 Které následující značky podle Vás označují biopotraviny?.....	50
Graf 13 Nakupujete biopotraviny a jak často?.....	51
Graf 14 Kde nejčastěji nakupujete biopotraviny?.....	51
Graf 15 Jaké biopotraviny nejčastěji nakupujete?	52
Graf 16 Co ovlivňuje Váš výběr při nákupu biopotravin?.....	52
Graf 17 Odkud nejčastěji získáváte informace o biopotravinách?	53
Graf 18 Jaká je přibližná vzdálenost od Vašeho místa bydliště na nejbližší trh/farmu s biopotravinami?.....	54
Graf 19 Co je podle Vás nevýhodou biopotravin?	54
Graf 20 Co je podle Vás výhodou biopotravin?	55
Graf 21 Co by podle Vás mohlo zvýšit motivaci k nákupu biopotravin?.....	56
Graf 22 Myslíte si, že biopotraviny mají příznivý dopad na naše zdraví?	56
Graf 23 Jaký je podle Vás cíl produkce biopotravin?.....	57
Graf 24 Myslíte si, že poptávka po biopotravinách na českém trhu se zvyšuje?	57

12 SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Přehled odbytu produkce sledovaných subjektů.....	44
Tabulka 2: Porovnání respondentů dle pohlaví a věku.....	47
Tabulka 3: Porovnání respondentů dle okresu a počtu obyvatel obce.....	49

13 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 Přehled výrobců biopotravin v Kraji Vysočina.....	76
Příloha 2 Ekofarma Ctiboř.....	77
Příloha 3 Ekofarma Husák.....	77
Příloha 4 Ustájení hnědých krátkosrstých koz na Dvorském statku.....	78
Příloha 5 Chované kozy bílé krátkosrsté na Biofarmě DoRa.....	78
Příloha 6 Dotazníkové šetření.....	79
Příloha 7 Biojarmark v Třebíči.....	83
Příloha 8 Specializovaná kamenná prodejna Nature spot market a café.....	83

14 PŘÍLOHY

Příloha 1 Přehled výrobců biopotravin v Kraji Vysočina (Mze, 2017 – zdroj dat)

Přehled výrobců biopotravin v Kraji Vysočina	
Agro - Měřín, obchodní společnost, s.r.o.	Tomáš Lopaur
Amylon, a.s.	Maso H+S spol. s r.o.
Biofarma DoRa s.r.o.	Mitrovský dvůr, a.s.
Čapek Hugo	Mlékárna Polná spol. s r.o.
Mgr. Petra Čapková	Natural Jihlava JK s.r.o.
Delitruff Czech s.r.o.	Nominal cz obchodni s.r.o.
Ing. Jan Dvorský	Poex Velké Meziříčí, a.s.
Ecoproduct s.r.o.	Luboš Pulkrábek
Euro Agras, s.r.o.	Rodinný pivovar Bernard a.s.
Hempoint, s.r.o.	Věra Řezníčková
Ing. Martin Chadim	Josef Sklenář
Jatky Dolní Heřmanice s.r.o.	Jiří Sláma
Keppler farm s.r.o.	Tata Global Beverages Czech Republic a.s.
Konkordia, spol. s r.o.	Tipafrost, a.s.
Lacrum Velké Meziříčí, s.r.o.	Libor Vařejka
Ivan Laška	Miloslav Zedníček

Příloha 2 Ekofarma Ctiboř (autorka, 2016)



Příloha 3 Ekofarma Husák (autorka, 2016)



Příloha 4 Ustájení hnědých krátkosrstých koz na Dvorském statku (autorka, 2016)



Příloha 5 Chované kozy bílé krátkosrsté na Biofarmě DoRa (autorka, 2017)



Příloha 6 Dotazníkové šetření

1. Jaké je Vaše pohlaví?
 - a. žena
 - b. muž
2. Do jaké věkové skupiny patříte?
 - a. 15-20
 - b. 21-30
 - c. 31-40
 - d. 41-50
 - e. 51-60
 - f. 61 a více
3. Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
 - a. základní
 - b. střední s výučním listem
 - c. střední s maturitou
 - d. vysokoškolské
4. Jste v současné době
 - a. student
 - b. zaměstnaný/podnikatel
 - c. na mateřské dovolené
 - d. nezaměstnaný
 - e. v důchodě
5. Kde žijete?
 - a. Třebíč
 - b. Žďár nad Sázavou
 - c. Jihlava
 - d. Havlíčkův Brod
 - e. Pelhřimov
6. Jaký je přibližný počet obyvatel ve Vaší obci/městě?
 - a. méně než 500
 - b. 500 - 2500
 - c. 2500 - 10 000
 - d. 10 000 - 50 000

e. nad 50 000

7. Máte povědomí o tom, co znamená pojem biopotravina?

(Pokud je Vaše odpověď NE, nemusíte pokračovat ve vyplňování dotazníku.)

a. ano

b. ne

8. Které následující značky podle Vás označují biopotraviny?

(Možnost více správných odpovědí.)



9. Nakupujete biopotraviny a jak často?

(Pokud je Vaše odpověď NE, přejděte na otázku č. 13.)

a. ano, pravidelně

b. ano, občas

c. ne (pokračujte otázkou č. 13)

10. Kde nejčastěji nakupujete biopotraviny?

(Možnost více odpovědí.)

a. na trhu

b. ve specializovaných obchodech

c. v supermarketech

d. přes internet

e. na ekofarmě (bližší určení)

f. jiný způsob (bližší určení)

11. Jaké biopotraviny nejčastěji kupujete?

(Možnost více odpovědí.)

a. pečivo

b. ovoce a zeleninu

- c. mléčné výrobky
- d. masné výrobky
- e. nápoje
- f. jiné (bližší určení)

12. Co ovlivňuje Váš výběr při nákupu biopotravin?

(Možnost více odpovědí.)

- a. země původu
- b. cena
- c. vzhled
- d. kvalita

13. Odkud nejčastěji získáváte informace o biopotravinách?

(Možnost více odpovědí.)

- a. na internetu
- b. v odborné literatuře
- c. v médiích
- d. od známých
- e. jiným způsobem (bližší určení)

14. Jaká je přibližná vzdálenost od Vašeho místa bydliště na nejbližší trh/farmu s biopotravinami?

- a. méně než 5 km
- b. 5 - 10 km
- c. 10 - 30 km
- d. 30 - 50 km
- e. více než 50 km

15. Co je podle Vás nevýhodou biopotravin?

(Možnost více odpovědí.)

- a. vysoká cena
- b. kratší doba trvanlivosti
- c. pravděpodobnější možnost výskytu plísně
- d. obaly
- e. méně atraktivní vzhled

16. Co je podle Vás výhodou biopotravin?

(Možnost více odpovědí.)

- a. minimalizace zatěžování půdy

- b. důstojnější přístup k životnímu prostředí
- c. lepší chuť, barva a vůně potravin
- d. vyšší podíl vitamínů, minerálních látek a vlákniny
- e. neobsahují chemické konzervační látky, barviva a látky na podobné bázi
- f. důstojnější přístup ke zvířatům
- g. lokálnost
- h. značka/ image

17. Co by podle Vás mohlo zvýšit motivaci k nákupu biopotravin?

(Možnost více odpovědí.)

- a. nižší cena
- b. lepší dostupnost
- c. lepší způsob propagace
- d. více dostupných informací konečnému spotřebiteli
- e. delší doba trvanlivosti
- f. zaručení vyšší kvality potravin

18. Myslíte si, že biopotraviny mají příznivý dopad na naše zdraví?

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

19. Jaký je podle Vás cíl produkce biopotravin?

(Možnost více odpovědí.)

- a. ovlivnění trhu
- b. pozitivní dopad na lidské zdraví
- c. ochrana životního prostředí
- d. marketingový tah

20. Myslíte si, že se poptávka po biopotravinách na českém trhu se zvyšuje?

- a. ano
- b. ne
- c. nevím

Příloha 7 Biojarmark v Třebíči (autorka, 2016)



Příloha 8 Specializovaná kamenná prodejna Nature spot market a café (autorka, 2016)

