

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

**Farmářské trhy ve vybraném regionu: analýza
ekonomické efektivity**

Soňa ŠLECHTOVÁ

© 2015 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Farmářské trhy ve vybraném regionu: analýza ekonomické efektivity" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 27. března 2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Bohuslavě Boučkové, CSc. za vedení a metodickou pomoc při zpracování diplomové práce. Dále paní Boženě Turoňové, organizátorce farmářských trhů v Karlových Varech za vstřícnost, čas, ochotu a spolupráci.

Farmářské trhy ve vybraném regionu: analýza ekonomické efektivity

Farmers markets in the selected region: Economic efficiency analysis

Souhrn

Ekonomická analýza efektivity farmářských trhů ve vybraném regionu je tématem diplomové práce, která se zabývá jak prodejci, tak zákazníky na farmářských trzích. Vybraným regionem je Karlovarský kraj, v němž se nachází jediné oficiální farmářské trhy, a to v krajském městě Karlovy Vary. Úvodní část diplomové práce je věnována historii farmářských tržišť obecně, právní úpravě a pravidly jejich organizace. Další část charakterizuje Karlovarský kraj a jeho ekonomické ukazatele. Praktická část byla vytvořena spolu s organizátory farmářských trhů v Karlových Varech. V ní je vymezen vznik, vývoj a současný trend jejich fungování. Analýza prodejců zkoumá rentability tržeb. Pro cenovou analýzu zvolila autorka komparace s konkurenty v podobě kamenných obchodů. Anketním šetřením byl proveden průzkum mezi nakupujícími zákazníky. Z něj vyplynuly vzorce nákupního chování a zároveň návrhy a doporučení na zefektivnění jejich organizace. Na základě těchto a dalších, které autorka vypožadovala, jsou jednotlivé návrhy specifikovány spolu s možnostmi jejich realizace. V závěru diplomové práce je shrnut její obsah a konstatováno, zda bylo cíle práce dosaženo.

Summary

Economic analysis of the effectiveness of farmers markets in the selected region is the topic of the thesis, which deals with both vendors and customers at farmers markets. The chosen region is Carlsbad region, which has the only official farmers' markets in the regional town Karlovy Vary. The introductory part of the thesis is devoted to the history of farming marketplaces, general law and the rules of their organization. Another part characterizes Carlsbad region and its economic indicators. The practical part was made together with the organizers of farmers markets in Carlsbad. In it is defined by the origin, evolution and current trend of their functioning. The analysis examines the vendors return

on sales. For the price analysis author chose the comparison with competitors in terms of physical stores. Investigation of a poll survey was conducted among shoppers customers. From it emerged shopping behavior as well as suggestions and recommendations to streamline their organizations. Based on these and other, which the author has observed, the individual proposals specified along with the possibilities of their implementation. In conclusion the thesis is summarized its content and stated that the objective has been achieved work.

Klíčová slova: farmářské trhy, Karlovarský kraj, analýza ekonomické efektivnosti, ekonomické ukazatele, kupní síla, analýza prodejců, rentabilita tržeb, cenové komparace, nákupní chování, SWOT analýza

Keywords: farmers markets, Carlsbad region, analysis of economic efficiency, economic indicators, purchasing power, analysis dealers, return on sales, price comparison, shopping behavior, SWOT analysis

Obsah

1	Úvod.....	9
2	Cíl práce a metodika	10
3	Historie a charakteristika farmářských trhů.....	11
3.1	Organizace farmářských trhů.....	11
3.1.2	Doporučený postup při organizaci farmářských trhů	12
3.2	Legislativa farmářských trhů	14
3.2.1	Kodex farmářských trhů	14
3.2.2	Hygienické normy.....	15
3.2.3	Asociace farmářských tržišť České republiky (AFT ČR).....	15
3.2.4	Konference farmářské trhy	16
3.2.5	Záštita ministerstev České republiky	16
4	Farmářské trhy v České republice	17
4.1	Oficiální farmářské trhy	17
4.2	Koncentrace farmářských trhů.....	17
5	Karlovarský kraj	20
5.1	Základní charakteristika Karlovarského kraje	20
5.1.2	Ekonomické ukazatele Karlovarského kraje.....	20
5.2	Podíl výdajů na potraviny v regionu Severozápad	24
5.2.1	Peněžní příjmy a peněžní výdaje v regionu Severozápad.....	24
5.3	Možnosti tvorby cen v Karlovarském kraji	24
6	Vznik a vývoj farmářských trhů v Karlových Varech.....	25
6.1	Farmářské trhy v Karlových Varech – základní údaje	26
6.2	Provoz farmářských trhů v Karlových Varech	27
6.3	Pozitivní externality pořádání farmářských tržišť v Karlových Varech.....	28
6.4	Základní statistika prodejců na farmářských trzích	28
6.4.1	Analýza ekonomické efektivnosti prodejců.....	31
6.4.2	Analýza rentability tržeb.....	42
6.4.3	Cenové komparace.....	42
6.4.4	Analýza nakupujících na farmářských trzích.....	44
6.4.5	Dotazníkové šetření	45
7	Návrhy a doporučení.....	61
7.1	SWOT analýza.....	61
7.2	Alternativní prostor pro pořádání farmářských trhů.....	62
7.3	Den a frekvence pořádání farmářských trhů.....	63
7.4	Možnosti distribučních míst.....	63
7.5	Další návrhy a doporučení	64
8	Závěr	65
9	Použité zdroje	67
10	Tabulky, obrázky a grafy	70
10. 1	Seznam tabulek	70
10.2	Seznam obrázků.....	71
10.3	Seznam grafů	71
11	Přílohy.....	72

1 Úvod

Tradice farmářských trhů v České republice je poměrně čerstvou záležitostí, která stále roste na oblibě. Lidé si více uvědomují, že zdravý životní styl je nezbytnou součástí plnohodnotného života. Uvědomují si také, že nákupem kvalitních a čerstvých potravin podporují regionální živnostníky, kteří jim o původu a složení výrobku mohou podat kompletní informace.

V běžných obchodních řetězcích je k dispozici převážně nabídka potravin z dovozu. Pro regionální farmáře je téměř nemožné do těchto sítí proniknout. Nabízí se tři možnosti, jak mohou svou produkci nabízet. První je tzv. prodej ze dvora, druhým pak prodej „bedýnek“ a třetí, v současné době nejlépe fungující, jsou farmářské trhy.

Pořádání farmářských trhů může skrývat jisté možnosti, ale i rezervy. Přestože o jejich pořádání je ze strany spotřebitelů zájem, může se vyskytnout hned několik překážek, ať už ekonomického či organizačního charakteru.

Například ve Středočeském kraji se farmářské trhy konají nepřetržitě v pravidelných intervalech, v ostatních krajích tomu tak není. Tato studie je zaměřena na Karlovarský kraj obecně a konkrétně pak na krajské město Karlovy Vary, kde mají farmářské trhy zatím největší intenzitu.

Ve studii je na problematiku farmářských trhů pohlíženo z pohledu prodejců, nakupujících a organizátorů. Prodejci jsou analyzováni z hlediska nákladů na provoz stánkového prodeje v Karlových Varech a výnosů, které jim tento prodej přináší. U nakupujících jsou poté zkoumány pohnutky a zájem, který je vede k nákupu potravin na farmářských trzích. Celý proces se pak neobejde bez samotných organizátorů a podpory města.

2 Cíl práce a metodika

Cílem diplomové práce je analýza ekonomické efektivity farmářských trhů ve vybraném regionu. Zvoleným regionem je Karlovarský kraj, ve kterém se nachází jediné oficiální farmářské trhy, a to v krajském městě Karlovy Vary.

Teoretická část bude zpracována na základě hledání dostupných informací, které se problematikou farmářských trhů zabývají. Data budou utříděna do jednotlivých kapitol a podkapitol, které diplomovou práci rozdělí na několik dílčích částí. Na základě sebraných dat a jejich následným utříděním, budou obecně vymezeny farmářské trhy - jejich historie, vznik, vývoj a současný trend. Charakteristika Karlovarského kraje a jeho ekonomických ukazatelů bude vypracována na základě studia a sběru dat, která jsou dostupná na webových stránkách Českého statistického úřadu.

Praktická část bude zpracována ve spolupráci s organizátory farmářských trhů v Karlových Varech. Sběr informací bude proveden na základě rozhovorů s nimi. Pro analýzu prodejců bude opět použita metoda osobního dotazování. Cílem dotazování bude zjistit, jaké náklady a výnosy pro prodejce z jejich účasti na farmářských trzích plynou. Na základě porovnání nákladů a výnosů bude odhadnut zisk plynoucí z jednoho prodeje. U vybraných prodejců bude provedena analýza tržeb pomocí jejich rentability. Průzkum mezi zákazníky na farmářských trzích bude proveden anonymním anketním šetřením mezi nakupujícími. Cílem šetření bude odhadnout pohnutky, které zákazníci k nákupu na farmářských trzích vedou. Na základě jejich subjektivních názorů budou zpracovány návrhy a doporučení, díky nimž bude možné z jejich pohledu trhy zefektivnit.

V závěru práce autorka pomocí SWOT analýzy zpracuje slabé a silné stránky, které z organizace farmářských trhů vyplývají. Dále určí hrozby a příležitosti, pro které navrhne jednotlivá řešení a doporučení. Závěrečným cílem bude zhodnocení, zda jsou farmářské trhy v Karlových Varech efektivní a zda byl cíl práce naplněn.

3 Historie a charakteristika farmářských trhů

Tržiště jako taková vznikala postupně s osidlováním měst. Byl to často jediný způsob, kterým mohli lidé v dřívějších dobách zboží prodávat a nakupovat. Byli ochotni cestovat stovky kilometrů, aby si zajistili zdroj obživy.

Současná digitalizovaná doba je o poznání rychlejší. Lidé nejsou ochotni a často ani z časových důvodů nemohou cestovat dlouhé vzdálenosti, aby si jídlo zajistili. Obchodníci proto vycházejí maximálně vstříc kladeným požadavkům. V jednom městě se tak nachází hned několik supermarketů různých obchodních řetězců, jež vzájemně vedou cenové války. Nízká cena nabízeného sortimentu je sice pro spotřebitele zajímavá, ale zboží bývá nekvalitní a rychle se kazící. Snahou obchodníků je zboží levně nakoupit a prodat za cenu, na které vydělají a která bude oproti konkurenci pro nakupující výhodnější. Na pultech je tak k vidění zelenina a ovoce ze zahraničí a exotických krajín. K zákazníkovi se tak dostává zboží, které dovozem ztrácí na kvalitě a chuti.

Zajímavostí je to, že se ze zahraničí dováží i běžné plodiny jako jsou brambory a jablka.

Tuzemští farmáři a občané, kteří mají zájem o kvalitní suroviny, tak společně přišli na jeden ze způsobů, jak českému zákazníkovi nabídnout českou produkci.

V jednoduchosti můžeme říci, že se jedná o návrat k tradici, tedy k tržnímu prodeji. Trhy se nazývají farmářské, sedlácké případně zemědělské.

Vznik farmářských tržišť se datuje k podzimu roku 2009, kdy se za podpory radnice Prahy 6 v tomto okrsku "Na kulaťáků" konaly vůbec první oficiální farmářské trhy. Přes obavy pořadatelů, které se nenaplnily, se farmářské trhy na tomto místě v sezóně konají pravidelných čtrnáctidenních intervalech. [15]

Byl to jeden z úspěšných pokusů, jak by trhy mohly vypadat a ve své podstatě fungovat.

3.1 Organizace farmářských trhů

Tímto se dostáváme k otázce, jakým způsobem lze farmářské trhy organizovat. Dodržování pravidel a zákonů je jen špičkou ledovce. Organizátor se musí umět přizpůsobit místním podmínkám, reagovat na překážky a disponovat schopnostmi pro vyjednávání s úřady. Důležité je také znát místní zvyklosti, povahu obyvatel a umět

odhadnout jejich ekonomické možnosti. Několik důležitých bodů lze shrnout do níže uvedeného postupu

3.1.2 Doporučený postup při organizaci farmářských trhů

1. Určení provozovatele,
2. nalezení vhodných prostor,
3. jednání s místními úřady,
4. zajištění prodejců,
5. administrativní/právní stránka věci,
6. sestavení tržního řádu,
7. konzultace s kontrolními úřady,
8. zajištění technického vybavení,
9. časový harmonogram,
10. informace veřejnosti – propagace.

Na jednotlivá doporučení lze samozřejmě nahlížet z několika možných způsobů. Abychom docílili pokud možno největších úspěchů, můžeme si je níže rozebrat podrobněji.

ad 1) Vhodné je oslovit místní úřady. Orgány sice nemusí mít zájem na vlastním provozu, ale mohou doporučit příspěvkové organizace či dobrovolná hnutí.

ad 2) Najít místo, které bude vyhovovat jak prodávajícím, tak nakupujícím. Pro prodejce je důležitá dopravní dostupnost, parkování a technické možnosti. Nakupující pak bude zajímat vzdálenost a dopravní obslužnost. Nabízí se náměstí, pěší zóny, případně otevřená prostranství v zelených a rekreačních zónách města. Povolení místního úřadu je naprostá nezbytnost.

ad 3) Předložení návrhu místní radnici. Rada/zastupitelstvo při svém jednání určí další postupy. Úředníky, kteří budou administrátory, právní přípravy apod. Právě radnice může být sponzorem akce – nabídnutí prostorů bez poplatků a nájemného, darování tržních stánků i s příslušenstvím a v nejlepším případě pak poskytnutí finanční dotace.

ad 4) Hledání prodejců – často nejtěžší úkol, který je vhodné vyřešit již v prvopočátku celé myšlenky. Při hledání opět může dopomoci úřad, různá sdružení, případně internet. Nejlepším a nejúčinnějším nástrojem je ovšem „přímluva“ jiného organizátora, který přesvědčí své prodejce, aby dali nově vznikajícím trhům šanci.

ad 5) Prodejce je nutné dobře prověřit. Na farmářských trzích zákazníci očekávají kvalitní, místní, případně originální produkty za rozumnou cenu. S prodejci je sepsána smlouva, kde se vymezí podmínky nabídky produktů, pravidelná účast prodejců a další podmínky tak, aby nebyla porušena celá koncepce.

ad 6) Tržní řád. Viditelně vyvěšená pravidla, ve kterých návštěvník nalezne provozní dobu, podmínky pro prodejce (zamezení překupníků), viditelná specifikace prodejních stánků (certifikáty, označení prodejce, místo původu potravin), dodržování hygienických a technických podmínek, vymezení parkovacích ploch, pravidla doprovodného kulturního programu a v neposlední řadě pak kontakt na provozovatele /správce tržiště.

ad 7) Komunikace s kontrolními úřady. Zajištění trhů po právní a hygienické stránce dopomohou konzultace se Státní veterinární správou, Českou obchodní inspekcí, Krajskou hygienickou správou, Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí a dalšími relevantními institucemi.

ad 8) Technické vybavení. Základem je vhodný prostor se stabilní půdou. Dále prodejní stánky, které by měly odpovídat charakteru akce – nejlépe dřevěné se stříškou, která skryje potraviny a pult před vlivy počasí. Přípojky na vodu a elektřinu, odpadní nádoby, toalety pro veřejnost, případně pódium pro kulturní programy.

ad 9) Harmonogram. Sezónnost – v době sklizně posílit, naopak útlum v době letních a zimních měsíců. Nejvíce osvědčené jsou víkendy, časně z rána až do vyprodání zásob. Vhodné je akci podpořit aktuálními tématy – Vánoce, Velikonoce, městské slavnosti apod.

ad 10) Dobře zorganizovaný farmářský trh již funguje sám o sobě a lidé sami vyhledávají termíny jeho konání. Pro začátek je však dobře připravená propagace nezbytná – sociální

sítě, webové stránky, místní periodika, rozhlasové stanice, letáky do schránek nebo do místních institucí (knihovny, lékařská střediska, zájmová střediska apod.) [19]

3.2 Legislativa farmářských trhů

Většina trhů ve větších městech již několik let úspěšně funguje, a proto bylo nutné připravit legislativu. V roce 2011 proto Ministerstvo zemědělství České republiky sestavilo farmářský kodex, který se organizátoři zavazují dodržovat. Došlo také k jednoznačné definici farmářských trhů a jejich věcnému obsahu.

3.2.1. Kodex farmářských trhů

Kodex farmářské (sedlácké, selské, zemědělské apod.) trhy definuje jako formu prodeje zemědělského a potravinářského zboží pro občanskou veřejnost, z nichž vycházejí následující dílčí cíle:

- podpora malých a středních zemědělských pěstitelů, chovatelů, zpracovatelů a výrobců potravin;
- zásobování občanů čerstvými zemědělskými plodinami a potravinami převážně českého a regionálního původu;
- vytvoření nového společenského prostoru, který vedle prodeje zemědělského zboží slouží k setkávání lidí, přiblížení městských obyvatel zemědělské sezóně a přírodním cyklům;
- oživit vybrané prostory měst a zlepšit jejich atmosféru.

Předmětem prodeje na Farmářských trzích může být pouze zboží, které tematicky odpovídá charakteru Farmářských trhů a vychází z české tradice, a to zejména z tradice pěstování plodin, chovu hospodářských zvířat a výroby potravinářských produktů.

Přesné znění kodexu je k dispozici všem uživatelům na internetových stránkách ministerstva zemědělství [13].

Další instituce, které upravují právní problematiku farmářských tržišť, jsou Státní zemědělská a potravinářská inspekce a Státní veterinární správa.

3.2.2 Hygienické normy

Státní veterinární správa sestavila „desatero“ pro chovatele, kteří prodávají produkty zvířat z vlastního chovu. V dokumentu jsou vymezeny hygienické normy a podmínky, které prodejci musí bezpodmínečně dodržovat. V místě prodeje příslušného kraje pak dozoruje Krajská veterinární správa (KVS). Základním předpokladem je, že konání trhů bylo obcí povoleno a KVS schválila provozovateli tržní řád (pokud nebyl vydán formou nařízení obce). Desatero v kompletním znění je dostupné portálu ministerstva zemědělství [14].

Úkolem zmíněných institucí je nejenom kontrola dodržování norem jakosti, ale i záštita nad organizátory a prodejci. Smyslem farmářských tržišť je nabídnout zákazníkům kvalitní tuzemsky vypěstované potraviny. Stoupající trend a obliba jejich pořádání přitahuje i prodejce, kteří nejsou zemědělci, ale tzv. překupníky. Překupníci nakupují produkci ve velkoskladech, často za nízké ceny, a pak se snaží výrobky co nejvýhodněji prodat za účelem vysokého zisku. Překupníci jsou nežádoucím jevem, který je třeba eliminovat, nejlépe zcela vymýtit. Na ochranu poctivých prodejců a organizátorů vznikají, pod záštitou zákonných institucí, vznikají asociace a pořádají se konference.

3.2.3 Asociace farmářských tržišť České republiky (AFT ČR)

Vznik asociace je jakousi reakcí na negativní vlivy, které se k farmářským trhům připojily. Jednak jsou to již zmínění překupníci, a jednak nešvar označovat každé trhy, kde je alespoň v nízkém procentu zajištěn prodej domácí produkce, jako farmářské. Asociace sdružuje pořadatele, kteří beze zbytku splňují normy a skutečně mohou své trhy nazývat trhy farmářskými. Členem se může stát takový pořadatel, který je právnickou osobou a kterému výkonný výbor AFT schválí podanou přihlášku. Ze členství vyplývají práva a povinnosti a společným cílem je udržování a zvyšování kvality farmářských tržišť v Čechách. V tuto chvíli jsou ve sdružení čtyři členové – Archetyp, o.s. s trhy Náplavka Jiřák, Praha 2, Envic, o.s. s plzeňskými farmářskými trhy, Trhni se, o.s. a jeho trhy

v Roudnici nad Labem a Farmářské trhy Karlovy Vary, které organizuje občanské sdružení Bludiště. Členové získávají nejnovější informace o změnách v legislativě, novinkách na trhu, o podvodných prodejcích a spoustu dalších užitečných informací. [8]

3.2.4 Konference farmářské trhy

Za podpory Ministerstva zemědělství České republiky bylo možné uspořádat konferenci, která je plně věnována tématice farmářských tržišť. Na jednotlivých tématech programu se podíleli členové asociace, pořadatelé, odborníci z řad zdravotnictví, pěstitelství, ale i univerzitní studenti a pedagogové. Konference slouží pořadatelům a organizátorům trhů jako poradní a informační orgán.

3.2.5 Záštitu ministerstev České republiky

V době postupného vzestupu vyhlásilo ministerstvo životního prostředí dotační program na podporu vzniku a pořádání farmářských trhů. Cílem byla podpora rozvoje malých českých výrobců a ze značky farmářských trhů vytvořit záruku kvality. V roce 2011 tak ministerstvo podpořilo 23 žadatele, mezi které rozdělilo grant ve výši třech milionů korun. [22]

Patron a zároveň katalyzátor. Tak by se dala popsat činnost Ministerstva zemědělství České republiky, které velkou měrou farmářské trhy a poctivé prodejce farmáře podporuje. Záštituje asociace, podporuje různá sdružení a podporuje konference. Upravuje legislativu a připravuje dotační programy – v tuto chvíli aktuálně schválený Program rozvoje venkova na období 2014-2020. [23]

4 Farmářské trhy v České republice

Říci s určitostí kolik farmářských trhů se v současnosti na našem území nachází, prakticky nelze. Jejich existenci není obtížné vysledovat ve větších městech, kde jejich organizaci provází větší mediální prezentace. Horší je to pak v menších obcích, kde sice farmáři mohou působit a svou produkci nabízet, ale o prodeji „na návsi“ nemusí informovat širokou veřejnost. Omylem většiny provozovatelů také bývá chybné označení jejich trhů a jarmarků. Nadneseně mohou jimi pořádané trhy a jarmarky označovat jako farmářské, a však charakterem tržišť nedostojí jejich definici.

4.1 Oficiální farmářské trhy

K získání povědomí o tom, kolik farmářských trhů se ve skutečnosti v České republice nachází, je nutné sledovat internetové portály, které se problematikou farmářských trhů zabývají. Pořadatelé, organizátoři a farmáři se na nich mohou sdružovat, registrovat se a sdílet své informace. K nalezení přibližného počtu oficiálních farmářských trhů autorka studovala webové portály [9, 10, 11, 12, 17, 18].

4.2 Koncentrace farmářských trhů

Na obrázku č. 1 je znázorněna mapa, kde jsou jednotlivé kraje barevně odlišeny podle počtu farmářských trhů, které v kraji oficiálně působí.

Největší koncentrace farmářských tržišť je nepřekvapivě ve Středočeském kraji a v Praze. Průměrně se vyznačují kraje, které jsou úrodnější anebo čerpají výhodu ze své větší rozlohy. Námi zkoumaný Karlovarský kraj patří k dalším pěti krajům, kde působí méně než 15 tržišť. Podle výše uvedených webových zdrojů zde oficiálně fungují jediné farmářské trhy a to v krajském městě Karlovy Vary.

Obr. č. 1: Koncentrace farmářských trhů v České republice



Zdroj: [16], vlastní zpracování

4.2.1 Faktory ovlivňující koncentraci farmářských trhů

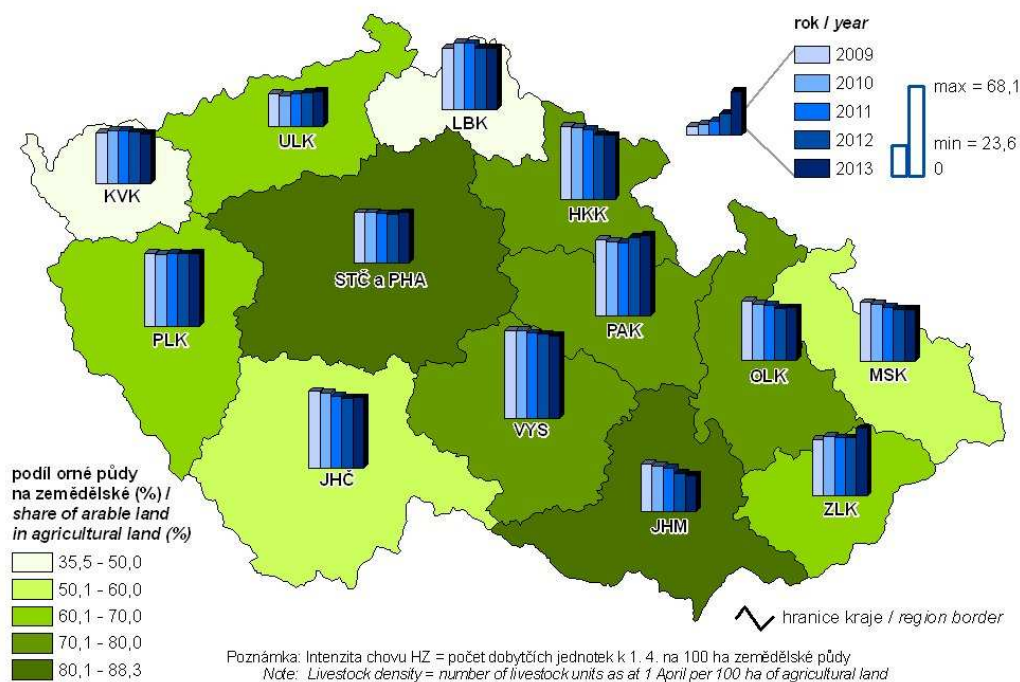
Faktorů, které zapříčiňují tuto skutečnost, může být hned několik. Podle tabulky č. 1 Karlovarský kraj je třetím nejmenším svou rozlohou v České republice. A je zároveň krajem, kde je nejmenší počet obyvatel. Obrázek č. 2 znázorňuje podíl orné pudy a intenzitu chovu během čtyř let. Zemědělské podmínky pro farmáře nejsou, díky půdě, vůbec příznivé. Převažují horské oblasti a podmínky pro chov zvířat jsou zastoupeny jen v malé míře.

Tab. č. 1: Charakteristiky krajů České republiky k 1. 1. 2014

Kraje	Rozloha v km ²	Počet obyvatel	Počet obyvatel krajského města	Hustota osídlení (obyv./km ²)
Hlavní město Praha	496,1	1 243 201	1 243 201	2 506
Středočeský kraj	11 015,7	1 302 336	1 234 201	118
Jihočeský kraj	10 056,6	636 707	93 253	63
Plzeňský kraj	7 561,0	573 469	168 034	76
Karlovarský kraj	3 314,3	300 309	49 864	91
Ústecký kraj	5 334,6	825 120	93 523	155
Liberecký kraj	3 163,5	438 609	102 301	139
Královéhradecký kraj	4 758,8	551 909	92 904	116
Pardubický kraj	4 518,9	515 985	89 432	114
Kraj Vysočina	6 795,7	510 209	50 510	75
Jihomoravský kraj	7 195,1	1 170 078	377 508	163
Olomoucký kraj	5 266,7	636 356	99 489	121
Zlínský kraj	3 963,0	586 299	75 278	148
Moravskoslezský kraj	5 427,1	1 221 832	295 653	225

Zdroj: citace z <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/karlovarsky-kraj/kraj/>

Obr. č. 2: Podíl orné půdy v roce 2012 a intenzita chovu hospodářských zvířat v letech 2009 - 2013



Zdroj: citace z http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/krajpubl/411011-13-r_2013-xk

5 Karlovarský kraj

Kraj, který se nachází na nejzápadnějším cípu České republiky je proslulý především lázeňstvím a turismem. Svou rozlohou a počtem obyvatel je třetím nejmenším v porovnání s ostatními kraji.

5.1 Základní charakteristika Karlovarského kraje

Rozloha: 3 314 km²

Počet obyvatel: 299 911 (k 31. 3. 2014)

Krajské město: Karlovy Vary

Počet obyvatel krajského města: 49 864 (k 1. 1. 2014)

Průměrná mzda: 21 182 Kč (k 1. čtvrtletí 2014)

Podíl nezaměstnaných osob (na obyvatelstvu ve věku 15-64 let): 8,18 % (k 31. 7. 2014)
[3,4,5]

5.1.2 Ekonomické ukazatele Karlovarského kraje

Každý pořadatel farmářských trhů musí vzít v úvahu ekonomické možnosti obyvatel v místě, kde trhy pořádá. Větší šanci na úspěch mají oblasti, kde je vysoká zaměstnanost a příjem obyvatel je alespoň na úrovni hrubé průměrné mzdy. Podle českého statistického úřadu činila průměrná hrubá nominální mzda v 1. čtvrtletí roku 2014 celkem 24.806,-Kč. V následující tabulce je porovnání krajů České republiky k 4. čtvrtletí roku 2013. [6]

Tab. č. 2: Počet obyvatel, hrubá mzda a nezaměstnanost k 10/2013

Kraj	Počet obyvatel	Hrubá mzda	Nezaměstnanost
Hlavní město Praha	1 246 176	32 345 Kč	5,12%
Jihočeský kraj	636 459	21 768 Kč	6,17%
Jihomoravský kraj	1 168 975	23 378 Kč	8,04%
Karlovarský kraj	301 075	20 850 Kč	8,76%
Kraj Vysočina (Jihlavský)	510 520	21 974 Kč	6,89%
Královéhradecký kraj	552 099	22 199 Kč	6,70%
Liberecký kraj	438 527	22 398 Kč	8,02%
Moravskoslezský kraj	1 224 044	22 531 Kč	9,82%
Olomoucký kraj	636 677	21 467 Kč	8,81%
Pardubický kraj	515 804	21 336 Kč	6,59%
Plzeňský kraj	572 859	23 105 Kč	6,02%
Středočeský kraj	1 297 044	24 599 Kč	6,51%
Ústecký kraj	826 037	22 172 Kč	11,14%
Zlínský kraj	586 626	20 894 Kč	7,56%

Zdroj: citace

http://ciselnik.artega.cz/kraje_pocet_obyvatel_hruba_mzda_nezamestnanost.php

Karlovarský kraj se vyznačuje nejnižším počtem obyvatel, nejnižší hrubou mzdou a patří ke krajům, kde nezaměstnanost přesahuje osm procent. Kupní síla obyvatelstva je v porovnání s ostatními kraji nejnižší v republice. Analytici zdůvodňují slabší kupní sílu blízkostí k Německu. Kdy se ceny potravin přibližují cenám v zahraničí, ale platy se jim nerovnají. Následující tabulka ukazuje, kolik potravin nakoupí obyvatelé Karlovarského kraje z průměrné mzdy.

Tab. č. 3: Nákup potravin v kg – srovnání KVK s ČR

Položka	Karlovarský kraj	Průměr ČR
Hovězí maso zadní bez kosti	104 kg	127 kg
Polotučné mléko	1070 litrů	1293 litrů
Eidam cihla	135 kg	161 kg
Vejce	7420 ks	8940 ks
Máslo	133 kg	161 kg
Hladká mouka	1808 kg	2099 kg
Rýže	691 kg	764 kg
Chléb	974 kg	1149 kg
Brambory	1310 kg	1509 kg
Pomeranče	781 kg	955 kg
Banány	646 kg	807 kg
Jablka	750 kg	854 kg
Rajčata	514 kg	580 kg
Mrkev	1497 kg	1647 kg
Cukr krystal	913 kg	1105 kg

Zdroj: citace z <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/porovnaní-kupní-síla-kraje-cr-kolik-jidla-koupíte-z-vyplaty/r~8874689a288311e49669002590604f2e/>

Je zřejmé, že obyvatelé Karlovarského kraje při celorepublikovém průměru značně pokulhávají ve svých možnostech při nákupu potravin. Předpokladem je, že budou dávat přednost nákupu potravin, které si mohou ze svého měsíčního rozpočtu dovolit. Z pohledu analýzy nakupujících bude autorka v praktické části zkoumat, zda jsou potraviny prodávané na farmářských trzích pro obyvatele cenově dostupné.

Další tabulka představuje základní položky potravin a kraje, pro které jsou tyto položky nejdražší.

Tab. č. 4: Základní druhy potravin – srovnání krajů při jejich nákupu

Položka	Kraj	Množství	Průměr
Hovězí maso zadní bez kosti	Karlovarský	104 kg	127 kg
Polotučné mléko	Karlovarský	1070 litrů	1293 litrů
Eidam cihla	Karlovarský	135 kg	161 kg
Vejte	Vysočina	7010 ks	8940 ks
Máslo	Karlovarský	133 kg	161 kg
Hladká mouka	Vysočina	1783 kg	2099 kg
Rýže	Olomoucký	611 kg	764 kg
Chléb	Královéhradecký	961 kg	1149 kg
Brambory	Vysočina	1281 kg	1509 kg
Pomeranče	Vysočina	775 kg	955 kg
Banány	Vysočina	631 kg	807 kg
Jablka	Olomoucký	691 kg	854 kg
Rajčata	Vysočina	461 kg	580 kg
Mrkev	Plzeňský	1338 kg	1647 kg
Cukr krystal	Královéhradecký	911 kg	1105 kg

Zdroj: citace z <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/porovnaní-kupní-síla-kraju-cr-kolik-jidla-koupíte-z-vyplaty/r~8874689a288311e49669002590604f2e/>

Pro Karlovarský kraj a jeho obyvatele je nejdražší nákup hovězího masa, mléka, sýru a másla. Prodejci, kteří budou nabízet svou produkci na farmářských trzích v Karlovarském kraji, by tento fakt měli vzít v úvahu a přizpůsobit situaci své ceny.

Pokud prodejci budou mít snahu prodávat zboží v kraji za ceny, za které je nabízí v ostatních krajích České republiky, pak může být ze strany obyvatel snížený zájem o jeho koupi. Přestože mohou argumentovat vyšší kvalitou svých potravin, rozpočet nakupujících má svá omezení.

5.2 Podíl výdajů na potraviny v regionu Severozápad

Region soudržnosti (NUTS 2) sleduje statistiky rodinných účtů vybraných domácností pro jednotlivé regiony. Příloha č. 2 znázorňuje příjmy a výdaje pro jednotlivé domácnosti. [7]

5.2.1 Peněžní příjmy a peněžní výdaje v regionu Severozápad

Hrubé peněžní příjmy pro region Severozápad jsou ve výši 172 626 Kč za rok (průměr na osobu) a čisté peněžní příjmy ve výši 153 642 Kč za rok (průměr na osobu). Hrubá peněžní vydání jsou ve výši 160 795 Kč a čisté peněžní výdaje průměrně na osobu za rok jsou ve výši 141 811. Z čistých peněžních vydání je celkem 30 961 Kč na kategorii potraviny, nápoje a veřejné stravování.

V druhé tabulce jsou spotřební výdaje na potraviny rozepsány detailněji. Čistá peněžní vydání na potraviny jsou ve výši 22 484,- Kč průměrně na osobu za rok. Z osmi regionů je tak region Severozápad na čtvrtém místě. V procentuálním vyjádření výdaje na potraviny tvoří 19,7 %. To je po výdajích na bydlení druhou největší položkou ve výdajích. [7]

5.3 Možnosti tvorby cen v Karlovarském kraji

Prvním vodítkem pro analýzu prodejců na farmářských trzích v Karlovarském kraji, resp. v Karlových Varech, jsou ekonomické ukazatele. Je zřejmé, že při tvorbě cen své produkce budou limitováni možnostmi a kupní silou obyvatel kraje. Nabídnou-li své výrobky za ceny, které nabízejí v jiných krajích, pak budou mít menší prodeje a nižší zisky. Paradoxně jsou výrobci také obyvateli Karlovarského kraje, a proto patří k těm, jejichž příjmy jsou nižší. Budou se tedy snažit svou produkci prodávat za vyšší ceny, ovšem za hranicemi zkoumaného kraje.

6 Vznik a vývoj farmářských trhů v Karlových Varech

Prvním impulsem k pořádání farmářských tržišť byl zájem obyvatel, kteří je již navštívili ve větších městech – Plzeň, Praha. Magistrát města reagoval na požadavky občanů a začal hledat způsoby, jak pořádat farmářské trhy i v Karlových Varech. Prvním úkolem bylo vyřešit stránku finanční, administrativní a vybrat vhodného organizátora.

V roce 2011 Ministerstvo životního prostředí České republiky dalo příležitost všem, kteří měli zájem právě o pořádání tržišť ve svém městě. Tehdejší ministr podepsal rozhodnutí o dotaci pro první 23 žadatele o grant z fondu ministerstva na podporu vzniku a pořádání farmářských trhů. Snahou ministerstva bylo také zjednodušit celý administrativní proces, aby pořadatelé měli možnost rychle jednat a nebyli zatěžováni nadměrnou byrokracií. Ministerstvo tak naplnilo svůj cíl, kterým byla podpora rozvoje malých českých výrobců a farmářské trhy zaštitovat puncem kvality. [22]

Karlovy Vary byly mezi úspěšnými žadateli společně s městem Loket. V Lokti bylo pořádání trhů, po prvních neúspěších, z ekonomických důvodů zrušeno. Naproti tomu v Karlových Varech fungují farmářské trhy od roku 2011 až do současnosti. Magistrát města oslovil pro spolupráci společnost KV CITY CENTRUM, s. r. o, jejímž společníkem je město Karlovy Vary. Uvedená společnost spravuje pro město Karlovy Vary volnočasové areály a aktivity s ním související. KV CITY CENTRUM, s. r. o. pak ke spolupráci oslovila občanské sdružení Bludiště. Právě jeho zakladatelka a předsedkyně paní Božena Turoňová se projektu ujala. [20, 21]

Sběr informací a zkušeností probíhal v podobě návštěv farmářských tržišť v Praze a v Plzni. Cílevědomou a úzkou spoluprací pak byli farmáři na těchto trzích přesvědčováni, aby svou vypěstovanou produkci nabízeli i v Karlových Varech. Formální a právní zkušenosti organizátorka čerpala na konferencích farmářských tržišť v Praze, spoluprací s Asociací farmářských tržišť a z bulletinů. První trhy se pořádaly v blízkosti krajského úřadu, kde je sice dobrá dopravní dostupnost, ale nachází se mimo centrum města. Organizace a pečlivost brzy přinesly své ovoce a na trhy začali přijíždět i farmáři, kteří pak Karlovy Vary doporučili dalším poctivým prodejcům kvalitních výrobků. Medializace tak nabrala na síle a snahou bylo trhy přemístit na dostupnější místo v centru města.

6.1 Farmářské trhy v Karlových Varech – základní údaje

Díky pečlivému přístupu a snaze se farmářské trhy v Karlových Varech ustálili na určité úrovni. Obyvatelé si na ně zvykli a poměrně dobře se orientují v jejich konání. Následující data byla zpracována na základě rozhovoru s pořadatelkou farmářských trhů.

Termíny konání: březen – prosinec

Periodicita: 1 x za měsíc

Den konání: pátek, který připadá na druhou polovinu měsíce

Provozní doba: 10:00 – 18:00 hod. nebo do vyprodání zásob

Počet farmářů: 20 – 25

Místo pořádání: prostor před Městskou tržnicí (místní označení pro terminál městské dopravy)

Pořadatelé: KV CITY CENTRUM, s. r. o. a Statutární město Karlovy Vary

Kontaktní osoba a organizátorka: paní Božena Turoňová

Člen asociace farmářských tržišť [8]

Z organizačního hlediska je nejrizikovějším faktorem pořadatel. Vzhledem k tomu, že pořadatelem je samo město a jím sponzorovaná společnost, může se stát, že se změní preference představitelů města a nebudou mít nadále zájem na provozování farmářských trhů. Pak by se nabízela varianta nabídnout tuto činnost soukromému subjektu, kde by ovšem vyvstalo riziko komercializace trhů a potlačení jejich základní definice za účelem dosahování zisku.

Obr. č. 3: Mapa Karlových Varů



Zdroj: Informační centrum Karlovy Vary

6.2 Provoz farmářských trhů v Karlových Varech

Jak bylo uvedeno v podkapitole 5.1.2, Karlovarský kraj patří ke krajům s nejnižším počtem obyvatel, nejnižší hrubou mzdou a patří ke krajům, který se potýká s vysokou nezaměstnaností. Obyvatelé zde tak mají menší kupní sílu. Farmářské trhy a jejich pořádání se musí těmto faktorům přizpůsobovat. Termín jejich pořádání je volen do druhé poloviny měsíce s ohledem na výplatní termín obyvatel. Periodicita jednou za měsíc je ze zkušenosti volena právě ze stejného důvodu. Pokud by se pořádali častěji, například dvakrát do měsíce, prodejci by pak při jednom z termínů měli nižší tržby a sami by zareagovali tak, že by jezdili jednou za měsíc. Pátek je zvolen z praktického důvodu – o sobotách a nedělích jezdí prodejci na farmářské trhy do větších měst, kde je pro ně výdělek cenově zajímavější. Z tohoto pohledu pak vidíme překážku pro nakupující, kteří jsou v čase pořádání v práci a v odpoledních hodinách již nemají velkého výběru potravin, protože většina farmářů svou produkci vyprodá již během poledne. Řešením je pak, aby farmáři sebou vozili více zásob a mohli tak uspokojit i poptávku v odpoledních hodinách. Naším úkolem je zjistit, zda je to pro ně finančně

zajímavé. Při zkoumání rentability tržeb budeme odhadovat náklady, které s sebou prodejci nesou a tržby, při kterých dosahují zisku.

6.3 Pozitivní externality pořádání farmářských tržišť v Karlových Varech

Se stoupající oblibou farmářských trhů se lidé více začali zajímat o doprovodné akce s trhy souvisejícími. Občanské sdružení Bludiště, jehož zakladatelka je zároveň organizátorkou trhů, reaguje na tento zájem pořádáním seminářů a přednášek pro veřejnost, ale i pro základní a střední školy. Zapojuje se do projektů, které mají za cíl zdravý životní styl, ale i povědomí o městě Karlovy Vary především jako o městě lázeňském. Právě statut lázeňského města umocňuje význam péče o zdraví. V Karlových Varech se léčí nemoci zaživačích ústrojí a pohybového aparátu. Většina návštěvníků zde absolvuje právě redukční program, při kterém se učí správně stravovat a jak nejlépe začít než volbou kvalitních potravin. Farmářské trhy jsou tak přínosem i pro turisty, kteří se mohou seznámit s tradičními českými výrobky a nakoupit kvalitní potraviny.

6.4 Základní statistika prodejců na farmářských trzích

Při analýze prodejců se autorka zaměřila na jednotlivé ukazatele tak, aby bylo zohledněno hledisko definice farmářských tržišť. Prvním kritériem bylo, zda prodejce pochází přímo z regionu, resp. Karlovarského kraje. Dalším faktorem je, zda u produkce, kterou nabízí je skutečně prvovýrobcem. A posledními zkoumanými jevy bylo, zda trhy v Karlových Varech navštěvují pravidelně a zda jezdí nabízet svou produkci na jiné farmářské trhy v České republice. V poznámce autorka zmiňuje své poznatky, které během výzkumu zaznamenala.

Výzkum byl veden formou místního šetření během farmářských trhů. Metodikou bylo pozorování a rozhovory s prodejci a organizátorem.

Tab. č. 5: Základní statistika prodejců na farmářských trzích v KV

Pořadí	Prodejce	Prodej	Pravidelnost	Jiné trhy	Pozn.
1.	Zephyr Františkovy Lázně, s.r.o.	čerstvá chlazená drůbež	ano	Praha	
2.	Jiří Hlinka, Poděbrady	Staročeská kuchyně a farmář.speciality	ano	Praha	vysoká návštěvnost zákazníků
3.	Luděk Procházka, Travčice	sezónní ovoce a zelenina, sazenice	ano	ne	
4.	Pavel Černický, Toužim	Med a výrobky z něj	ano	ne	prodej ze dvora
5.	Zahradnictví Olga Chobotová, Podbořany	květiny, výpěstky, sazenice	ano	Podbořany, Kadaň	
6.	Zelená lékárna ze severních Čech	přírodní kosmetika	ano	Chomutov	podnikové prodejny
7.	KM-GROUP s.r.o., Slavětín	sezónní zelenina a ovoce	ne	nelze určit	bez dalších informací
8.	Doupovský med	med a výrobky z něj	ano	ne	prodej ze dvora
9.	Severofrukt Travčice a.s.	výroba ovocných koncentrátů	ano	Chomutov	podniková prodejna na severu Čech
10.	Maďarské pochoutky, Brno	uzeniny	ne	ano, větší města v ČR	na trhu jako host
11.	pan Ševčík, Kyselka	med	ano	Chomutov, Kadaň, Klášterec nad Ohří	prodej ze dvora
12.	Zelenina z Loun	především česnek, okrajově sezónní zelenina	ano	všechny trhy v severních Čechách	prodej ze dvora, pro neúspěch ukončili „bedýnkový“ prodej
13.	Ing. Zdeněk Perlinger, Regionální potraviny	výrobky s označením Regionální potravina kraje	ano	trhy, slavnosti v Karlovarském kraji	
14.	Karlovarská pekárna TREND, s.r.o.	pečivo, zákusky, koláče	ano	trhy a jarmarky v Karlovarském kraji	v kraji několik podnikových prodejen

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. č. 6: Základní statistika prodejců na farmářských trzích v KV (pokračování z předchozí strany)

Pořadí	Prodejce	Prodej	Pravidelnost	Jiné trhy	Pozn.
15.	Třeboňský kapr a.s. + Blatenská ryba spol. s r.o.	všechny druhy sladkovodních ryb	ne	větší města po republice	nechtějí jezdit pravidelně, prodej se jim nevyplatí
16.	Jaromír Šnajdr, Volduchy	uzeniny a masné zavařeniny	ne	nelze určit	vysledována vysoká návštěvnost
17.	Bylinné směsi Zdislava, Žatec	bylinné léčivé směsi a čaje	ano	severní Čechy	provázanost s lázněmi v KV
18.	Manufakturní výrobky p. o.	trika, šátky	ne	nelze určit	není prvovýrobce
19.	občanská sdružení	manufaktura, svíčka	ne	nelze určit	není prvovýrobce
20.	Zahradnictví Valinová, Budyně nad Ohří	rostliny pro balkon, terasu i zahradu	ano	ne	
21.	Eva Pachmannová, Most	hlíva ústříčná, šitaké, žampiony, lišky	ano	severní Čechy	+ výroba domácích těstovin
22.	Farma Monika, Otrokovice	sezónní ovoce a zelenina	ano	větší města po republice	
23.	Březovská pekárnička	pečivo, zákusky, koláče	ano	ne	
24.	Řeznictví a uzenářství Roman Jelen, Cheb	uzeniny	ano	Praha	držitel značky Regionální potraviny
25.	Pastelákovi, Karlovy Vary	knedlíky	ano	ne	Provozují hostinskou činnost
26.	Mlékárna Kopecký, s.r.o., Chotusice	mléko a mléčné výrobky	ne	nelze určit	
27.	Sýrárna ryžovna, Abertamy	mléko a mléčné výrobky	ano	ne	podniková prodejna v Abertamech
28.	Statek Bor	mléko a mléčné výrobky	ano	ne	

Zdroj: vlastní zpracování

Díky tomu, že se farmářské trhy v Karlových Varech konají vždy v pátek, jezdí většina prodejců pravidelně. K návštěvě větších měst využívají víkendů. Převážná většina prodejců zeleniny a ovoce pochází z Ústeckého kraje a jsou prvovýrobci. Prodejci medů jsou z Karlovarského kraje a mimo farmářské trhy nabízejí svou produkci formou prodeje ze dvora. Prodejci pečiva a zákusků jsou také z regionu a většinou provozují i podnikové prodejny. Uzenářské a masné výrobky patří z pohledu návštěvnosti zákazníků k oblíbeným. Pouze několik málo prodejců navštěvují trhy ve větších městech, zejména pak v Praze. Prodejci sami zmiňují, že lukrativnější jsou pro ně prodeje ve větších městech. Do Karlových Varů jezdí díky dobře fungující spolupráci s organizátory. Z hlediska frekvence konání trhů uvažují, že měsíční interval je dostačující. Spíše se přiklání k názoru, že častěji by jezdit nechtěli, neboť se obávají nižších tržeb.

6.4.1 Analýza ekonomické efektivity prodejců

K ekonomické analýze byl vybrán vzorek prodejců tak, aby byly zastoupeny všechny významné kategorie prodávaného zboží – ovoce a zelenina, maso a uzeniny, mléko a mléčné výrobky, pečivo, med a výrobky z něj a houby, které jsou na farmářských trzích zákazníky žádané. Autorka analyzovala prodejce, kteří byli alespoň v hrubém odhadu ochotni poskytnout ekonomické údaje o svých prodejkách a kteří patří k pravidelným a velikostí své produkce úspěšným prodejcům. Prodejci jsou označeni písmeny tak, aby nebyla narušena jejich prodejní integrita.

I. kategorie: Ovoce a zelenina

Tab. č. 6: Výpočet zisku u prodejce A

Prodejce A			
Kraj: Ústecký		Vzdálenost v km: 121 km	
Město: Travčice		Spotřeba vozu: 7,5 l/100 km	
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
brambory	kg	15,90 Kč	8,70 Kč
rajčata	kg	12,50 Kč	7,60 Kč
mrkev	kg	18,50 Kč	9,50 Kč
květák	ks	26,90 Kč	17,20 Kč
cibule žlutá	kg	13,90 Kč	6,90 Kč
petržel	kg	38,90 Kč	27,30 Kč
Náklady	pronájem plochy		200,00 Kč
	výrobní náklady		5 277,00 Kč
	doprava		655,22 Kč
Celkem			6 132,22 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	brambory	150 kg	2 385,00 Kč
	rajčata	50 kg	625,00 Kč
	mrkev	100 kg	1 850,00 Kč
	cibule žlutá	100 kg	1 390,00 Kč
	květák	50 ks	1 345,00 Kč
	petržel	40 kg	1 556,00 Kč
Celkem			7 806,00 Kč
Zisk			1 673,79 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Nejvíce ziskovou položkou u prodejce A jsou brambory, které si zákazníci navykli odebírat ve větším množství. Množství přivezeného zboží volí podle sezónnosti, a však nabízí jej úměrně tomu, aby nevyčerpal své zásoby a mohl uspokojit poptávku i na dalších trzích. Jeho zisk je průměrný, zvýšit by jej mohl větším množstvím prodaného zboží.

Tab. č. 7: Výpočet zisku u prodejce B

Prodejce B			
Kraj:		Ústecký	Vzdálenost v km: 97 km
Město:		Slavětín	Spotřeba vozu: 7,5 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
brambory	kg	12,90 Kč	7,60 Kč
mrkev	kg	15,50 Kč	9,30 Kč
cibule jarní svazek	ks	7,90 Kč	6,10 Kč
zelí bílé	kg	15,00 Kč	8,50 Kč
cibule žlutá	kg	9,90 Kč	5,90 Kč
Náklady	pronájem stánku		120,00 Kč
	výrobní náklady		3 816,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		525,26 Kč
Celkem			4 461,26 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	brambory	150 kg	1 935,00 Kč
	mrkev	80 kg	1 240,00 Kč
	cibule jarní svazek	100 ks	790,00 Kč
	zelí bílé	100 kg	1 500,00 Kč
	cibule žlutá	80 kg	792,00 Kč
Celkem			6 257,00 Kč
Zisk			1 795,74 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

U prodejce B jsou také nejziskovější položkou brambory. Oproti prvnímu prodejci nabízí i bílé zelí a cibuli svazkovou. Díky pravidelným zákazníkům je také chopen odhadnout množství produkce, kterou má do Karlových Varů přivézt, aby měl jistotu, že své zboží skutečně prodá. Jeho zisk je vyšší oproti prvnímu prodejci a z jeho pohledu vyhovující.

Tab. č. 8: Výpočet zisku u prodejce C

Prodejce C			
Kraj: Ústecký		Vzdálenost v km: 88 km	
Město: Louny		Spotřeba vozu: 7,5 l/100 km	
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
česnek český	kg	149,90 Kč	97,50 Kč
brambory	kg	14,90 Kč	9,90 Kč
cibule žlutá	kg	11,50 Kč	6,10 Kč
mrkev	kg	12,90 Kč	790,00 Kč
Náklady	pronájem plochy		200,00 Kč
	výrobní náklady		4 457,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		476,52 Kč
Celkem			5 133,52 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	česnek český	30 kg	4 497,00 Kč
	brambory	100 kg	1 490,00 Kč
	cibule žlutá	50 kg	575,00 Kč
	mrkev	30 kg	387,00 Kč
Celkem			6 949,00 Kč
Zisk			1 815,48 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Prodejce C je specializován na český česnek. Na přání zákazníků přidal i další plodiny jako jsou brambory, cibule žlutá a mrkev. Velké množství česneku nabízí především pravidelným odběratelům, kteří se jím zásobují. Velkoodběratelů ovšem není tolik, aby prodali všechny své zásoby česneku. Nabízí jej na dalších trzích a také prodejem ze dvora. S vyšší svého výdělku spokojený není a nízké prodeje přisuzuje finančním možnostem místních zákazníků.

II. kategorie: Maso a uzeniny

Tab. č. 9: Výpočet zisku u prodejce D

Prodejce D			
Kraj:	Karlovarský	Vzdálenost v km:	49 km
Město:	Františkovy Lázně	Spotřeba vozu:	8,9 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
chlazené kuře	kg	73,00 Kč	52,90 Kč
chlazená krůta	kg	76,00 Kč	55,20 Kč
chlazená kachna	kg	73,00 Kč	54,00 Kč
Náklady	pronájem plochy		600,00 Kč
	výrobní náklady		5 921,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		314,86 Kč
Celkem			6 835,86 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	chlazené kuře	60 kg	4 380,00 Kč
	chlazená krůta	50 kg	3 800,00 Kč
	chlazená kachna	30 kg	2 190,00 Kč
Celkem			10 370,00 Kč
Zisk			3 534,14 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

U prodejce D se už v zisku dostáváme přes 3 tisíce korun. Je zároveň často jediným prodejcem, který nabízí chlazenou drůbež, a proto nemá konkurenci. Množství přivezeného zboží volí podle předešlých prodejů.

Tab. č. 10: Výpočet zisku u prodejce E

Prodejce E			
Kraj:	Karlovarský	Vzdálenost v km:	44 km
Město:	Cheb	Spotřeba vozu:	8,9 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
Chebský kabanos	kg	160,00 Kč	107,80 Kč
Ořechový salám	kg	180,00 Kč	138,50 Kč
Jelení klobása	kg	220,00 Kč	158,60 Kč
jitrnice	kg	150,00 Kč	97,60 Kč
párky	kg	146,00 Kč	75,40 Kč
Náklady	pronájem plochy		600,00 Kč
	výrobní náklady		3 655,09 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		282,74 Kč
Celkem			4 537,83 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	Chebský kabanos	5,7 kg	912,00 Kč
	Ořechový salám	3,1 kg	558,00 Kč
	Jelení klobása	2,5 kg	550,00 Kč
	jitrnice	10,1 kg	1 515,00 Kč
	párky	16,3 kg	2 379,80 Kč
Celkem			5 914,80 Kč
Zisk			1 376,97 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Jediný prodejce uzenin, který pochází z Karlovarského kraje. Nižší výdělek je způsoben vyšší konkurencí. O uzeniny je mezi zákazníky velký zájem, ale stačí dva nebo tři další prodejci a poptávka se mezi ně rozptýlí.

III. kategorie: Mléko a mléčné výrobky

Tab. č. 11: Výpočet zisku u prodejce F

Prodejce F			
Kraj:	Středočeský	Vzdálenost v km:	224 km
Město:	Chotusice	Spotřeba vozu:	5,5 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
kravské mléko	litr	20,00 Kč	11,00 Kč
kozí mléko	litr	35,00 Kč	15,00 Kč
čerstvý kozí sýr	gram	32 Kč/100 g	22 Kč/100 g
čerstvý kravský sýr	gram	28 Kč/100 g	20 Kč/100 g
kozí kefír	litr	40,00 Kč	30,00 Kč
Náklady	pronájem stanu		230,00 Kč
	výrobní náklady		4 850,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		889,50 Kč
Celkem			5 969,50 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	kravské mléko	100 l	2 000,00 Kč
	kozí mléko	50 l	1 750,00 Kč
	čerstvý kozí sýr	50 x 100 g	1 600,00 Kč
	čerstvý kravský sýr	50 x 100 g	1 400,00 Kč
	kozí kefír	30 l	1 200,00 Kč
Celkem			7 950,00 Kč
Zisk			1 980,50 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Prodejce mléka a mléčných výrobků volí množství své nabídky s ohledem na Karlovarský kraj a kazivost svých potravin. Na trhy se většinou podaří zajistit jen jednoho prodejce mléčných výrobků, a proto není konkurence veliká. Prodejce je ze Středočeského kraje a za výše uvedený zisk se mu vyplatí do Karlových Varů jezdit.

Tab. č. 12: Výpočet zisku u prodejce G

Prodejce G			
Kraj:	Karlovarský	Vzdálenost v km:	7,3 km
Město:	Bor - část obce Sadov	Spotřeba vozu:	5,5 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
čerstvé mléko	litr	15,00 Kč	9,10 Kč
jogurt bílý	ks	20,00 Kč	11,50 Kč
jogurt ovocný	ks	25,00 Kč	13,80 Kč
čerstvý sýr	gram	17,40 Kč/100 g	8,50 Kč/100 g
vejce	ks	3,50 Kč	1,70 Kč
tvaroh	gram	9,5 Kč/110 g	3,90/110 g
Náklady	pronájem stanu		230,00 Kč
	výrobní náklady		4 116,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		28,99 Kč
Celkem			4 374,99 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	čerstvé mléko	100 l	1 500,00 Kč
	jogurt bílý	50 ks	1 000,00 Kč
	jogurt ovocný	50 ks	1 250,00 Kč
	čerstvý sýr	3000 g	522,00 Kč
	vejce	900 ks	3 150,00 Kč
	tvaroh	4400 g	380,00 Kč
Celkem			7 802,00 Kč
Zisk			3 427,01 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Další prodejce mléčných výrobků má zisk vyšší než tři tisíce korun. Je z Karlovarského kraje, resp. přímo z části obce Karlových Varů. Nízké náklady na dopravu a snadná přeprava a dostupnost zboží je pro něj oproti předešlému prodejci výhodou. V Karlových Varech má pravidelnou klientelu a své výrobky prodává i do menších obchodů, které farmářské potraviny prodávají.

IV. kategorie: Pečivo

Tab. č. 13: Výpočet zisku u prodejce H

Prodejce H			
Kraj:	Karlovarský	Vzdálenost v km:	1,2
Město:	Karlovy Vary	Spotřeba vozu:	7,5 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
Pivovarský chléb Chyše	ks	31,90 Kč	16,90 Kč
Chléb doktor vícezrnny	ks	34,90 Kč	19,90 Kč
Kváskový chléb	ks	27,80 Kč	12,20 Kč
koláč velký	ks	24,50 Kč	17,50 Kč
koláč malý	ks	12,50 Kč	7,50 Kč
Náklady	pronájem plochy		400,00 Kč
	výrobní náklady		3 425,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		6,50 Kč
Celkem			3 831,50 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	Pivovarský chléb Chyše	50 ks	1 595,00 Kč
	Chléb doktor vícezrnny	50 ks	1 745,00 Kč
	Kváskový chléb	50 ks	1 390,00 Kč
	koláč velký	30 ks	735,00 Kč
	koláč malý	60 ks	750,00 Kč
Celkem			6 215,00 Kč
Zisk			2 383,50 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Další místní prodejce, tentokrát pečiva. Po Karlovarském kraji má několik podnikových prodejen se stálým provozem. Na trzích nabízí osvědčené množství zboží a pečivo se vždy vyprodá.

V. kategorie: Houby

Tab. č. 14: Výpočet zisku u prodejce I

Prodejce I			
Kraj:	Ústecký	Vzdálenost v km:	421 km
Město:	Most	Spotřeba vozu:	5,5 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
žampiony	kg	68,00 Kč	24,90 Kč
hlíva ústříčná	kg	120,00 Kč	79,00 Kč
hlíva královská	kg	350,00 Kč	280,00 Kč
schitaké	kg	350,00 Kč	280,00 Kč
lišky	kg	340,00 Kč	160,00 Kč
Náklady	pronájem stánku		230,00 Kč
	výrobní náklady		4 677,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		305,77 Kč
Celkem			5 212,77 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	žampiony	5 kg	340,00 Kč
	hlíva ústříčná	7,5 kg	900,00 Kč
	hlíva královská	6 kg	2 100,00 Kč
	schitaké	5 kg	1 750,00 Kč
	lišky	5,5 kg	1 870,00 Kč
Celkem			6 960,00 Kč
Zisk			1 747,23 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Jediný prodejce hub na farmářských trzích v Karlových Varech, kde má stálou klientelu. Prodává i na jiných trzích v Karlovarském kraji, a proto je limitován množstvím, které může do Karlových Varů přivézt. S výdělkem je i tak spokojen.

VI. kategorie: Med

Tab. č. 15: Výpočet zisku u prodejce J

Prodejce J			
Kraj:	Karlovarský	Vzdálenost v km:	59 km
Město:	Doupov	Spotřeba vozu:	3,4 l/100 km
Produkce	Měrná jednotka	Prodejní cena	Výrobní cena
med květový	kg	130,00 Kč	119,90 Kč
med smíšený	kg	130,00 Kč	109,90 Kč
med medovicový	kg	140,00 Kč	119,90 Kč
med pastový	kg	140,00 Kč	120,50 Kč
Náklady	pronájem stánku		120,00 Kč
	výrobní náklady		9 407,00 Kč
	doprava (36,1 Kč/litr)		148,44 Kč
Celkem			9 675,44 Kč
Výnosy	Produkce	Prodané množství	Tržba
	med květový	20 kg	2 600,00 Kč
	med smíšený	20 kg	2 600,00 Kč
	med medovicový	15 kg	2 100,00 Kč
	med pastový	25 kg	3 500,00 Kč
Celkem			10 800,00 Kč
Zisk			1 124,56 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Prodejci medu bývají na farmářských trzích až tři. To znamená vyšší konkurenci. Všichni jsou z kraje a ceny medu se liší jen v korunách. Všichni na trhy vozí omezené množství zboží podle poptávek zákazníků a předešlých prodejů. Všichni nabízejí zároveň prodej ze dvora a jinde než v Karlovarském kraji své výrobky nenabízí.

6.4.2 Analýza rentability tržeb

“Ukazatele výnosnosti (rentability, ziskovosti) měří čistý výsledek podnikového snažení; ukazují kombinovaný vliv likvidity, aktivity a zadluženosti na zisk podniku. Ukazatel rentabilita tržeb (obratu) měří podíl čistého zisku připadající na 1 Kč tržeb.”

[Synek a kol., 2007, s. 347]

Rentabilita tržeb (ROS) je tvořena podílem tržeb na výsledku hospodaření. Její výpočet se odvíjí od vzorce: $ROS \text{ (return on sales)} = \text{hospodářský výsledek} / \text{tržby}$

Tab. č.: 16: Rentability tržeb prodejců

Prodejce	Tržby	Zisk	ROS v %
A	7 806,00 Kč	1 673,79 Kč	21,44235
B	6 257,00 Kč	1 795,74 Kč	28,6997
C	6 949,00 Kč	1 815,48 Kč	26,12577
D	10 370,00 Kč	3 534,14 Kč	34,08042
E	5 914,80 Kč	1 376,97 Kč	23,28008
F	7 950,00 Kč	1 980,50 Kč	24,91195
G	7 802,00 Kč	3 427,01 Kč	43,92476
H	6 215,00 Kč	2 388,50 Kč	38,43121
I	6 960,00 Kč	1 747,23 Kč	25,10388
J	10 800,00 Kč	1 124,56 Kč	10,41259

Zdroj: Vlastní zpracování

U šesti prodejců je zisk tvořen více než 20- ti procenty celkových tržeb. Jejich prodej je průměrně efektivní. Dva prodejci dosahují 30-ti procent zisku z celkových tržeb a zisk jednoho prodejce je tvořen dokonce více než 40-ti procenty. V jejich případě se jedná o nadprůměrně efektivní prodeje. Nejhůře dopadl poslední prodejce, jehož zisk je tvořen pouze deseti procenty celkových tržeb. To je způsobeno nízkou marží, kterou prodejce na své zboží nasadil. Konkrétně se jedná o prodejce medu, kteří často využívají dotací, ze kterých pokryjí náklady na výrobu medu.

6.4.3 Cenové komparace

Dalším bodem, který je v rámci studie analyzován, jsou ceny na farmářských trzích. Ceny na farmářských trzích jsou porovnány s cenami v kamenných obchodech. Autorka pro

komparaci zvolila obchodní řetězce, které patří v Karlových Varech k největším. Ve městě se nachází dvě obchodní centra. Prvním je Obchodní centrum Fontána, kterému dominuje hypermarket Tesco. Dva menší supermarkety Tesco se zároveň nachází i jiných částí města. Druhým obchodním centrem je Varyáda, kde se nachází hypermarket Albert. V centru města, v bezprostřední blízkosti, kde se pořádají farmářské trhy, se nachází zároveň supermarket Albert. Z těchto důvodů lze dva uvedené obchodní řetězce považovat za potencionální konkurenty, ve kterých zákazníci realizují své nákupy ve dnech, kdy se farmářské trhy nepořádají.

Tab. č. 17: Komparace cen vybraného zboží

Název zboží	FT	Tesco	Albert
brambory	12,90 - 15,90 Kč/kg	12,45 Kč/kg	13,90 Kč/kg
rajčata	12,50 Kč/kg	44,90 Kč/kg	47,90 Kč/kg
mrkev	12,90 - 18,50 Kč/kg	16,90 Kč/kg	17,90 Kč/kg
květák	26,90 Kč/kg	44,90 Kč/kg	49,90 Kč/kg
cibule žlutá	11,50 - 13,90 Kč/kg	11,90 Kč/kg	12,90 Kč/kg
petržel	38,90 Kč/kg	37,80 Kč/kg	39,90 Kč/kg
cibule svazek	7,90 - 9,90 Kč/kg	17,90 Kč/kg	13,90 Kč/kg
zelí bílé	15,00 Kč/kg	9,90 Kč/kg	10,90 Kč/kg
česnek český	149,90 Kč/kg	89,90 Kč/kg	89,90 Kč/kg
kuře	73,00 Kč/kg	64,94 Kč/kg	89,90 Kč/kg
krůta	76,00 Kč/kg	139,90 Kč/kg	199,90 Kč/kg
kachna	73,00 Kč/kg	94,91 Kč/kg	114,90 Kč/kg
kravské mléko	15,00 - 20,00 Kč/l	34,53 Kč/l	24,90 Kč/l
kozí mléko	35,00 Kč/l	105,80 Kč /0,5l	54,90 Kč/0,5 l
jogurt bílý	20,00 Kč/200g	12,90 Kč/150 g	10,90 Kč/150 g
jogurt ovocný	25,00 Kč/200g	14,90 Kč/150 g	13,90 Kč/150 g
tvaroh	9,50 Kč/110g	19,90 Kč/120 g	24,90 Kč/250 g

Zdroj: vlastní zpracování

Pro srovnání byla zvolena zelenina, drůbeží maso a mléčné výrobky. Z tabulky č. 18 je patrné, že výrobky na farmářských trzích jsou prodávány za ceny, které se od těch v kamenných obchodech výrazně neliší. V některých případech jsou dokonce levnější. Tím je zamítnuta všeobecná představa, že ceny na farmářských trzích jsou vyšší a lidé si je nemohou dovolit.

Ceny zeleniny se pohybují ve stejném intervalovém rozmezí. Výkyvem je cena česneku. Farmáři nabízejí skutečně český česnek, který je dražší než ten, který se dováží například

z Číny. U česneku v kamenných obchodech nebyla jednoznačně vymezena země původu. Drůbeží maso na farmářských trzích sice na první pohled působí jako levnější, ale rozdíl je v tom, že v kamenných obchodech ve většině případů zakoupíte drůbež s jednotnou gramáží. Zatímco na farmářských trzích je v nabídce drůbež, která byla vypěstována na domácí farmě, a proto má znatelně vyšší gramáž. Cena se tedy může vyšplhat na dvě stě až tři sta korun. Prodejci na trzích obvykle nenabízí možnost porcování. Příznivým zjištěním jsou ceny mléčných výrobků. V kamenných obchodech jsou sice levnější, také s delší trvanlivostí, ale nutričně bývají ochuzenější. Příjemným zjištěním je, že cena čerstvého koziho mléka je za litr několikrát levnější než v kamenném obchodě. Čerstvé kozí mléko se musí spotřebovat do dvou dnů od data své výroby. Kozí mléko v obchodech je dražší díky tepelným úpravám, díky kterým vydrží podstatně déle.

6.4.4 Analýza nakupujících na farmářských trzích

Cílem průzkumu je definovat cílovou skupinu zákazníků, která farmářské trhy navštěvuje. Návštěvníci jsou zkoumáni ze základního segmentačního hlediska – pohlaví, věk, vzdělání a zaměstnání. Dále průzkum vyjadřuje četnost jejich návštěv trhů během jednoho roku, spokojenost s organizací trhů, jejich periodicitou, prostorovým uspořádáním a další. Průzkum se dále zabývá názory zákazníků na výrobky, které se na trzích prodávají, hodnotí jejich kvalitu a cenovou dostupnost a vyjadřuje pohnutky, které je k samotnému nákupu vedou. Poslední část dotazníku je věnována prostoru pro vyjádření návrhů a připomínek ze strany pravidelných návštěvníků.

Dotazník zodpověděli celkem 93 respondenti. Průzkum byl prováděn na místě pořádání farmářských trhů v dopoledních hodinách, které jsou zároveň časem, kdy byla koncentrace návštěvníků největší.

6.4.5 Dotazníkové šetření

Otázky v dotazníku byly respondentům pokládány v následujícím pořadí:

- 1) Pohlaví
- 2) Věk.
- 3) Dosažené vzdělání.
- 4) Zaměstnání.
- 5) Navštěvujete farmářské trhy v Karlových Varech pravidelně?
- 6) Pokud jste na předchozí otázku odpověděli "ano", uveďte, jak často je navštěvujete.
- 7) Je podle Vás frekvence pořádání farmářských trhů (1 x za měsíc) dostačující?
- 8) Pokud jste v předchozí otázce odpověděli "ne", uveďte, jak často by se trhy měly pořádat.
- 9) Je zboží prodávané na farmářských trzích z Vašeho pohledu cenově dostupné?
- 10) Považujete výrobky prodávané na farmářských trzích za více kvalitní než výrobky v běžně dostupných obchodech?
- 11) Pokud nakupujete výrobky na farmářských trzích, jaké důvody Vás k tomu vedou?
- 12) Máte na farmářských trzích v Karlových Varech oblíbené výrobky?
- 13) Pokud jste na předchozí otázku odpověděli "ano", uveďte, které výrobky jsou vaše oblíbené.
- 14) Jak byste zhodnotili nabídku produktů na farmářských trzích v Karlových Varech?
- 15) Považujete prostor, kde se trhy pořádají, za vyhovující?
- 16) Myslíte si, že je v Karlových Varech vhodnější prostor pro pořádání farmářských trhů?
- 17) Pokud jste v předcházející otázce odpověděli "ano", uveďte prosím konkrétní místo.
- 18) Odkud se o konání farmářských trhů v Karlových Varech dovídáte nejčastěji?
- 19) Navštěvujete farmářská tržiště i v jiných městech v České republice? Uveďte, v kterých.
- 20) Máte konkrétní připomínky, návrhy na zlepšení k farmářským trhům pořádaných v Karlových Varech?

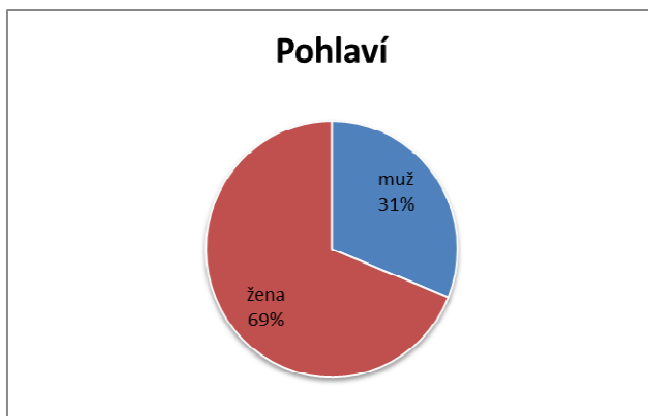
Otázka č. 1: Pohlaví.

Tab. č. 18: Pohlaví respondentů

Pohlaví	Celkem
muž	29
žena	64
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 1: Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledek první otázky není nijak překvapivý. Na základě genderových stereotypů předpokládáme, že jsou to v převážné většině ženy, kdo potraviny do domácnosti nakupují. Z místního pozorování byli přítomní muži většinou doprovodem právě žen.

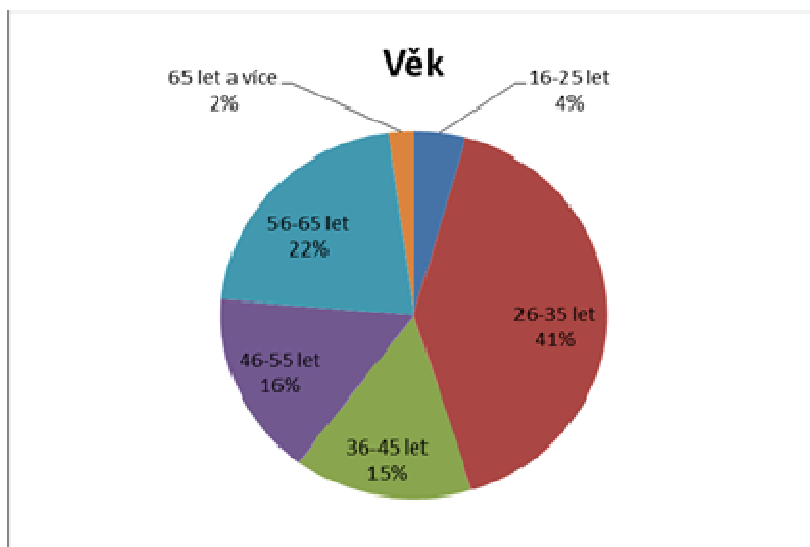
Otázka č. 2: Věk.

Tab. č. 19: Věk respondentů

Věk	Celkem
16-25 let	4
26-35 let	38
36-45 let	14
46-55 let	15
56-65 let	20
65 let a více	2
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 2: Věk respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Věkovou skladbu přisuzujeme několika faktorům. Vzhledem k tomu, že se farmářské trhy pořádají v pátek, pak mezi návštěvníky budou nejčastěji ti, pro které není pátek běžným pracovním nebo školním dnem. Například penzisti, nezaměstnaní a rodiče na rodičovské dovolené. V největší míře je zastoupeno věkové rozmezí 26 – 35 let – to můžou být nezaměstnaní (čerství absolventi vysokých škol) a rodiče na rodičovské dovolené. Druhým největším rozmezím jsou návštěvníci ve věku 56 – 65 let. Z nich usuzujeme také na nezaměstnané a penzisty. Velice malé procento tvoří návštěvníci věku mladších 25- ti let, kteří s největší pravděpodobností jsou ve školách a školských zařízeních. Nejnižší zastoupení mají pak lidé starší 65-ti let – zde je největším předpokladem zdravotní hledisko – snížená pohyblivost, nákupy za ně obstarávají jiní.

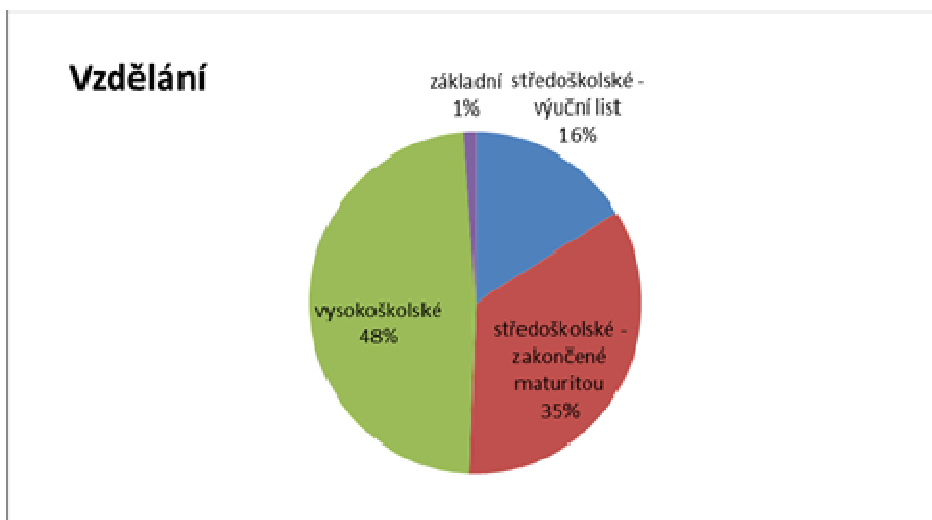
Otáčka č. 3: Vzdělání.

Tab. č. 20: Vzdělání respondentů

Dosažené vzdělání	Celkem
středoškolské - výuční list	15
středoškolské - zakončené maturitou	32
vysokoškolské	45
základní	1
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 3: Vzdělání respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě výsledku průzkumu v oblasti vzdělání lze říci, že na farmářských trzích nakupují zpravidla vzdělaní lidé. Pozitivním ukazatelem je největší zastoupení vysokoškolsky vzdělaných lidí. Druhou největší skupinou jsou středoškoláci s maturitou. O farmářské trhy se tedy zajímají především lidé s vyšším vzděláním, kteří se více zajímají o složení potravin a celkově více dbají na zdravý životní styl.

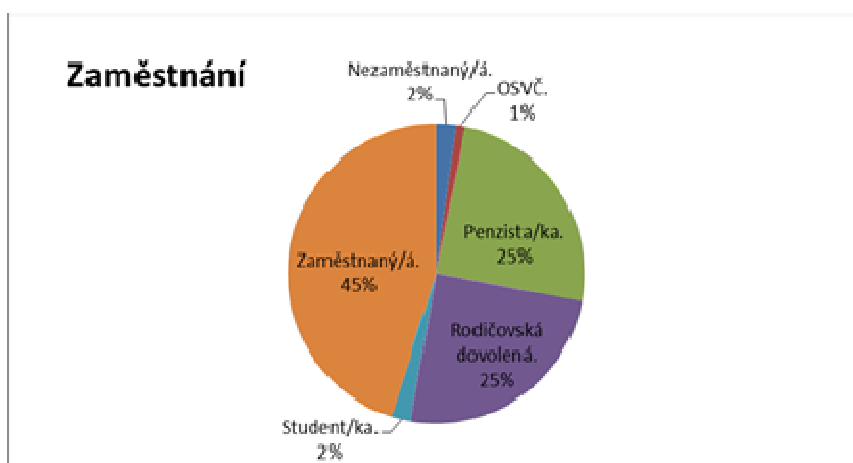
Otázka č. 4: Zaměstnání.

Tab. č. 21: Zaměstnání respondentů

Zaměstnání	Celkem
Nezaměstnaný/á	2
OSVČ	1
Penzista/ka	23
Rodičovská dovolená	23
Student/ka	2
Zaměstnaný/á	42
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 4: Zaměstnání respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledek v oblasti zaměstnání přinesl překvapení, protože je nejvíce zastoupen zaměstnanými lidmi. Návštěvníci nákupy realizují během přestávky na oběd nebo si na den konání farmářských trhů čerpají dovolenou. Shodně jsou pak zastoupeni penzisti a rodiče na rodičovské dovolené. Na trzích se vyskytuje nízké procento nezaměstnaných. Jejich nezájem o nákup potravin na farmářských trzích může být zdůvodněn obavou z vysokých cen. Nezaměstnaní jsou nuceni více promýšlet finanční hledisko svého nákupu. Jak bylo uvedeno v kapitole č. 5, Karlovarský kraj patří ke krajům, kde nezaměstnanost přesahuje 8 %. Zjednodušeně lze říci, že pokud v kraji klesne nezaměstnanost, zvýší se návštěvnost farmářských trhů.

Otázka č. 5: Navštěvujete farmářské trhy v Karlových Varech pravidelně?

Tab. č. 22: Pravidelná návštěvnost

Navštěvujete farmářské trhy v Karlových Varech pravidelně?	Celkem
ne	51
ano	42
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 5: Pravidelná návštěvnost



Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka zkoumala pravidelnost návštěv oslovených zákazníků. Více než polovina dotázaných farmářské trhy v Karlových Varech pravidelně nenavštěvuje. Periodicita návštěvnosti je sledována v následující otázce.

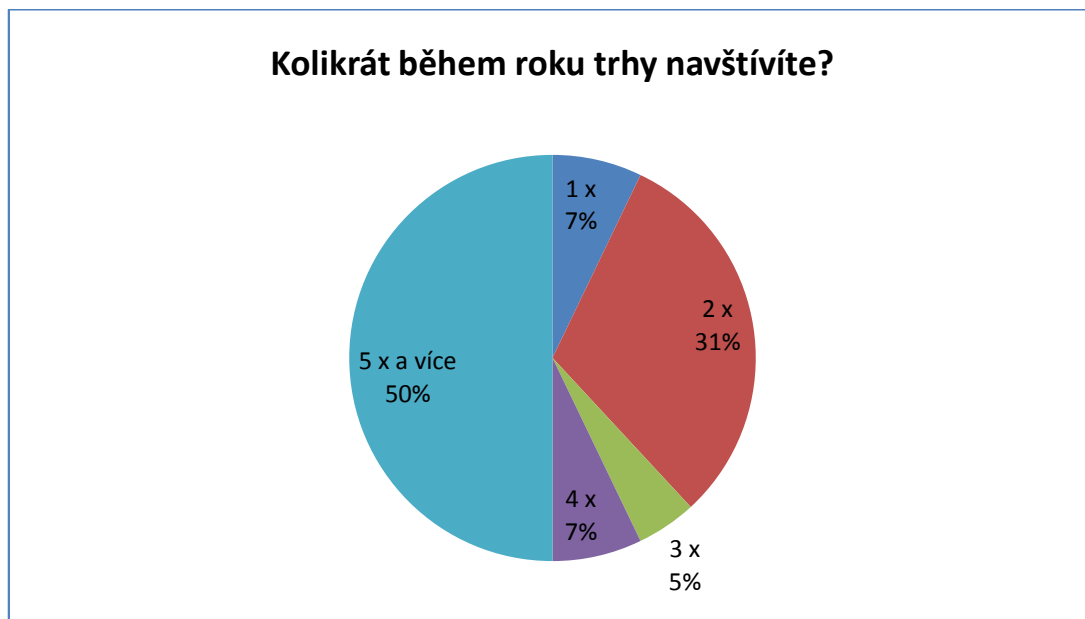
Otázka č. 6: Kolikrát během roku trhy navštívíte?

Tab. č. 23: Periodicita návštěvnosti

Kolikrát během roku trhy navštívíte?	Celkem
1 x	3
2 x	13
3 x	2
4 x	3
5 x a více	21
Celkový součet	42

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 6: Periodicita návštěvnosti



Zdroj: Vlastní zpracování

Polovina z dotázaných navštíví farmářské trhy v Karlových Varech více než 5 krát do roka. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou jsou pak lidé, kteří je navštíví maximálně dvakrát během roku.

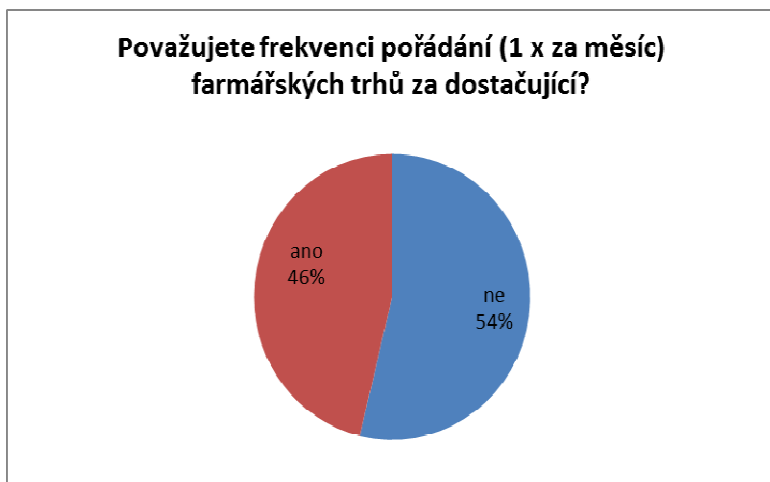
Otázka č. 7: Považujete frekvenci pořádání (1 x za měsíc) farmářských trhů za dostačující?

Tab. č. 24: Frekvence pořádání trhů

Je frekvence pořádání trhů dostačující?	Celkem
ne	50
ano	43
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 7: Frekvence pořádání trhů



Zdroj: Vlastní zpracování

Více než polovině dotázaných nevyhovuje pravidelnost pořádání trhů. V následující otázce pak tito definovali, jak často by se trhy měli pořádat.

Otázka č. 8: Pokud jste v předchozí otázce odpověděli ne, jak často by se podle Vašeho názoru měly trhy pořádat?

Celkem padesát respondentů odpovědělo, že jim periodicita pořádání trhů nevyhovuje. Z toho pouze dva mají názor, že by se trhy měly pořádat méně často, např. 1 x za dva měsíce nebo pouze v letních měsících. Zbytek dotázaných by si přál, aby se trhy pořádaly alespoň dvakrát do měsíce. Dotázaní také navrhovali alternativu, aby se trhy pořádaly jednou za měsíc během jara a zimy, ale v létě, aby se pořádali jednou krát za čtrnáct dní.

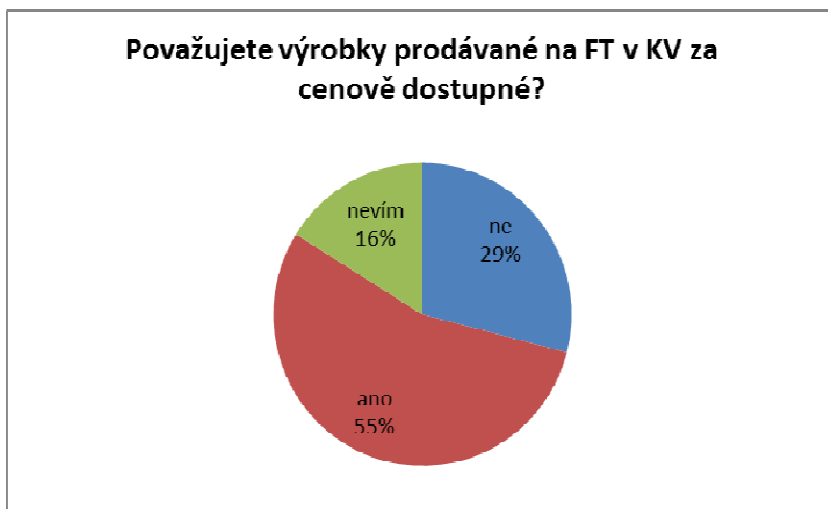
Otázka č. 9: Považujete výrobky prodávané na farmářských trzích v Karlových Varech za cenově dostupné?

Tab.č. 25: Cenová dostupnost výrobků na farmářských trzích

Je zboží na trzích cenově dostupné?	Celkem
ne	27
ano	51
nevím	15
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 8: Cenová dostupnost výrobků na farmářských trzích



Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti měli na výběr ze tří možností odpovědí: ano, ne a nevím. Celých 55 % odpovědělo ano, tzn., že pro více než polovinu oslovených návštěvníků jsou výrobky prodávané na farmářských trzích cenově dostupné. Třetina dotázaných považuje zboží za cenově nedostupné. A celých 16 % neumělo otázku posoudit, a proto zvolili odpověď nevím.

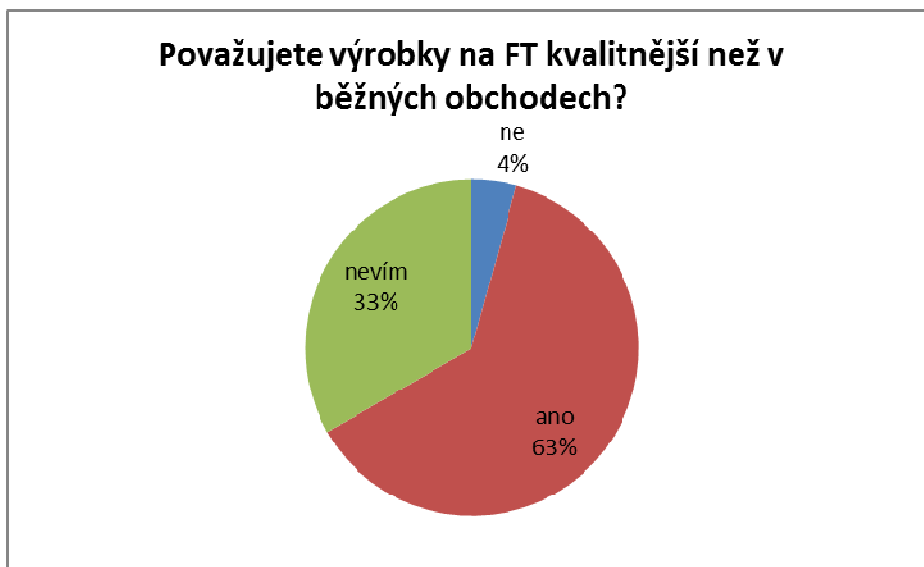
Otázka č. 10: Považujete výrobky prodávané na farmářských trzích za více kvalitní než výrobky prodávané v běžně dostupných obchodech?

Tab. č. 26: Hodnocení kvality výrobků na farmářských trzích

Považujete zboží na farmářských trzích za více kvalitní	Celkem
ne	4
ano	58
nevím	31
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 9: Kvalita výrobků prodávaných na farmářských trzích



Zdroj: Vlastní zpracování

Subjektivním názorem na kvalitu výrobků se zabývala další otázka průzkumu. Respondenti měli zhodnotit, zda jsou z jejich pohledu výrobky prodávané na farmářských trzích kvalitnější, než stejné produkty prodávané v běžně dostupných obchodech. Většina dotázaných považuje výrobky za kvalitnější, třetina neuměla posoudit, a proto odpověděla nevím a jen pouhá čtyři procenta si myslí, že v kvalitě výrobků žádný rozdíl není.

11) Pokud nakupujete výrobky na farmářských trzích, jaké důvody Vás k tomu vedou?

Respondenti měli na výběr z několika možností odpovědí, přičemž mohli souhlasit s více tvrzeními:

- podpora drobných živnostníků, místních farmářů: celkem 12 x
- zájem o kvalitní potraviny v souladu se zdravým životním stylem: celkem 25 x
- zvědavost: celkem 8 x
- módní trend: celkem 1 x
- úcta k tradičním „domácím“ výrobkům: celkem 16 x

Z uvedeného vyplývá, že největší pohnutkou k nákupu je především nákup kvalitních potravin a úcta k tradičním domácím výrobkům.

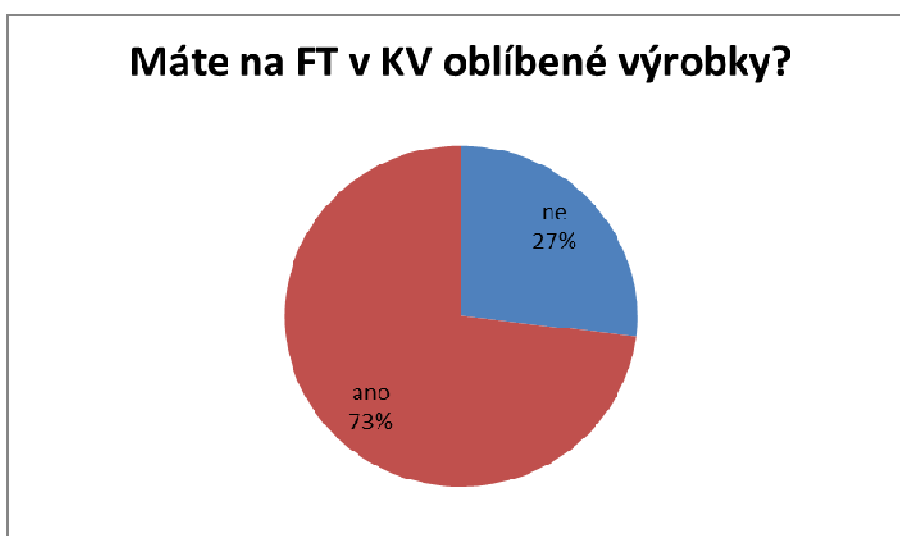
12) Máte na farmářských trzích v Karlových Varech oblíbené výrobky?

Tab. č. 27: Oblíbené výrobky na farmářských trzích

Máte na farmářských trzích v Karlových Varech oblíbené výrobky?	Celkem
ne	25
ano	68
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 10: Oblíbené výrobky na farmářských trzích



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka číslo 12 zkoumá, zda se nakupující vrací na trhy pro určitý druh výrobku. Kladně odpovědělo celkem 73 % návštěvníků.

13) Pokud jste na předchozí otázku odpověděli "ano", uveďte, které výrobky jsou vaše oblíbené.

Kladně odpovědělo celkem 68 respondentů, kteří pak měli na výběr z následujících kategorií s možností označení více odpovědí. Nejčastěji volenými odpověďmi pak byly:

- mléčné výrobky: celkem 13 x
- ovoce a zelenina: celkem 16 x

- pečivo: celkem 11 x
- maso a masné výrobky: celkem 13 x
- med a produkty z něj: celkem 9 x
- byliny a koření: celkem 8 x
- květiny a sazenice: celkem 6 x
- jiné: celkem 2 x

Z výše uvedeného je zřejmé, že lidé nakupují na trzích především výrobky, které tvoří jejich podstatu, tedy sezónní ovoce a zeleninu, čerstvé mléčné výrobky a maso a masné výrobky.

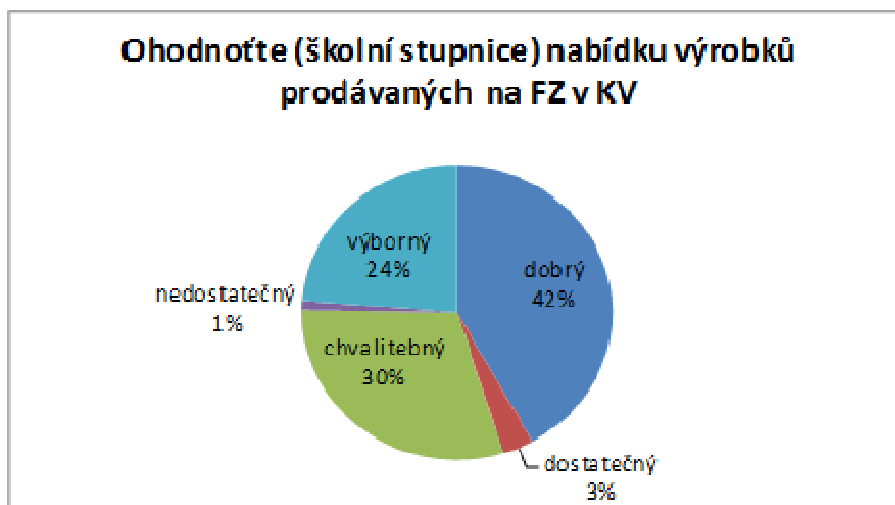
14) Ohodnoťte (školní stupnice) nabídku výrobků prodávaných na farmářských trzích v Karlových Varech.

Tab. č. 28: Hodnocení nabídky výrobků na farmářských trzích

Hodnocení nabídky výrobků (školní stupnice).	Celkem
dobry	39
dostatečný	3
chvalitebný	28
nedostatečný	1
výborný	22
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 11: Hodnocení nabídky výrobků na farmářských trzích



Zdroj: Vlastní zpracování

Úkolem v další otázce bylo oznámkovat nabídku produktů na farmářských trzích v Karlových Varech jako ve škole.

Většina hodnotila nabídku stupněm tři, tedy dobrý, díky čemuž ji můžeme označit jako průměrnou. Třicet procent pak známkovalo stupnicí chvalitebný a na výbornou ji ohodnotilo 24 % dotázaných.

15) Považujete prostor, kde se trhy pořádají, za vyhovující?

Tab. č. 29: Prostor pro pořádání farmářských trhů

Považujete prostor, kde se trhy pořádají, za vyhovující?	Celkem
ne	55
ano	38
Celkový součet	93

Zdroj: Vlastní zpracování

Graf č. 12: Prostor pro pořádání farmářských trhů



Zdroj: Vlastní zpracování

V další části měli dotázaní zhodnotit, zda považují prostor, kde se farmářské trhy pořádají, za vyhovující z hlediska. Během hodnocení se zamýšleli nad vzdáleností od centra města, dopravní dostupností a prostorem samotným. Více než polovina vyjádřila nespokojenost. Tito měli za úkol v následující otázce zodpovědět, zda by věděli o vhodnějším místě k pořádání trhů v Karlových Varech.

16) Myslíte si, že je v Karlových Varech vhodnější prostor pro pořádání farmářských trhů?

Z padesáti pěti respondentů, kteří nejsou s místem pořádání spokojeni, odpověděli na otázku, zda v Karlových Varech existuje vhodnější prostor pro pořádání farmářských trhů, následujícím způsobem:

- celkem 19 dotázaných odpovědělo, že je žádný vhodnější prostor nenapadá,
- celkem 36 dotázaných odpovědělo, že si dovedou představit vhodnější prostor.

17) Pokud jste v předcházející otázce odpověděli "ano", uveďte prosím konkrétní místo:

- náměstí v ul. Dr. Horákové – celkem 9 x
- prostor před hotelem Thermal 9 x
- třída Tomáše Garrigue Masaryka – 14 x
- stadion AC Start 4 x

Obyvatelům se zdá nejvhodnější prostor hlavní třídy, kde se zároveň pořádají různé kulturní akce, vánoční trhy a je zde dostatek prostoru pro pohyb. Shoda je u dalších dvou míst – hotel Thermal nacházející se v lázeňské zóně a náměstí v ul. Dr. Horákové. Návrhem byl také stadion AC Start, který je od centra města nejvzdálenější.

18) Odkud se o konání farmářských trhů v Karlových Varech dovídáte nejčastěji?

V této otázce bylo snahou zjistit, jak jsou dotazovaní informovaní o termínech pořádání farmářských trhů. Odpovědi jsou seřazené od nejčastější po méně častou.:

- měsíčník Radniční listy (periodikum města Karlovy Vary),
- z internetu – konkrétně facebookové stránka „Farmářské trhy Karlovy Vary“,
- od přátel, známých, kolegů a členů rodiny,
- z reklamního poutače,
- nevím, jdu náhodou kolem.

19) Navštěvujete farmářská tržiště i v jiných městech v České republice? Uveďte, ve kterých.

Autorka v průzkumu zjišťuje, zda mají návštěvníci zkušenosti s farmářskými trhy i v jiných městech. Odpovědi jsou seřazené od nejčastější po nejméně častou:

- Praha,
- Chomutov,

- Ostrov.

Zde je nutné uvést, že oficiální farmářské trhy jsou pouze v Praze. V Chomutově a Ostrově, tedy v Karlovarském kraji, trhy, které splňují definici trhů farmářských, jsou pouze v Karlových Varech.

20) Máte konkrétní připomínky, návrhy na zlepšení k farmářským trhům pořádaných v Karlových Varech?

V závěrečné otázce měli respondenti možnost vyjádřit své poznatky, návrhy a připomínky. Většinou nevyhovuje prostor, kde se trhy pořádají. Uvádí, že prostor je úzký a v čase, kdy je na trhu nejvíce návštěvníků, je ulička špatně průchodná. Někteří by uvítali širší nabídku produktů a více prodejců. Další uvádí, že by raději na trzích nakupovali o víkendu, protože si v pracovní den musí brát dovolenou.

Z anketního průzkumu vyplývá několik poznatků. Zákazníci si na nakupování na farmářských trzích v Karlových Varech rychle zvykli a nakupují na nich pravidelně. Zajímají se především o ovoce, zeleninu, mléčné a masné výrobky, které nakupují pro jejich čerstvost a původ. Na trzích by rádi nakupovali častěji, alespoň dvakrát do měsíce. Připomínky, které k trhům mají, je především jejich umístění. Prostor pro pořádání je sice v centru města, ale je příliš úzký.

V následující kapitole jsou shrnuty poznatky z anketních průzkumů a šetření. Na jejich základě je vypracována SWOT analýza, na jejímž základě autorka zpracovala návrhy a doporučení pro farmářské trhy v Karlových Varech.

7 Návrhy a doporučení

V kapitole jsou naznačeny možnosti, jakým způsobem lze zefektivnit farmářské trhy v Karlových Varech. Autorka se zabývá otázkami, zda lze změnit den pořádání z pátku na sobotu a zda je možné zvýšit frekvenci pořádání. Posledním bodem je místo, na kterém se trhy pořádají – lze využít jiných možností?

7.1 SWOT analýza

Kotler SWOT analýzu označuje jako stručný seznam kritických faktorů úspěchu na daném trhu, který hodnotí silné a slabé stránky. Zároveň říká, že by neměla pominout dosud nevyužitá příležitosti ani hrozby. [1]

Tab. č. 30: SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY - podpora města Karlovy Vary - místo pořádání je v centru města - stabilní spolupráce s prodejci - nepřerušovaná tradice pořádání trhů	SLABÉ STRÁNKY - trhy se pořádají v pracovní den - nízká frekvence pořádání - místo pořádání je úzké
PŘÍLEŽITOSTI - spolupráce s obchody prodávající farmářské výrobky - zásobování restaurací a škol	HROZBY - podpora města Karlovy Vary - klesne zájem nakupujících - ztráta prodávajících

Zdroj: vlastní zpracování

Silnou stránkou je bezesporu zatím neporušená tradice pořádání farmářských trhů. Díky ní se podařilo navázat stabilní spolupráci s prodejci a nakupující si tak mohli osvojit nakupovací zvyky.

Další silnou stránkou, která však zároveň i hrozbou, je podpora statutárního města Karlovy Vary. Změní-li se preference v politickém vedení města, pak přestanou být trhy finančně podporovány. V takovém případě by bylo nutné hledat finanční výpomoc u dalších institucí – krajský úřad, ministerstva a jejich dotační programy. Silnou stránkou je také prostor, kde se trhy pořádají, díky tomu, že se nachází v centru města, je zde blízká

dopravní obslužnost MHD. Zároveň je však místo slabou stránkou, protože v době své největší návštěvnosti je příliš úzké a nakupující mají ztížené podmínky k nákupu. Dalšími slabými stránkami, které vyplynuly z anketního průzkumu mezi zákazníky, je, že se trhy pořádají v pracovní den a že frekvence jejich pořádání je z pohledu nakupujících příliš nízká.

Dalšími hrozbami, které mohou ovlivnit průběh farmářských trhů v Karlových Varech, je ztráta prodávajících farmářů a ztráta nakupujících zákazníků. Tyto hrozby by se mohly eliminovat příležitostmi, které autorka uvádí. Organizátor trhů by v Karlových Varech vyhledal obchody, které nabízejí farmářské produkty, a mohl by jim nabídnout kontakty na prodejce, kteří na farmářských trzích působí. Další možností je navázat spolupráci s restauracemi a školami, kam by farmáři mohli dodávat čerstvé suroviny.

7.2 Alternativní prostor pro pořádání farmářských trhů

Jedním z návrhů na změnu je změna místa, kde se farmářské trhy pořádají. Nakupující v anketě uvedli, že prostor je příliš úzký a v době největšího náporu je prostor pro pohyb příliš úzký. Současné místo je v centru města a je blízko dopravní obslužnosti městské hromadné dopravy. V blízkosti se nacházejí dvě větší parkoviště a i pro prodávající je místo z hlediska dostupnosti snadno přístupné. Problémem je, že prostor je při pohybu většího počtu osob, příliš úzký. Trhy jsou navíc situovány podélně supermarketu Albert a vstup do něj je přímo ve středu trhů. To je další nápor zákazníků, kteří mohou omezit pohyb nakupujících.

Nakupující sami navrhli několik možností, kde by se trhy mohly pořádat. Jednotlivé návrhy a možnosti jejich realizace jsou uvedeny níže.

Náměstí Dr. M. Horákové – náměstí je situováno kousek od centra města, prostor je z hlediska velikosti vyhovující. První překážkou je administrativa spojená se zábořem místa pro pořádání a parkování trhů. Parkování pro veřejnost je od místa pořádání taktéž vzdálené a městskou hromadnou dopravou je obsluhováno pouze jednou linkou. Autorka tento prostor nedoporučuje.

Prostor před hotelem Thermal. Z hlediska velikosti je místo naprosto vyhovující. Na uvedeném prostoru se v době sezónních festivalů pořádají jarmareční trhy a jiné folklórní akce. Překážkou je opět administrativní stránka pro potřebná povolení, neboť tato část se

nachází v lázeňské zóně. To by znamenalo pro každého prodejce opatřit povolení pro vjezd, který by si museli sami opatřit, a to by je mohlo odradit. Navíc s chladícími vozy by na uvedený prostor ani vjet nemohli. Z důvodu špatné dopravní dostupnosti a administrativní náročnosti autorka místo nedoporučuje.

Třída Tomáše Garrigue Masaryka – hlavní třída, která vede centrem města a která je zároveň pěší zónou s povoleným vjezdem vozidel pro zásobování. Během roku se zde pořádají velikonoční a vánoční trhy. Prostor je tedy dostatečně velký a pojme větší kapacitu osob. Navíc je zde možnost postavení pódia, na kterém by se mohly pořádat kulturní vstupy, které by na trhy přivábily více zákazníků. Tento prostor autorka doporučuje jako vhodnou alternativu pořadatelského místa.

Stadion AC Start – prostor je sice atraktivní svou rozlohou, ale z hlediska vzdálenosti od centra města, nevhodný. Z tohoto důvodu autorka nedoporučuje, protože by trhy přišly o své pravidelné zákazníky.

7.3 Den a frekvence pořádání farmářských trhů

Přáním zákazníků je, aby se trhy pořádaly o sobotách a alespoň dvakrát do měsíce. Z průzkumu mezi farmáři bylo zjištěno, že tato varianta pro ně z hlediska efektivnosti není zajímavá. Farmáři se shodují, že výnosy z prodeje, které jim z Karlových Varů jsou pro ně sice zajímavé, ale nijak významné, tak jako ve větších městech. Vědí, že druhý výjezd do Karlových Varů by pro ně nebyl tak finančně zajímavý, protože lidé by neměli tolik prostředků na nákup. A sobotu zavrhuji z toho důvodu, že mají nabídky z větších měst, kde jsou také pravidelní zákazníci a tržby zajímavější. Kompromisem pro obě strany by mohlo být nalezení vhodných distribučních míst, která by prodejci zásobovali a kde by si zákazníci mohli čerstvé potraviny kupovat pravidelně bez ohledu na datum pořádání farmářských trhů.

7.4 Možnosti distribučních míst

Prvním vhodným objektem je nově vzniklý obchůdek v centru města s názvem Česká farma – poctivé potraviny. Jak již název sám napovídá, k prodeji jsou zde především potraviny od farmářů. Pokud by se některým z prodejců podařilo navázat spolupráci, pak by pro ně výjezdy do Karlových Varů mohly být podstatně zajímavější i z finančního hlediska.

Druhým, v úvahu připadajícím návrhem, je zásobování restaurací, případně školních jídelen. Zde je však překážka v podobě cen, kterou odběratelé při nákupu potravin budou hledat co nejnižší.

7.5 Další návrhy a doporučení

Další návrhy jsou autorkou zpracovány na základě poznatků, které během psaní diplomové práce sama zaznamenala.

Prvním poznatkem je, z pohledu autorky, nedostatečná propagace a medializace akce. Termíny pořádání farmářských trhů je možné vysledovat v radničních listech a jiných nekomerčních periodikách, kterých ovšem mnoho není a ne každému občanovi Karlových Varů jsou doručeny až do schránky bydliště. Organizátoři začali aktivně termíny pořádání, novinky a fotografie s informacemi o prodejích, sdílet na sociální síti. Dva dny před samotnými trhy pak v prostoru jejich pořádání visí transparent, který slouží jako pozvánka na samotné trhy. Organizátoři jsou vázáni rozpočtem, a proto je nutné hledat alternativy s nízkými nebo nulovými náklady na propagaci.

Autorka navrhuje sdílet informace i na dalších webových portálech, kde je možné zdarma přidat akci. Jedná se především o turistické a kulturní webové stránky, se kterými pracují i turistická informační centra a trhy se tak budou dostávat do většího povědomí obyvatel. Dalším návrhem je výroba informativních letáků a plakátů, které budou k dispozici ve veřejných budovách – knihovny, školy, polikliniky aj.

8 Závěr

Farmářské trhy jsou více než přechodnou módní záležitostí. V České republice jsou patrné snahy o jejich zorganizování a úspěšné fungování. Státní organizace a zájmové skupiny na tyto snahy reagují a vypisují rozličné dotační programy na podporu farmářů a potencionálních organizátorů farmářských trhů.

Historie vzniku farmářských trhů v Karlovarském kraji začínala právě na stejném principu. Jejich organizaci a fungování si vyzkoušelo několik měst – Loket, Cheb a Karlovy Vary. Krajské město bylo jediné, které trhy dotáhlo k dokonalosti a kde se úspěšně pořádají nepřetržitě již čtyři roky.

Karlovarský kraj patří ke krajům, které jsou rozlohou a počtem obyvatel nejmenší. Mírou nezaměstnaností naopak patří na první příčky ve statistikách. Kupní síla obyvatel je nízká a podmínky pro pěstování zemědělských plodin nejsou ideální. Na základě těchto faktorů lze jen těžko usuzovat ekonomickou efektivnost probíhajících farmářských trhů. Místním šetřením, pozorováním a dotazováním autorka analyzovala ekonomické ukazatele. Během několika let se podařilo vytvořit základní statistiku farmářů, kteří na trhy do Karlových Varů jezdí. Tito prodejci jsou držiteli ocenění a díky šíři svého sortimentu prodávají i na farmářských trzích v jiných krajích. Prodejci anonymně poskytl ekonomické údaje, na jejichž základě bylo možné spočítat rentabilitu tržeb. Výnosy z prodeje nejsou tak lukrativní, jako v jiných větších krajích, ale prodejci i tak náklady na svou produkci pokryjí a prodej v Karlových Varech je pro ně rentabilní. Pro analýzu cen, za které se výrobky na farmářských trzích prodávají, byla použita cenová komparace s největšími potencionálními konkurenty. Byl tak vyvrácen všeobecný mýtus o tom, že ceny na farmářských trzích jsou vyšší a pro nakupující nevýhodné.

Nákupní vzorce, které vedou místní obyvatele k nákupu na farmářských trzích, jsou ovlivněny jejich subjektivními názory. Potraviny prodávané na farmářských trzích považují za kvalitnější a pro zdraví prospěšnější. Na frekvenci konání farmářských tržišť si zvykli a jsou pro jejich častější pořádání. Nevýhodou pro ně je, že se nekonají o víkendu, ale v pracovní dny.

Z anketního šetření mezi obyvateli dále vyplynulo, že by nakupující uvítali širší prostor a sami definovali několik konkrétních návrhů. Autorka se zabývala jednotlivými faktory, které z rozdílných představ prodejců a nakupujících vznikly. Z praktického hlediska je nemožné, aby se trhy pořádaly o víkendu, neboť prodejci v tyto dny navštěvují jiná města, která jsou pro ně z hlediska výdělku zajímavější. Frekvence pořádání trhů, tj. jedenkrát za měsíc, je z jejich pohledu vyhovující a v případě, že by měli jezdit do Karlových Varů častěji, tržby by pro ně přestaly být rentabilní. Jedním z autorčiných návrhů je, aby prodejci navázali spolupráci s obchody, které nabízejí farmářské výrobky a zákazníci by si své oblíbené výrobky mohli zakoupit na základě svých potřeb a v kterýkoliv den. Autorka také navrhla možnost alternativního prostoru, kam by se farmářské trhy mohly přemístit. Doporučením jsou návrhy na zlepšení propagace akce, aby se dostala do širšího povědomí místních občanů a přilákala i obyvatelé jiných měst z Karlovarského kraje. Klíčovým faktorem je podpora magistrátu města. Nastane-li změna v preferencích ve vedení města, pak budou organizátoři nuceni hledat alternativní možnosti financování a kontinuita farmářských trhů by tak mohla být dočasně narušena.

Shrnutím zkoumaných faktorů a ukazatelů lze konstatovat, že za stávajících podmínek jsou farmářské trhy v Karlových Varech efektivní pro prodejce i nakupující. Bude-li podpora magistrátu města pokračovat i do budoucna, tak se farmářské trhy mohou nadále vyvíjet a rozšiřovat ze strany prodejců a oslovovat stále více nakupujících.

9 Použité zdroje

[1] KOTLER, Philip, WONG, Veronica, SAUNDERS, John et al. *Moderní marketing*. IV. evropské vydání. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007, 1011 s., ISBN 978-80-247-1545-2

[2] SYNEK, Miloslav a kolektiv. *Manažerská ekonomika. 4. aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada Publishing, a.s. 2007., 452 s., ISBN 978-80-247-1992-4.

Internetové zdroje:

[3] *Regionální Informační Servis*. [online]. Praha: Centrum pro regionální rozvoj ČR, 2014, Aktualizace 1. 1. 2014, [cit. 1. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/karlovarsky-kraj/kraj/>.

[4] *Statistická ročenka Karlovarského kraje 2013*. [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013, Aktualizace 30. 12. 2013, [cit. 30. 12. 2013]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/2013edicniplan.nsf/krajpubl/411011-13-r_2013-xk.

[5] *Číselník*. [online]. Medlešice: Číselník – rychlý přehled v nejrůznějších oborech, 2014, Aktualizace 9/2014, [cit. 1. 9. 2014]. Dostupné z: http://ciselnik.artega.cz/kraje_pocet_obyvatele_hruba_mzda_nezamestnanost.php.

[6] *Aktuálně.cz*. [online]. Praha: Aktuálně.cz, 2014, Aktualizace 25. 8. 2014, [cit. 25. 8. 2014]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/porovnani-kupni-sila-kraju-cr-kolik-jidla-koupite-z-vyplaty/r~8874689a288311e49669002590604f2e/>.

[7] *Český statistický úřad*. [online]. Praha: Český statistický úřad, 2013, Aktualizace 30. 12. 2013, [cit. 30. 12. 2013]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/maklist.jsp?kapitola_id=14&expand=1.

[8] *Asociace farmářských tržišť*. [online]. Praha: Asociace farmářských tržišť, 2014, Aktualizace 28. 1. 2014, [cit. 28. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.after.cz/>.

- [9] *Nakupujte lokálně*. [online]. Praha: Nalok, s.r.o. cz 2014, Aktualizace 30. 10. 2014 [cit. 30. 10. 2014]. Dostupné z: <http://www.nalok.cz/farmy>.
- [10] *Český farmář*. [online]. Brno: Portál Český farmář, 2014, Aktualizace 25. 8. 2014 [cit. 25. 8. 2014]. Dostupné z: <http://www.ceskyfarmer.cz/kontakt.php>.
- [11] *Vitalia*. [online]. Praha: Vitalia, chytře na život, 2014, Aktualizace 16. 7. 2014 [cit. 16. 7. 2014]. Dostupné z: <http://www.vitalia.cz/galerie/farmarske-trhy-karlovy-vary-s-mimoradnou-nabidkou/>.
- [12] *Mafra, a.s.* [online]. Praha: iDnes.cz., 2011, Aktualizace 10. 6. 2011 [cit. 31. 3. 2014]. Dostupné z: http://vary.idnes.cz/v-karlovarskem-kraji-rusi-farmarske-trhy-chybi-prodejci-p2y-vary-zpravy.aspx?c=A110610_124921_vary-zpravy_sou.
- [13] *Ministerstvo zemědělství*. [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2011, Aktualizace 31. 5. 2011 [cit. 6. 9. 2014]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-maji-svuj-kodex-pomuze.html.
- [14] *Desatero státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích*. [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, Praha: Státní veterinární správa, Aktualizace 8. 4. 2011 [cit. 6. 9. 2014]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal-new/informace-pro-sirokou-verejnost-1/farmarske-trhy/>.
- [15] ŠŤASTNÝ, Pavel, ROUČEK, Václav. *Farmářské trhy*. [online elektronický časopis] Farmářské trhy, o. s., 2010, 16 s, [cit. 1. 7. 2014] Dostupné z: <http://www.farmarske-trhy.cz/magazin/16/>
- [16] *Bio-info*. [online]. Praha: Bio-info.cz, [cit. 6. 9. 2014]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/modules/bio-mapy/index.php?kraj=all&show=list>
- [17] *Farmářské tržiště*. [online]. Praha: Farmarsketrziste.cz, [cit. 6. 9. 2014]. Dostupné z: <http://www.farmarsketrziste.cz/>

[18] *Nalok*. [online]. Praha: Nakupujte lokálně, [cit. 6. 9. 2014]. Dostupné z: <http://www.nalok.cz/default.aspx>

[19] KASPŘÍKOVÁ, Lenka. Čerstvé a místní potraviny pro vaše město: Jak založit farmářský trh. [online elektronický časopis] *Hnutí DUHA*, 2011, 11 s., [cit. 30. 8. 2014] Dostupné z: http://hnutiduha.cz/sites/default/files/publikace/typo3/cerstve_a_mistni_potraviny_pro_vase_mesto.pdf

[20] *KV City Centrum, s.r.o.* [online]. Karlovy Vary, [cit. 20. 8. 2014]. Dostupné z: <http://kvcity.cz/farmarske-trhy>

[21] Bludiště, o.s. [online]. Bludiště Karlovy Vary 2014, [cit. 20. 8. 2014]. Dostupné z: http://www.bludistekv.cz/zdravy-zivotni-styl_farmarske-trhy-na-klic

[22] *Vitalia*. [online]. Praha: Vitalia, chytře na život, 2014, Aktualizace 26. 4. 2011 [cit. 20. 8. 2014]. Dostupné z: <http://www.vitalia.cz/clanky/dotace-na-farmarske-trhy/>

[23] *Ministerstvo zemědělství*. [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2014, Aktualizace 9. 7. 2014 [cit. 30. 8. 2014]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/>

10 Tabulky, obrázky a grafy

10. 1 Seznam tabulek

Tab. č. 1: Charakteristiky krajů České republiky k 1. 1. 2014.....	19
Tab. č. 2: Počet obyvatel, hrubá mzda a nezaměstnanost k 10/2013.....	21
Tab. č. 3: Nákup potravin v kg – srovnání KVK s ČR	22
Tab. č. 4: Základní druhy potraviny – srovnání krajů při jejich nákupu	23
Tab. č. 5: Základní statistika prodejců na farmářských trzích v Karlových Varech ..	29, 30
Tab. č. 6: Výpočet zisku u prodejce A	32
Tab. č. 7: Výpočet zisku u prodejce B	33
Tab. č. 8: Výpočet zisku u prodejce C	34
Tab. č. 9: Výpočet zisku u prodejce D	35
Tab. č. 10: Výpočet zisku u prodejce E	36
Tab. č. 11: Výpočet zisku u prodejce F	37
Tab. č. 12: Výpočet zisku u prodejce G.....	38
Tab. č. 13: Výpočet zisku u prodejce H	39
Tab. č. 14: Výpočet zisku u prodejce I	40
Tab. č. 15: Výpočet zisku u prodejce J	41
Tab. č. 16: Rentability tržeb prodejců	42
Tab. č. 17: Komparace cen vybraného zboží.....	43
Tab. č. 18: Pohlaví respondentů.....	46
Tab. č. 19: Věk respondentů	46
Tab. č. 20: Vzdělání respondentů	47
Tab. č. 21: Zaměstnání respondentů	48
Tab. č. 22: Pravidelná návštěvnost	49
Tab. č. 23: Periodicita návštěvnosti	50
Tab. č. 24: Frekvence pořádání trhů	51
Tab. č. 25: Cenová dostupnost výrobků na farmářských trzích	52
Tab. č. 26: Hodnocení kvality výrobků na farmářských trzích	53
Tab. č. 27: Oblíbené výrobky na farmářských trzích	55
Tab. č. 28: Hodnocení nabídky výrobků na farmářských trzích	56
Tab. č. 29: Prostor pro pořádání farmářských trhů	57

Tab. č. 30: SWOT analýza	61
---------------------------------------	-----------

10.2 Seznam obrázků

Obr. č. 1: Koncentrace farmářských trhů v České republice	18
Obr. č. 2: Podíl orné půdy v roce 2012 a intenzita chovu hospodářských zvířat v letech 2009 – 2013.....	19
Obr. č. 3: Mapa Karlových Varů	27

10.3 Seznam grafů

Graf č. 1: Pohlaví respondentů	46
Graf č. 2: Věk respondentů	47
Graf č. 3: Vzdělání respondentů	48
Graf č. 4: Zaměstnání respondentů	49
Graf č. 5: Pravidelná návštěvnost	50
Graf č. 6: Periodicita návštěvnosti	51
Graf č. 7: Frekvence pořádání trhů	52
Graf č. 8: Cenová dostupnost výrobků na farmářských trzích	53
Graf č. 9: Kvalita výrobků prodávaných na farmářských trzích	54
Graf č. 10: Oblíbené výrobky na farmářských trzích	55
Graf č. 11: Hodnocení nabídky výrobků na farmářských trzích	57
Graf č. 12: Prostor pro pořádání farmářských trhů	58

11 Přílohy

Č. 1: Ceník pro prodejce na farmářských trzích na rok 2014

Č. 2: Podíl výdajů domácností v regionu Severozápad na potraviny za rok 2013

Č. 1: Ceník pro prodejce na farmářských trzích na rok 2014

KV CITYCENTRUM, s.r.o.

Karlovy VARY°

Sazebník úhrad za pronájem ploch a majetku na rok 2014 pro Farmářské trhy Karlovy Vary

Pronájem plochy:		cena bez DPH:	DPH:	cena s DPH
plocha	do 3 x 3 m	400 Kč	0%	400 Kč
plocha	větší než 3 x 3 m	600 Kč	0%	600 Kč
<i>snížené:</i>				
prodej medu	do 3 x 6 m	200 Kč	0%	200 Kč
prodej zeleniny	do 3 x 6 m	200 Kč	0%	200 Kč

Pronájem inventáře: stan, lavice, stoly		cena bez DPH:	DPH:	cena s DPH
pro jeden stan standardní velikosti	do 3 x 3 m	190 Kč	21%	230 Kč
<i>snížené:</i>				
prodej včelařských výrobků	do 3 x 6 m	99 Kč	21%	120 Kč
prodej zeleniny	do 3 x 6 m	99 Kč	21%	120 Kč

V Karlových Varech dne 18. 2. 2014

Sazebník úhrad za pronájem ploch a majetku pro Farmářské trhy v K. Varech na rok 2014
byl schválen Radou města Karlovy Vary dne 18. 2. 2014.

Mgr. Petr Masák

Jednatel společnosti KV CITY CENTRUM, s.r.o.

Statutární město Karlovy Vary
Zastoupené KV CITY CENTRUM s.r.o.
Moskevská 21
361 20 Karlovy Vary
IČ: 002 54 657 - DIČ: CZ00254657

KV CITY CENTRUM, s.r.o.,
se sídlem: Moskevská 21, 360 01 Karlovy Vary
IČ: 62583131

Společnost zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Plzni, oddíle C, vložce 11079
zastupená jednatelem Mgr. Petrem Masákem a René Weisem
Organizátor Farmářských trhů Statutárního města Karlovy Vary.

kontakty:

B. Turoňová	organizátor prodejců	777 727 870, 775 678 92
J. Polák	technik	777 727 872
D. Němec	technik	774 642 324
Z. Šebková	asistentka jednatele	777 727 871

Zdroj: [20]

Č. 2: Podíl výdajů domácností v regionu Severozápad na potraviny za rok 2013

	Domácnosti celkem	Region soudržnosti (NUTS 2)							
		Hl. město Praha	Střední Čechy	Jihozápad	Severozápad	Severovýchod	Jihovýchod	Střední Morava	Moravskoslezsko
HRUBÉ PENĚŽNÍ PŘÍJMY CELKEM	169 276	215 823	169 100	164 442	172 626	161 725	156 924	151 268	166 416
ČISTÉ PENĚŽNÍ PŘÍJMY CELKEM	150 488	189 054	149 554	146 813	153 642	144 897	139 854	134 941	148 550
HRUBÁ PENĚŽNÍ VYDÁNÍ CELKEM	152 067	202 346	146 837	140 994	160 795	146 829	138 942	136 165	147 770
Daň z příjmů	8 082	13 484	8 139	7 252	8 547	7 028	6 990	6 327	7 318
Zdravotní a sociální pojištění	10 706	13 285	11 406	10 377	10 437	9 800	10 080	10 001	10 547
ČISTÁ PENĚŽNÍ VYDÁNÍ CELKEM	133 279	175 577	127 292	123 366	141 811	130 001	121 872	119 838	129 904
<i>podle účelu použití:</i>									
A. Spotřební vydání	120 827	147 767	121 953	112 095	125 338	118 779	113 018	112 311	117 699
B. Vydání neklasifikovaná jako spotřební	12 452	27 810	5 338	11 270	16 472	11 222	8 855	7 527	12 205
<i>podle druhu vydání:</i>									
Potraviny, nápoje, veřejné stravování	31 130	35 247	31 985	29 997	30 961	31 052	29 500	29 781	30 880
Průmyslové zboží	36 365	39 356	38 455	34 713	38 209	36 746	33 717	35 998	34 625
Služby	45 862	68 196	41 705	39 511	47 042	44 147	41 837	40 629	44 600
Platby a jiná vydání	19 922	32 778	15 146	19 144	25 598	18 055	16 818	13 429	19 799
ČISTÁ PENĚŽNÍ VYDÁNÍ CELKEM	133 279	175 577	127 292	123 366	141 811	130 001	121 872	119 838	129 904
SPOTŘEBNÍ VYDÁNÍ (CZ-COICOP) POTRAVINY A NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE	120 827	147 767	121 953	112 095	125 338	118 779	113 018	112 311	117 699
Potraviny	24 448	26 677	25 820	23 739	24 669	24 192	23 226	22 929	24 720
Pekárenské výrobky, obiloviny	22 262	24 273	23 436	21 600	22 484	22 098	21 177	20 856	22 507
Pekárenské výrobky, obiloviny	3 991	3 882	4 100	3 927	3 950	4 023	3 995	4 012	4 033
Maso	6 105	6 523	6 919	6 045	6 324	5 709	5 582	5 512	6 496
Ryby	630	815	655	618	585	560	531	661	651
Mléko, sýry, vejce	4 389	5 052	4 527	4 130	4 384	4 372	4 466	3 910	4 226
Oleje a tuky	1 181	1 170	1 237	1 130	1 195	1 304	1 151	1 122	1 124

Příloha č. 2: Podíl výdajů domácností v regionu Severozápad na potraviny za rok 2013 (pokračování)

	Domácnosti celkem	Region soudržnosti (NUTS 2)							
		Hl. město Praha	Střední Čechy	Jihozápad	Severozápad	Severovýchod	Jihovýchod	Střední Morava	Moravskoslezsko
Ovoce	1 502	1 832	1 475	1 438	1 491	1 615	1 303	1 400	1 485
Zelenina, brambory	2 034	2 501	2 023	2 023	2 168	2 058	1 692	1 860	2 045
Cukr, marmeláda, med, čokoláda, cukrovinky a cukrářské výrobky	1 599	1 612	1 624	1 485	1 473	1 679	1 626	1 603	1 647
Potravinářské výrobky a přípravy	831	886	876	804	913	779	831	776	800
Struktura vydání v %:									
SPOTŘEBNÍ VYDÁNÍ (CZ-COICOP)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Potraviny a nealkoholické nápoje	20,2	18,1	21,2	21,2	19,7	20,4	20,6	20,4	21,0
Alkoholické nápoje, tabák	2,8	2,6	2,9	2,8	2,9	2,9	2,7	2,7	3,0
Odivání a obuv	4,7	4,9	4,7	4,6	4,3	4,7	5,2	5,2	4,3
Bydlení, voda, energie, paliva	22,2	25,0	20,0	21,4	23,5	21,3	21,9	20,9	23,0
Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy	5,5	5,0	5,5	5,4	5,3	5,7	5,6	5,3	6,1
Zdraví	2,6	2,8	2,6	2,7	2,3	2,6	2,7	2,6	2,5
Doprava	11,0	9,4	12,2	11,8	12,0	10,9	10,4	11,2	10,6
Pošty a telekomunikace	4,3	4,6	4,6	4,3	4,6	4,3	4,0	4,2	3,9
Rekreace a kultura	9,3	10,6	9,3	8,6	8,9	9,4	8,9	9,4	8,8
Vzdělávání	0,6	0,9	0,5	0,4	0,5	0,6	0,6	0,4	0,4
Stravování a ubytování	5,2	5,5	4,5	5,0	4,4	5,5	5,4	5,9	4,7
Ostatní zboží a služby	11,6	10,7	12,0	11,9	11,5	11,7	12,0	11,7	11,6

Zdroj: [7]

