

MENDELOVA UNIVERZITA

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií

Mezinárodní rozvojová studia

Analýza výrobní činnosti podniku Sonnentor

bakalářská práce

Vedoucí práce:

Bc. Ing. Eva Sapáková, Ph.D.

Vypracoval:

Martin Sukovátý

V Brně 2015

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Analýza výrobní činnosti podniku Sonnentor vypracoval samostatně pod vedením Bc. Ing. Evy Sapákové, Ph.D. a uvedl v seznamu literatury všechny použité literární a odborné zdroje.

Brno, květen 2015

.....

Na tomto místě bych rád poděkoval paní Bc. Ing. Evě Sapákové, Ph.D. za cenné rady, připomínky a odborné vedení při zpracování mé bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat panu Ing. Josefu Dvořáčkovi za poskytnuté informace a interní dokumenty společnosti Sonnentor.

Abstrakt

Bakalářská práce analyzuje výrobní činnost podniku Sonnentor. Firma a struktura její činnosti mezi mateřskou rakouskou firmou a její dceřinou společností jsou v práci také popsány. Je zhodnocena kvalita výrobků, představen nabízený sortiment a základní filozofie společnosti, kterou je podpora trvalého růstu a ochrana životního prostředí. Analyzovány jsou také výrobní procesy a balení výrobků do ekologicky rozložitelných obalů. Konečnými výsledky analýzy jsou rozbor hospodaření celého podniku, SWOT analýza české firmy a její srovnání s mateřskou společností.

Klíčová slova: biopotraviny, ekologické zemědělství, konvenční zemědělství, výroba, SWOT analýza

Abstract

Bachelor thesis is focused on the analysis of work activities of Sonnentor company. The analysis introduces the company, and the structure of its activity between Austrian parent company and its Czech subsidiary company are also described. The quality of products is evaluated and there are introduced the production range and basic company philosophy, which is permanent growth and environmental protection. The research also involves the production processes and product packaging into environmental degradable packages. Final results analyse the economic management of the whole enterprise, SWOT analysis of the Czech firm and its comparison with its subsidiary company.

Keywords: organic food, ecological farming, conventional agriculture, production, SWOT analysis

OBSAH

1. ÚVOD	8
2. CÍL PRÁCE	10
3. TEORETICKÁ ČÁST	11
3.1. BIOPOTRAVINY	11
3.2. ROZDÍLY MEZI EKOLOGICKÝM A KONVENČNÍM ZEMĚDĚLSTVÍM	11
3.3. PODMÍNKY PRO OZNAČENÍ „BIO“	12
3.4. KONTROLA A CERTIFIKACE BIOPOTRAVIN V ČR A V RAKOUSKU	16
3.5. EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ V ČR.....	18
3.6. EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ V RAKOUSKU	19
3.7. ANALÝZA TRHU S BIOPOTRAVINAMI V ČR.....	20
3.7.1. Sortiment nabídky biopotravin na českém trhu.....	20
3.7.2. Podíl domácích a zahraničních biopotravin na českém trhu.....	20
3.7.3. Podíl domácích a zahraničních biopotravin na rakouském trhu.....	21
3.7.4. Výrobci biopotravin v Česku.....	22
3.7.5. Formy prodeje.....	23
3.7.6. Distribuce biopotravin na českém trhu.....	24
3.7.7. Distribuce biopotravin na rakouském trhu	25
3.7.8. Poptávka po biopotravinách v ČR	26
3.7.9. Poptávka v Rakousku	28
4. MATERIÁL A METODIKA	29
4.1. PODNIK SONNENTOR.....	29
4.2. SONNENTOR VE SPRÖGNITZ	31
4.3. VÝROBA.....	32
4.4. PŮVOD SUROVIN	33
4.5. STRUKTURA DODAVATELŮ SUROVIN PRO SONNENTOR	33
4.6. SPOTŘEBNÍ TRHY	34
4.7. KVALITA.....	35
4.8. PODPORA TRVALE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE V ČEJKOVICÍCH	36
4.9. PROCESY VE VÝROBĚ A ODBYTU PORCOVANÝCH A SYPANÝCH ČAJŮ SONNENTOR	36
4.10. OBALOVÉ MATERIÁLY	38
4.11. SORTIMENT	39

5. VÝSLEDKY	42
5.1. HOSPODAŘENÍ PODNIKU.....	42
5.1.1. <i>Zadluženost</i>	44
5.2. SWOT ANALÝZA	46
6. DISKUZE	47
7. ZÁVĚR	49
8. POUŽITÁ LITERATURA	50
SEZNAM OBRÁZKŮ	54
SEZNAM TABULEK	55

1. Úvod

Biopotraviny jsou světovým fenoménem dnešní doby. V 70. letech 20. století se mezi hlavní diskutovaná témata zařadily ochrana přírody a trvale udržitelný rozvoj. Od té doby se hledají šetrné způsoby produkce výrobků, alternativní zdroje energie, nové zdroje nahrazující ropu, vše, co pomůže udržet život na planetě pro další generace. Biopotraviny jsou součástí tohoto trendu a také nového životního stylu. Hlavním přínosem biopotravin je ekologicky šetrné zpracování a původ surovin zpracovaných přirozenou cestou bez účasti chemického průmyslu zatěžujícího přírodu a lidský organismus. Díky zvyšujícímu se povědomí spotřebitelů o biopotravinách roste i poptávka po nich, což umožňuje růst sektoru ekologického zemědělství, jehož tvoří ekofarmy a další producenti bioproduktů a biopotravin.

Rostoucí zájem po biopotravinách podněcuje nabídku. Rozšiřuje se paleta nabízeného sortimentu zboží a s tím i počet producentů, distributorů, obchodníků a samozřejmě i spotřebitelů. Zemědělské podniky přechází na ekologický systém hospodaření. Tvoří se kvalitnější distribuční síť, jejíž hustota je v ČR neporovnatelně vyšší oproti období před deseti lety. Biopotraviny se objevují na policích regálů v supermarketech i menších obchodech, nikoliv pouze ve specializovaných prodejnách. Nevýhodou tohoto lukrativního byznysu je vyšší cena v porovnání s běžně vyrobenými potravinami. Avšak soudobý globální trend ochrany životního prostředí, zdravá výživa a zajištění trvale udržitelného růstu mění prioritu volby nižší ceny u stále se rozšiřující řady spotřebitelů. Tento fenomén je však typický především v rozvinutých státech. Chudé rozvojové země se podílí na pěstování surovin pro výrobu, ale jejich podíl na celosvětové poptávce hotových biopotravin je daleko menší.

Budoucnost biopotravin je perspektivní, pokud nepřijde negativní zásah do nabídky nebo poptávky. Jeho příčinou může být například světová ekonomická krize, která snižuje rozpočet domácností i státu dotujícího výrobu. Právě tato příčina se projevila před pár lety.

Firma Sonnentor s. r. o. je jedním z největších českých výrobců a vývozců biopotravin. Společnost spolupracuje s dodavateli bioproduktů z celého světa. Veškeré suroviny potřebné k výrobě a celý proces výroby biopotravin podléhají přísným ekologickým normám, jejichž plnění je pravidelně a důkladně kontrolováno. Součástí filozofie firmy je trvale udržitelný růst.

Téma Analýza výrobní činnosti podniku Sonnentor jsem si vybral zejména proto, že mě zajímá problematika biopotravin ve výrobním prostředí. Dalším důvodem je, že proces výroby biopotravin je založen výhradně na zpracování zdraví prospívajících surovin bez přidaných chemických látek, tudíž dochází k eliminaci škodlivých látek, které jsou dnes již běžnou součástí složení potravin. Původ bioproduktů a výroba biopotravin jsou spojeny s ekologicky šetrným přístupem k přírodě a s podporou trvale udržitelného růstu, což přímo koresponduje s jedním z hlavních témat, kterými se zabývá obor mého studia a se směrem, kterým se ubírá moje fakulta.

2. Cíl práce

Hlavním cílem praktické části je provést analýzu výrobní činnosti firmy Sonnentor a její mateřské společnosti v Rakousku. V souvislosti se společnou filozofií a na základě propojení a spolupráce obou firem analyzovat strukturu rozdělení jejich výrobních činností a porovnat výsledky jejich hospodaření. Je také stanovena hypotéza, že rakouská firma, která je větší a významnější ve své zemi, vykazuje jednoznačně lepší výsledky hospodaření. Cílem teoretické části je popsat základní pojmy, jako jsou biopotravina, bioprodukt, značení biopotravin, rozdíl mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím a provést analýzu trhu s biopotravinami v ČR a v Rakousku a porovnat jejich ekologické způsoby hospodaření.

3. Teoretická část

3.1. Biopotraviny

Základní pojmy

Biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními předpisy, na něž bylo vydáno osvědčení o biopotravině.

Bioprodukt je podle zákona o ekologickém zemědělství surovina rostlinného nebo živočišného původu, získaná v ekologickém zemědělství a určená na základě osvědčení k výrobě biopotravin (Biopotraviny hodnocení kvality, zpracování a marketing, 2002).

Ekologické zemědělství je způsob hospodaření kombinující nové poznatky s tisíciletými zkušenostmi našich předků, bez používání umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků, hormonů a umělých látek, zatěžujících životní prostředí a kontaminujících potravní řetězce. Je zdrojem kvalitních potravin, čistého životního prostředí a základem udržitelného rozvoje (Ekopradna.cz, 2014).

3.2. Rozdíly mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím

Základní rozdíl mezi ekologickým a konvenčním zemědělstvím spočívá ve způsobu hospodaření. Konvenční zemědělství je rozšířenějším typem hospodaření, které nebere zřetel na životní prostředí a jeho ochranu. V neomezeném množství používá pesticidy, fungicidy a další chemické přípravky. Podle výsledků celé řady dlouhodobých srovnávacích studií lze v porovnání ekologického a konvenčního systému hospodaření učinit následující závěry. Ekologické zemědělství (dále EZ) má více pozitivních efektů na ochranu přírodních prvků a na krajinu než zemědělství konvenční. Ekologické hospodaření podporuje vyšší biodiverzitu flóry a fauny na obhospodařovaných plochách a v okolních biotopech. Rovněž je zde vyšší diverzita pěstovaných plodin. Na ekologicky obhospodařovaných plochách bývá zaznamenán vyšší obsah organické hmoty v půdě, větší oživení a vyšší biologická aktivita. Agroekosystém v EZ bývá více diverzifikován a spolu se způsobem obhospodařování má vyšší potenciál k ochraně půdy před erozí (Ekologické zemědělství a biopotraviny, 2010).

3.3. Podmínky pro označení „bio“

Označování bioproduktů

Bioprodukt, který slouží jako surovina k výrobě biopotravin, se označí jako ekologický tak, že se k jeho názvu vždy uvede slovo „bio“ a identifikační kód kontrolního orgánu a nevyklučuje-li to povaha bioproduktu i grafický znak. Takto je možno označit pouze rostlinný nebo živočišný produkt, na který vydal kontrolní orgán osvědčení o původu bioproduktu. Živočišné produkty mohou být označovány teprve po uplynutí nejkratší doby chovu pro hospodářské zvíře, ze kterého pocházejí (Biopotraviny, 2005). Od července 2010 vstoupila v platnost nová pravidla EU pro označování biopotravin, která zahrnují i požadavek zobrazovat nové logo EU (tzv. eurolist) pro ekologickou produkci (obr. 1). Tento eurolist je znázorněn na balených bioproduktech, které byly vyrobeny v členských státech EU a splňují stanovené normy. Vedle označení EU je nadále možné používat další soukromá, regionální či národní loga. Uvádění loga na nebalených a dovážených bioproduktech je dobrovolné. Dalším pravidlem pro označování je také povinnost uvádět místo, kde byly složky produktu vyprodukovány, a číselný kód subjektu, který měl na starosti kontrolu (Evropská komise, 2010).



Obr. 1: *Eurolist* (zdroj: ec.europa.eu)

Označování biopotravin

Značení biopotravin v ČR podléhá evropské legislativě a zákonu 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Podle této legislativy musí být každá potravina označená slovem BIO či jiným odkazem na způsob produkce v ekologickém zemědělství opatřena na obalu kódem organizace, která provedla kontrolu, zda výrobek splňuje zákonné podmínky pro biopotraviny. Díky kódu je možné snadno dohledat na stránkách jednotlivých kontrolních organizací, zda výrobek skutečně prošel kontrolou. Kódy těchto

organizací musejí být zároveň doplněny grafickým znakem tzv. biozebrou (obr. 2) (Biospotřebitel.cz, 2014).



Obr. 2: Biozebra (zdroj: biospotřebitel.cz)

V současné době kontroly provádí čtyři kontrolní organizace. Jsou jimi KEZ o.p.s., ABCERT AG, BIOKONT CZ, s.r.o. a Bureau Veritas Czech Republic s.r.o. (Ročenka 2012 Ekologické zemědělství v ČR, 2013).

Označení biopotravina může nést pouze výrobek, při jehož výrobě bylo použito více než 95% hmotnosti nebo objemu bioproduktů, přidaných látek a pomocných látek a na který kontrolní orgán vydal osvědčení o biopotravině. Pokud při výrobě bylo použito méně než 95% avšak alespoň 70% hmotnosti nebo objemu bioproduktů, přídavných látek a látek pomocných, označí se biopotravina ještě údaji o procentním obsahu složek zemědělského původu pocházejících z ekologického zemědělství nebo z přechodného období (Biopotraviny, 2005). Přechodné období je období, ve kterém dochází k přeměně zemědělské výroby na ekologické zemědělství a k odstranění vlivu negativních dopadů předchozí zemědělské činnosti na zemědělskou půdu, krajinu a životní prostředí (Zeraagency.eu, 2014).

Označovat rostlinný nebo živočišný produkt a potravinu, na které nebylo vydáno osvědčení o původu, slovem „bio“ nebo „eko“ nebo grafickým znakem nebo jakýmikoli údaji poukazujícími na ekologický, organický či přírodní způsob zemědělské výroby je zakázáno (Biopotraviny, 2005).

Označování biopotravin v Rakousku

Bioprodukty a biopotraviny v Rakousku mohou být identifikovány následujícím označením: z ekologického zemědělství, bio, bio-přírodní, bio-dynamické nebo ekologické. Stejně jako v ČR musí být na obalu číslo kontrolní organizace a od roku 2009

také logo EU pro ekologické zemědělství, dále informace o tom, zda potravina byla vyrobena v určitém členském státě EU nebo mimo Evropskou unii. Bioprodukty mohou nést označení "z ekologického zemědělství" pouze tehdy, pokud 100 % použitých surovin pochází z ekologického zemědělství. Nicméně toleruje se i poměr 95 %, protože ne všechny suroviny jsou k dispozici v bio kvalitě, takže až 5 % složek obsažených v potravine může pocházet z konvenčního zemědělství. Pokud se méně než 95 % potraviny skládá z bioproduktů, může být označení bio uvedeno pouze na zadní části obalu v seznamu složení.

Identifikační znaky biopotraviny

- Značka z ekologického zemědělství
- Označení BIO na obalu
- Identifikační kód kontrolní organizace (např. AT-BIO-301)
- Výrobek musí nést logo EU pro biopotraviny
- Značka AMA (Agrarmarkt Austria = státní zemědělská agentura) nebo značka výrobce bioproduktu na obalu

Objeví-li se na obalu potraviny výraz BIO, logo biopotraviny a místo, kde byly jednotlivé složky biopotraviny vyrobeny, musí být uveden na obalu jeden z těchto termínů: "Zemědělství EU", pokud by byly zemědělské suroviny vyrobené v Evropské unii; "Zemědělská produkce mimo EU", pokud by byly zemědělské suroviny vyprodukované ve třetích zemích; "EU / zemědělská produkce mimo EU", v případě, že zemědělské suroviny byly vyrobeny částečně uvnitř společenství a částečně ve třetí zemi. Pokud všechny zemědělské suroviny obsažené ve složení biopotraviny pochází z jedné země, jméno této země může nahradit značení EU nebo „mimo EU“ nebo může být přidáno (obr. 3) (Biologische Landwirtschaft in Österreich, 2015).



Obr. 3: Označení biopotraviny vyrobené v Rakousku
(zdroj: *Biologische Landwirtschaft in Österreich*, 2015)



Obr. 4: Označení biopotraviny, jejíž konzistence pochází z různých zemí
(zdroj: *Biologische Landwirtschaft in Österreich*, 2015)

Ekologické normy

Biopotravina je ze zákona produkt ekologického zemědělství. Znamená to, že musí být vyrobena z rostlin, živočichů a jejich produktů, pěstovaných, chovaných a zpracovaných podle Zákona o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb. a Nařízení Rady EHS č. 834/2007. Kromě toho musí samozřejmě splňovat i všechny požadavky na bezpečnost a zdravotní nezávadnost podle Zákona o potravinách.

Zpracovatelé bioproduktů musejí:

- vést tzv. registr výrobních činností a registr zpracovaného množství;
- dodržovat hygienické a veterinární normy platné pro výrobu potravin obecně;
- přijmout opatření zamezující znečištění biosurovin nepovolenými látkami.

(Ekologické zemědělství a biopotraviny, 2010)

3.4. Kontrola a certifikace biopotravin v ČR a v Rakousku

Dozor nad dodržováním zákona o ekologickém zemědělství v ČR vykonává Ministerstvo zemědělství. Ministerstvo uzavírá na základě výběrového řízení smlouvu s vybranou právnickou osobou (pověřená osoba), na základě níž je pověřená osoba (kontrolní orgán) oprávněna vydávat osvědčení o původu bioproduktu, osvědčení o biopotravině a provádět kontroly a další odborné úkony (Biopotraviny, 2005). Od 1. 1. 2010 byl ke kontrole ekologického zemědělství vedle soukromých subjektů pověřen také Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, dále jen ÚKZÚZ. Soukromé kontrolní subjekty KEZ o.p.s., ABCert AG, Biokont, s.r.o. a Bureau Veritas Czech Republic s.r.o. zajišťují kontrolní činnosti spojené s vydáním osvědčení o původu bioproduktu, biopotraviny nebo ostatního bioproduktu, zatímco ÚKZÚZ provádí úřední kontrolu podle nařízení Evropského parlamentu a Rady ES č. 882/2004. Úřední kontrolou je ověřováno dodržování právních předpisů týkajících se krmiv a potravin a pravidel týkajících se zdraví zvířat a dobrých životních podmínek zvířat (Bezpecnostpotravin.cz, 2012).

Pravost a skutečná ekologická kvalita bioproduktů a biopotravin je zaručena nezávislým kontrolním a certifikačním systémem. Ekologičtí zemědělci, zpracovatelé biopotravin i obchodníci s bioprodukcí jsou zařazeni do systému nezávislé a nepřetržité kontroly, která probíhá na všech stupních výroby a zpracování (Biopotraviny, 2005). Každý podnik podléhá minimálně jednou za rok celkové kontrole, která je ohlášená. Inspektor ohlásí podniku termín kontroly předem. Kontrola zahrnuje celý podnik, tj. pozemky a kultury, stáje a zvířata, stroje, technologická zařízení a technologie, sklady a ostatní provozní prostory, obaly a textaci, provozní, skladovou a účetní evidenci. Kontrolor ověří rovněž správnost a úplnost údajů uvedených v přihlášce a vyplní formulář zápisu o kontrole. Provádí se také kontroly neohlášené, které jsou dvojího druhu: nařízené a namátkové. Nařízené kontroly jsou cílené. Tento typ kontroly se využívá v případech problematických podniků nebo vzniklo-li podezření na použití nepovolených prostředků nebo postupu. Účelem nařízených kontrol je zjištění, zda podnik plní uložená nápravná opatření (Biopotraviny, hodnocení kvality, zpracování a marketing, 2002).

Kontrola a certifikace jsou personálně odděleny. Výsledky kontrol posuzují pracovníci certifikačního oddělení. Podle výsledku hodnocení kontrol se provádí osvědčování bioproduktů. V případě porušení podmínek jsou podle závažnosti jednotlivých případů uložena nápravná opatření nebo sankce. Sankce za závažné porušení zákona, zvláště

opatření a zrušení registrace uděluje na návrh kontrolního orgánu Ministerstvo zemědělství. Odepření vydání osvědčení a udělení nápravných opatření je v pravomoci kontrolních subjektů (Biopotraviny, 2005).

Úkolem kontrolních orgánů jsou hlášení podniků dozorovému orgánu, vykonávání kontroly v podnicích, certifikace, ukládání sankcí za menší přestupky a podávání zpráv dozorovému orgánu (Biopotraviny, 2005).

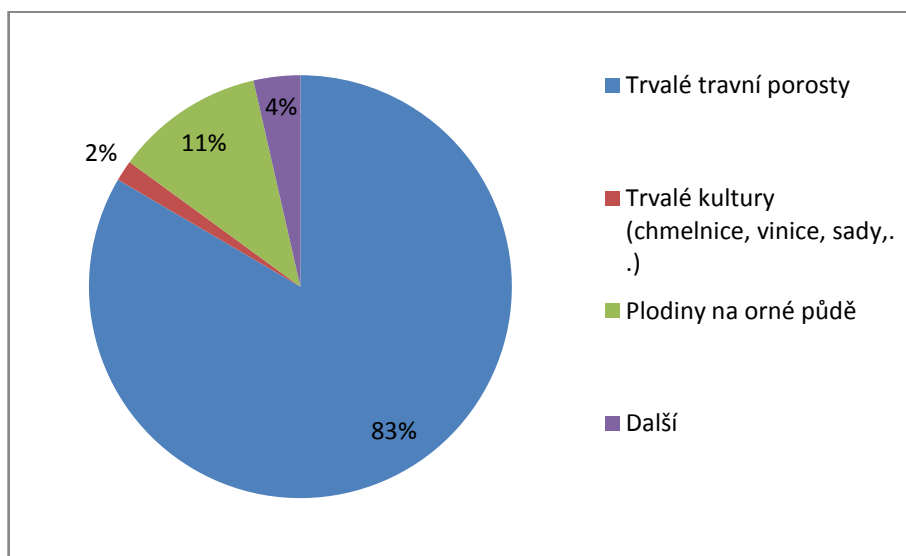
Mezi hlavní činnosti certifikačního oddělení patří: analyzování a posuzování výsledků kontrol, vydávání osvědčení, odepření vydání osvědčení o biopotravinách, potvrzování osvědčení pro prodej na základě žádosti ekologického podnikatele, výrobce biopotravin nebo distributora a zveřejňování seznamů osvědčených biopotravin. Podobně jako kontrolní oddělení nesmí provádět poradenskou činnost (Biopotraviny, 2005).

Struktura kontrolního systému v Rakousku je téměř totožná s českým modelem, a proto bylo vybráno ke srovnávací analýze. Rakouské i české zemědělství podléhá jednotným legislativním normám a předpisům EU. Rakousko je zemí, která významně podporuje své ekologické zemědělce, což se mimo jiné projevuje vysokou četností sdružení s ekologickým zaměřením. V Rakousku jsou dvě třetiny z celkového počtu ekofarem členy sdružení ekologického zemědělství (zejména Bio Austria). Členství je podmíněno dodržováním směrnic tohoto sdružení, které mohou být dokonce přísnější než ty, které odpovídají nařízením EU. To dává zemědělci právo používat označení sdružení pro jeho produkty. V takovém případě výše uvedené kontrolní orgány také sledují, jestli zemědělský podnik postupuje v souladu s konkrétními směrnici o přidružení.

V případě, že kontrolní pracovníci skutečně odhalí nesrovnalosti u zemědělce, který nespĺňuje předpisy, jimiž se řídí ekologické zemědělství, následují přísné sankce v závislosti na vážnosti porušení. Sankce mohou mít podobu ztráty licence na prodej dotyčné šarže nebo obecného povolení označovat všechny výrobky za ekologické. Kromě toho musí vrátit poskytnuté dotace, což může způsobit vážné finanční ztráty (Biologische Landwirtschaft in Österreich, 2015).

3.5. Ekologické zemědělství v ČR

Posledních 15 let sílí ze strany české vlády podpora ekologického zemědělství. Z pohledu územní struktury prudce roste zejména oblast trvalých travních porostů. Nicméně většina zemědělců je stále vysoce závislá na dotacích a vývoji trhu. České ekologické produkci dominuje chov hospodářských zvířat, což má právě také spojitost s vysokým podílem trvalých travních porostů, které z pohledu užití půdy dlouhodobě dominují, v roce 2013 s výměrou přesahující 410 tis. ha. Podíl trvalých travních porostů (TTP) na celkové výměře v EZ nabývá hodnoty 83 % (obr. 5). Oblasti TTP lze nalézt zejména v horských a podhorských oblastech, kde je kladen důraz na zachování krajiny. Plochy orné půdy se i přes mírný pokles drží na necelém 12% podílu. Od roku 2007 stoupala významně výměra trvalých kultur, což je způsobeno zejména navýšením dotací na tuto produkci, ale také např. posílením know-how v oblasti pěstování ovoce a vína v kvalitě bio. V roce 2013 vzrostly plochy vinic o 4,4 % a plochy sadů o 1,5 %, plocha chmelnic se zvýšila z 12,3 na 14,1 ha (Organic sector in Germany, Austria and Czech Republic, 2012 a Ročenka EZ, 2013).



Obr. 5: Užití ekologicko-zemědělské půdy ke konci roku 2013

(zdroj: Ročenka EZ 2013)

V posledních několika letech došlo v České republice k dynamickému nárůstu počtu ekologických farem i výrobců biopotravin (tab. 1). Zájem o tento způsob hospodaření nastal zejména díky zvýšení a stabilizaci státní podpory v rámci Programu rozvoje venkova. Dalším faktorem byla stoupající poptávka po biosurovinách ze strany výrobců

biopotravin a zahraničních odběratelů a v neposlední řadě i zájem spotřebitelů, vyvolaný řadou informačních kampaní státu i maloobchodních řetězců, které propagovaly biopotraviny zejména jako součást moderního a zdravého životního stylu (Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015).

Tab. 1: *Počet vybraných ekologických subjektů v ČR (zdroj: Vlastní úprava podle Eagri.cz, 2015)*

Ekologické subjekty podle typu činnosti	31.12.2011	18.3.2015
Ekologický zemědělec	3972	3925
Výrobce biopotravin	450	512
• z toho faremní zpracovatel	130	205
Ekologický zemědělec, který je současně výrobcem biopotravin	155	221
Celkový počet ekologických subjektů	4464	4461

3.6. Ekologické zemědělství v Rakousku

Velmi úspěšně si vede v ekologickém zemědělství i ve spotřebě biopotravin náš jižní soused Rakousko. V roce 2010 se této zemi podařilo upevnit svoji vedoucí pozici v oblasti evropského ekologického zemědělství a trhu s biopotravinami (Potravinařská revue, 2012). Jedním z hlavních důvodů pro rychlý vzestup jsou dotace pro ekologické zemědělce, které byly zavedeny už v roce 1991 a dále rozšířeny po vstupu Rakouska do Evropské unie v roce 1995. Dalším impulsem bylo zavedení biopotravin do sortimentu velkých obchodních řetězců v roce 1994. S tímto krokem se výrazně zvýšilo povědomí spotřebitelů, kteří byli ochotni zaplatit vyšší cenu pro podporu zachování zdravého životního prostředí (Biologische Landwirtschaft in Österreich, 2015). V systému rakouského ekologického zemědělství je obhospodařováno 19,4 % ploch z celkové obhospodařované výměry, což představuje téměř 545 tisíc hektarů. Na této zemědělské půdě v roce 2010 hospodařilo 21 798 ekologických podnikatelů, tj. 16,2 % ze všech rakouských zemědělců. Obchod s biopotravinami dosáhl v tomto roce výše 1,12 mld. EUR. Podíl obrátu na celkovém prodeji potravin se blíží 7 %. Hlavními prodejními místy jsou maloobchodní sítě (68 % z celkového objemu prodeje), bioobchody a biotrhy (14 %). Přímý prodej z farmy a export činil 7 % a stravování 5 %. V roce 2010 byl zaznamenán v

ekologických chovech velký nárůst stavu drůbeže (o 70 %), skotu a prasat (o 40 %), což se projevilo zvýšeným objemem prodeje těchto komodit (Potravinářská revue, 2012).

3.7. Analýza trhu s biopotravinami v ČR

3.7.1. Sortiment nabídky biopotravin na českém trhu

Sortiment českých biopotravin je poměrně široký a zahrnuje především následující výrobky: mléko a mléčné výrobky (jogurty, sýry, tvaroh atd.), pečivo, čaje, koření, mouku, těstoviny, dětskou výživu, vejce, kuřecí, vepřové a hovězí maso, ovoce, zeleninu, sušené ovoce, víno atd. U některých komodit je ale nabídka nedostatečná a nepokrývá poptávku spotřebitelů (např. vejce, ovoce, zelenina). Některé biopotraviny nejsou českými výrobci biopotravin produkovány vůbec a dovážejí se ze zahraničí (např. oleje). Spotřebitelé přispívají nákupem biopotravin k lepším životním podmínkám chovaných zvířat a k nižšímu znečištění životního prostředí chemickými látkami (Eagri, 2015).

Největší nabídku biopotravin poskytují maloobchodní řetězce (dále MŘ). V roce 2013 tvořily nejširší nabídku biopotravin dm drogerie a na druhém místě řetězec Globus, a to především díky zahraničním biopotravinám značky Alnatura.

Nejdůležitější kategorií co do počtu zalistovaných biopotravin byla, je a pravděpodobně bude kojenecká a dětská výživa (všechny její podkategorie dohromady: kaše, maso, náhradní mléčná výživa, nápoje, ovocné příkrmy, sušenky a oplatky, zeleninové příkrmy a menu). Na celkové nabídce se podílí zhruba 24 %, což znamená, že každá 4. biopotravina nabízená v MŘ patří do této stále rostoucí kategorie. V současné chvíli je tato kategorie nejdůležitější (z pohledu počtu zalistovaných biopotravin) ve všech MŘ formátu hypermarket (Globus, Albert, Tesco a Kaufland) a v drogistických řetězcích (dm drogerie a Rossmann). V hypermarketech Albert je stejně silná i kategorie Mléko a mléčné výrobky (Analýza nabídky biopotravin 2009-2013, příloha zprávy o trhu s biopotravinami, 2014).

3.7.2. Podíl domácích a zahraničních biopotravin na českém trhu

Na českém trhu dominují biopotraviny z dovozu. V roce 2010 činil jejich podíl 68 %. Tento stav souvisí se zaměřením českých ekozemědělců na chov dobytka a zpracování živočišných produktů. I s ohledem na to však byla téměř polovina vepřového (43 %) vyrobena v zahraničí, z větší části v Německu. V důsledku zaměření ČR na živočišnou

výrobu je dovážena zejména rostlinná produkce. Z toho téměř všechny luštěniny a olejnatá semena pochází z Turecka a Číny a asi třetina spotřebovaných obilovin (2329 t) z Itálie a Rakouska. Ve stejném roce bylo dovezeno 69 % spotřebovaného bio ovoce (1460 t) a 84 % zeleniny (1572 t), zeměmi původu byly kromě Rakouska a Německa hlavně Itálie, Nizozemsko a Španělsko (Organic sector in Germany, Austria and the Czech Republic, 2012).

Největším konečným prodejcem biopotravin jsou maloobchodní řetězce. Podíl biopotravin z dovozu na celkovém domácím maloobchodním obratu nelze jednoznačně stanovit z důvodu nedostupnosti dat. Samotná definice domácí produkce není navíc zcela jednoznačná. Někdy se totiž k domácí bioprodukcí počítají také produkty, u nichž došlo na území České republiky pouze k přebalení spotřebitelského obalu, což je posledním krokem procesu zpracování. Objem dovozu finálních biopotravin realizovaný distributory a samotnými maloobchodními řetězci (tj. bez zahrnutí dovozu bioproduktů a biopotravin určených k dalšímu zpracování), který byl prodán na českém trhu (tj. nebyl dále reexportován), je odhadován v roce 2012 na 752 mil. Kč, což představuje 46% podíl na maloobchodním obratu v ČR a stejný podíl platil i v předchozích dvou letech. Po započtení objemu dovozu, který realizují tzv. „mix“ subjekty, které do ČR dovezly finální biopotravinu za dalších zhruba 248 mil. Kč, vzroste podíl dovozových biopotravin na českém trhu na 60 % maloobchodního obratu. Pokud by byl započítán navíc i objem dovozu bioproduktů či biopotravin, které jsou na území ČR dále zpracovávány (tj. dovoz biosurovin a bio polotovarů), podíl biopotravin ze zahraničí ještě vzroste (Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014, str. 12).

3.7.3. Podíl domácích a zahraničních biopotravin na rakouském trhu

V současné době 50 % biopotravin prodaných v Rakousku pochází z domácí výroby. Míra soběstačnosti je nejvyšší u chleba, mléka a mléčných výrobků a masa, které je prodáváno v domácím maloobchodě. Naopak poptávka po ovoci a zelenině může být pokryta s přispěním importu, kde Rakousko dováží nejvíce z Německa, Itálie a Španělska jako zemí původu. Nejvýznamnějším obchodním partnerem se zemědělskými výrobky je Německo, následují Itálie, Nizozemsko, Maďarsko a pátá v pořadí Česká republika. Z pohledu ČR je právě Rakousko nejvýznamnějším partnerem exportu biopotravin (Organic sector in Germany, Austria and the Czech republic, 2012).

3.7.4. Výrobci biopotravin v Česku

Ke konci roku 2013 bylo registrováno 471 subjektů jako výrobce biopotravin (resp. 500 výrobních míst). Proti roku 2012 jde o navýšení o 5,1 %. Počty výrobců sice každoročně narůstají, avšak nejde už o tak výrazné navýšení jako v letech 2008 a 2009 (nárůst o 82 % resp. 14 %) (tab. 2) (Ročenka 2013 Ekologické zemědělství v ČR, 2013, str. 9).

Tab. 2: Vývoj počtu registrovaných výrobců biopotravin, za období 2006 – 2013 (zdroj: Ročenka EZ 2013)

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Počet výrobců (vč. provozoven)	152	253	429	497	618	646	495*	500
Počet výrobců – pouze subjekty	n.d.	190	345	395	404	422	448	471
Meziroční změna – celkem (%)	21,6	66,4	69,6	15,9	24,3	4,5	-23,4	1,0
Meziroční změna – pouze subjekty (%)	n.d.	n.d.	81,6	14,5	2,3	4,5	6,2	5,1

* Úbytek výrobců v r. 2012 byl způsoben omezením činnosti společnosti Billa, která ukončila v průběhu roku dopékání biopečiva ze zmražených polotovarů ve svých provozovnách.

Celkový obrat výroby biopotravin v roce 2012, dle údajů poskytnutých výrobcí, činil 1 474 mil. Kč, což představuje nárůst o téměř 6,5 % proti obratu 1 384 mil. Kč v roce 2011. V tomto obratu jsou zahrnuty také obraty společností, které pouze nakoupené bioprodukty přebalují do spotřebitelského balení, jelikož i tato činnost je považována za výrobu biopotravin. Dále je však také zahrnut celkový obrat mix subjektů, realizujících jak vlastní výrobu biopotravin, tak současně distribuci výrobků jiných dodavatelů.

Zhruba dvě třetiny výrobců (67,8 %) uvedly, že v roce 2012 za biopotraviny utržily méně než 2 mil. Kč a jejich podíl na celkovém obratu dosáhl pouhé 4,7 %. Naopak 14 firem s největším obratem za biopotraviny (nad 20 mil. Kč) realizuje téměř tři čtvrtiny celkové výroby biopotravin (72,8%) (viz. tab. 3). Obdobná situace platila i pro předchozí roky 2010 a 2011. Shodně zůstávají také čtyři firmy s obratem nad 100 mil. Kč (PRO-BIO, obchodní společnost s r.o., Country Life s.r.o., Sonnentor s.r.o. a nově RACIO, s.r.o.), které se v roce 2012 podílely na celkovém obratu výrobců 38,6 % (42,9 % v roce 2011) (Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014, str. 18-19). Z toho vyplývá, že drobní producenti a ekofarmy se na celkovém objemu produkce biopotravin v Česku podílí pouze

z malé části. Podstatnou většinu produkce domácích biopotravin vstupující na český trh zajišťuje jen několik největších výrobců.

Tab. 3: *Struktura výrobců dle velikosti obratu za biopotravinu, 2012 (zdroj: Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014)*

Kategorie dle obratu za biopotravinu	Počet výrobců	Obrat za prodej biopotravin	
		tisíc. (Kč)	v %
do 100 tisíc	38	2 956	0,2
100 tis. až 500 tis.	55	18 171	1,2
500 tis. až 1 mil.	24	20 590	1,4
1 mil. až 2 mil.	18	27 284	1,9
2 mil. až 5 mil.	28	98 856	6,7
5 mil. až 10 mil.	14	112 590	7,6
10 mil. až 20 mil.	8	120 589	8,2
20 mil. až 50 mil.	6	209 779	14,2
50 mil. až 75 mil.	2	112 200	7,6
75 mil. až 100 mil.	2	182 000	12,4
nad 100 mil.	4	568 489	38,6
Celkem	199	1 473 507	100,0

3.7.5. Formy prodeje

Přímý prodej

Při přímém prodeji výrobce bezprostředně prodává zboží spotřebiteli. Přímý prodej bývá často spojen s nabídkou stravovacích a ubytovacích služeb na selském dvoře (ekoagroturistika). Hlavní výhodou je, že se zemědělec nedělí o tržby se zpracovateli, dopravci a obchodníky, může získat celé cenové rozpětí pro sebe, resp. se o něj dělit se spotřebitelem. Nevýhodou je velký nárůst práce a dalších nákladů spojených se zpracováním, balením, dopravou k zákazníkovi a prodejem.

Přímý prodej probíhá v podobách samosběru, přímého doručování, stánkového prodeje, obchodu ve dvoře nebo prodeje ze dvora. Princip samosběru spočívá v dohodě mezi zemědělcem a zákazníkem, který si sám nasbírá určité produkty (ovoce, zelenina). Přímé doručování může mít řadu forem navazujících na objednávkový systém (zásilkový prodej, rozvoz do domu či na určené místo apod.). Se stánkovým prodejem se můžeme setkat na tržnici, u cest, u dodávkového auta nebo na jiných frekventovaných místech. Stánky jsou

vhodné pro produkty nabízené sezónně. Základním sortimentem obchodu ve dvoře jsou vejčička a zelenina. Tento typ prodeje se může vyplatit, pokud funguje celoročně. Prodej ze dvora se od předchozího typu liší tím, že prodává zboží pouze sezónně a bez obchodu na farmě. Někdy také slouží jako doplněk jiným formám prodeje, například pro odbyt produktů, které jsou v nadbytku a neodpovídají přesně požadavkům odběratelů, nebo pro prodej na tržnici (Biopotraviny, hodnocení kvality, zpracování a marketing, 2002).

Zprostředkovaný prodej

Při zprostředkovaném prodeji spotřebitel nekupuje biopotraviny přímo u výrobce, ale u prodejce, který tvoří mezičlánek obchodu mezi výrobcem a spotřebitelem. Jedná se tedy o zprostředkovaný nebo-li nepřímý prodej. Hlavními zprostředkovateli prodeje biopotravin v ČR jsou velkoobchody, maloobchody a specializované prodejny.

Velkoobchod je obchod prováděný ve velkém či větším měřítku, který není primárně určen pro konečného spotřebitele (domácnosti, jednotlivé osoby). Může jít o obchod mezi přímými výrobci a dalšími obchodníky nebo o obchod mezi specializovanými obchody konkrétního sortimentu (elektro, nápoje, stavebniny) a maloobchodníky. Velkoobchodní prodejní jednotky pak nejčastěji zásobují jiná velkoobchodní zařízení nebo maloobchodní síť (Wikipedia.org, 2014).

Maloobchod je způsob prodeje zpravidla menšího objemu zboží konečnému spotřebiteli – tedy obchod v malém měřítku. V rámci maloobchodu existuje řada nejrůznějších odbytových forem, jako je prodej v pultových prodejnách, samoobslužných prodejnách, supermarketech, hypermarketech, obchodních domech, apod. (Wikipedia.org, 2014).

Specializované prodejny na biopotraviny nabízí nejlepší zákaznický servis, specifický sortiment, exotické potraviny a potraviny vyhlášených zahraničních značek, ale jsou charakteristické vyššími cenami a malým zastoupením v menších městech (Nazeleno.cz, 2009).

3.7.6. Distribuce biopotravin na českém trhu

Výrobci v roce 2012 využívali na českém trhu k prodeji biopotravin nejčastěji maloobchodní řetězce (43,0 %), specializované prodejny (tj. prodejny zdravé výživy a biopotravin; 25,4 %) a velkoobchody (10,8 %). Prodej přes nezávislé prodejny potravin se držel na podobné úrovni jako v roce předchozím, tj. na 1,6 %. Více než 4 % vyrobených

biopotravin směřovala k dalšímu výrobcí biopotravin (např. vyrobené mouky / směsi, med, koření / bylinky, oleje, cukr). Podíl ostatních distribučních cest zahrnujících přímý prodej, prodej přes lékárny či drogerie a gastronomii, opět meziročně vzrostl z 11 na 13%. Nárůst byl způsoben zejména zvýšením podílu přímého prodeje ze 7 na 9,7 % (Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014, str. 23).

Distributoři k prodeji biopotravin na českém trhu nejčastěji využívali maloobchodní řetězce (44 %), lékárny (20 %), drogistické řetězce (14 %), prodejny zdravé výživy a biopotravin (6 %) a jiné (8 %). Naopak k dalšímu zpracování či jinému obchodníkovi mířilo 8 % obratu. Distributoři oproti výrobcům v rámci bio trhu využívali mnohem více alternativní cesty, tedy prodej přes lékárny, drogerie, gastronomii či nezávislé prodejny potravin. Naopak méně se spoléhali na specializované prodejny a maloobchodní řetězce. Distributoři směřovali větší objem prodeje také k dalším výrobcům biopotravin. Podobný objem prodeje připadal u výrobců i distributorů na přímý prodej konečným spotřebitelům a na prodej do velkoobchodů (Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014, str. 32).

K největším distributorům z pohledu obratu za prodej biopotravin patřila v roce 2012 jednoznačně společnost Hipp Czech s. r. o., následovaná společnostmi SOLEX AGRO s. r. o., která se orientuje především na zahraniční trhy, díky nimž se řadí mezi největší tuzemské distributory, k dalším předním distributorům v ČR patří BOKADA, s. r. o., Fair Trade Centrum s. r. o., Tchibo Coffee Service CZ, SUNFOOD VM s. r. o., ZLATÁ VEJCE a. s., KUK Bohemia, s. r. o. a HERO CZECH s. r. o. Do kategorie významných distributorů patří mimo jiné společnosti PRO-BIO, obchodní společnost s r.o. a Country Life s. r. o., jejichž obrat je však již zahrnut v obratu výrobců biopotravin, protože se zabývají také výrobou (Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014, str. 29).

3.7.7. Distribuce biopotravin na rakouském trhu

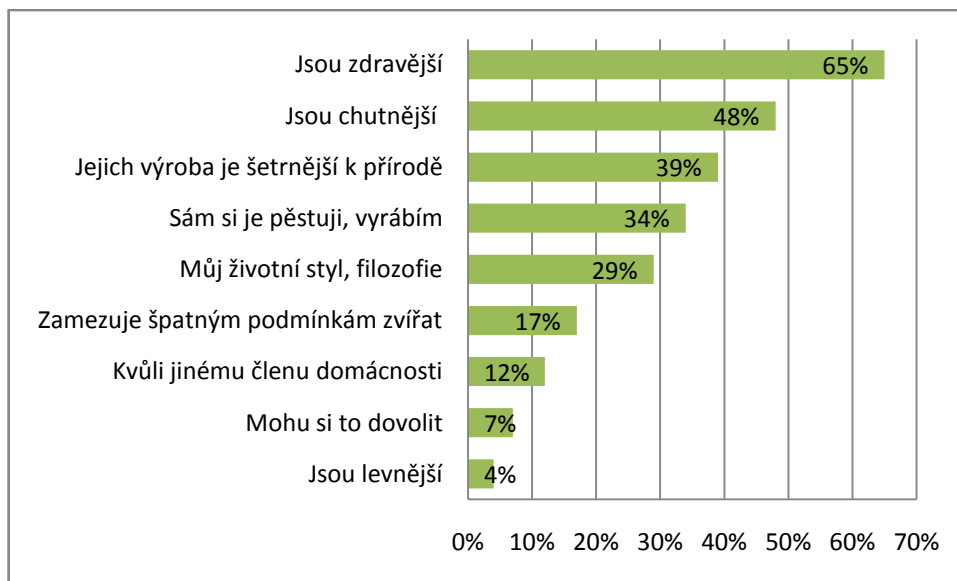
V roce 2013 podíl biopotravin na celkovém prodeji potravin v odvětví čerstvé potraviny ze supermarketů (bez obilovin) činil v Rakousku zhruba 7 %. Podle odhadů Bio Austria, celkem asi 1 miliarda EUR ročně je vynaložena na biopotravinu. 67 % z obratu získaly maloobchodní prodejny potravin, 14 % vydělaly specializované bioprodejny potravin, průmyslové kuchyně a gastronomie 5 %, přímý marketing 7 % a dalších 7 % obratu z ekologických produktů je dosaženo pomocí exportu (Biologische Landwirtschaft in Österreich, 2015).

3.7.8. Poptávka po biopotravinách v ČR

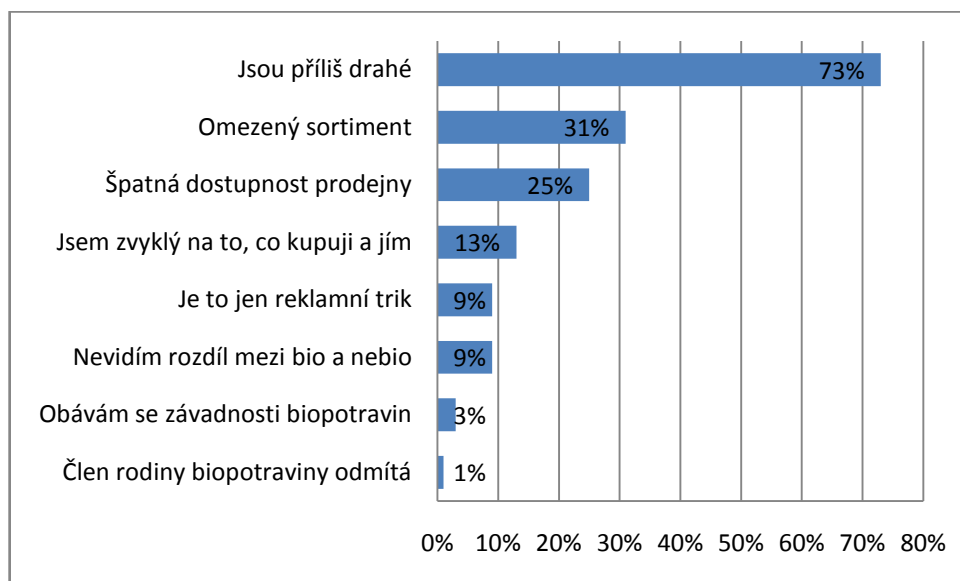
Poptávku po potravinách všeobecně ovlivňuje především výše příjmů, cen potravin resp. podíl výdajů za potraviny na rodinném rozpočtu, ale i stupeň samozásobení, stravovací zvyklosti, úroveň vzdělání a informovanosti a další faktory. Poptávka po biopotravinách má některá specifika. Podle rakouských zkušeností má největší vliv na poptávku po biopotravinách garantovaná pravost ekologického výrobku, kvalita produktu, kontrola produkčního procesu a spolehlivost dodavatelů a výrobců. Středně významné ovlivnění poptávky způsobuje prodejní cena, záruční cena, obchodní rozpětí a chuť bioproduktu. Nejméně je poptávka ovlivněna známostí značky, balením a servisem dodavatele (Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů, 2001).

Podle průzkumu provedeného společností Median v září 2014 poptávka spotřebitelů po biopotravinách v Česku v posledních letech roste. Podíl osob, které vědí o biopotravinách, se zvýšil z 92 % v roce 2008 na loňských 99 %. Nárůst zaznamenal i podíl domácností, které nakupují biopotraviny, a to z 37 % v roce 2010 na dnešních 41 %. Průzkum dokazuje, že lidé kupují biopotraviny častěji než dříve. Třetina respondentů uvedla, že si je koupí alespoň několikrát měsíčně. Před šesti lety to byla pouze čtvrtina populace. Biopotraviny nejvíce nakupují ženy středního věku, nejméně často naopak muži vyššího věku.

Převládajícím důvodem pro výběr biopotravin je přesvědčení, že jsou zdravější než klasické potraviny (obr. 6). Uvedly to dvě třetiny osob, jejichž domácnosti biopotraviny nakupují. Další nejčastější motivací k nákupu bioproduktů byla domnívaná větší chutnost a šetrnost jejich výroby k přírodě. Pro třetinu lidí je nákup biopotravin motivován životním stylem. Navzdory mírnému růstu zůstává podíl bioproduktů na celkovém trhu s potravinami v ČR velmi nízký a nedosahuje ani 1 %. Hlavní bariérou pro větší nakupování biopotravin označili respondenti příliš vysokou cenu (obr. 7). Řada lidí nekupuje biopotraviny, protože nevnímá rozdíl mezi bio a klasicky vyráběnými produkty, anebo chápe označení bio pouze za marketingový trik (Ekolist.cz, 2014).



Obr. 6: *Důvody nakupování biopotravin podle průzkumu mezi spotřebiteli*
(zdroj: Vlastní úprava podle Eagri.cz)



Obr. 7: *Důvody k nekupování biopotravin podle průzkumu mezi spotřebiteli*
(zdroj: Vlastní úprava podle Eagri.cz)

Struktura kategorií nejžádanějších biopotravin je dlouhodobě stabilní. Stejně jako v předchozích letech byl největší zájem o kategorii Ostatní zpracované potraviny. V roce 2012 tvořily 34% podíl na maloobchodním obratu biopotravin, přičemž téměř polovinu této kategorie (45 %) představují hotové pokrmy typu dětských výživ. Druhou příčku si udržuje kategorie Mléko a mléčné výrobky (20 %), následovaná kategorií Ovoce a

zelenina (14%), zahrnující od roku 2009 také ovocné a zeleninové šťávy (Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR, 2014, str. 12).

3.7.9. Poptávka v Rakousku

Téměř 72 % Rakušanů a více než 80 % Rakušanek kupuje biopotraviny, přičemž každý/á třetí je kupuje pravidelně. Pouze asi 25 % zatím vědomě neochutnalo produkty pocházející z ekofarem. To jsou výsledky výzkumu společnosti Markant Market Research prováděného v zemi našich sousedů v listopadu loňského roku. Podle výzkumu je hlavním motivem pro koupi biopotravin kladný vliv na zdraví spotřebitelů (63 %). Daleko za nimi jsou pak faktory jako lepší chuť (19 %) a lepší kvalita (18 %) biopotravin, ačkoli u mužů je rozdíl mezi prvními třemi faktory menší než u žen. Ve výzkumu byly také sledovány rozdíly v nákupních zvyklostech mezi věkovými skupinami. Vyšlo najevo, že biopotraviny nejvíce kupují lidé mezi 40 a 49 lety (>90 %), zatímco na druhé straně stojí skupiny důchodců nad 60 let a mladí lidé ve věku 15 – 29 let, z nichž jen 60 % každé věkové skupiny koupilo alespoň jednu produkty z ekofarem (lea.ecn.cz, 2015).

4. Materiál a metodika

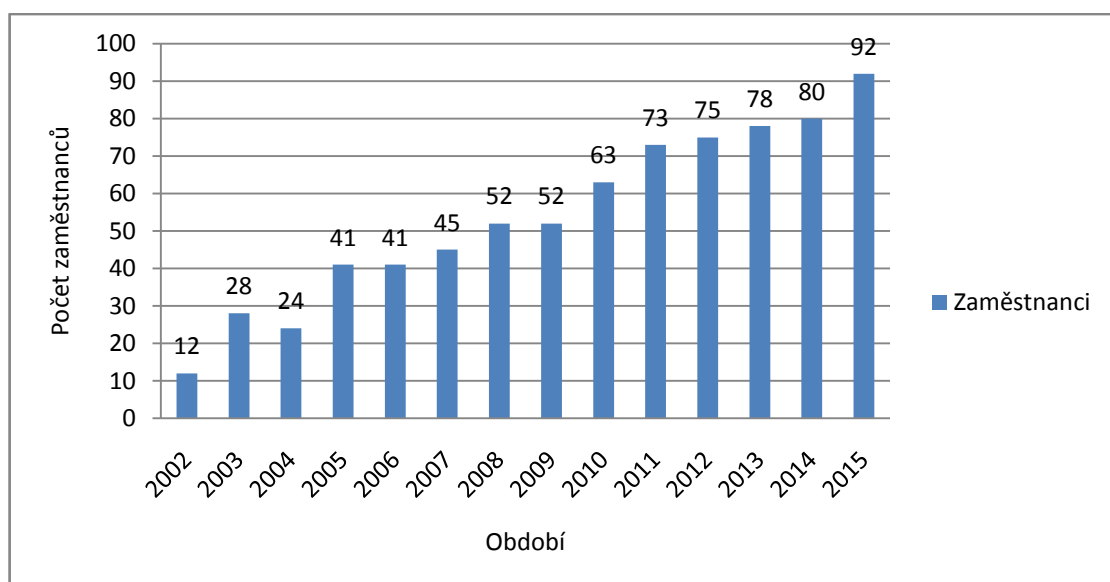
Informace k vypracování praktické části byly získány ve spolupráci s jednatelem společnosti Sonnentor s. r. o. panem Ing. Josefem Dvořáčkem, který poskytl firemní literaturu a informace prostřednictvím společných rozhovorů. Ke zpracování byla použita data z Výroční zprávy společnosti Sonnentor s. r. o. za účetní období 2013/2014, interní dokument *Procesy ve výrobě*, obchodní zpráva rakouského Sonnentoru *Nachhaltigkeitsbericht und Gemeinwohlbilanz* z roku 2013, finanční zpráva rakouského Sonnentoru *Betriebskennzahlen* z roku 2014, informace z webu společnosti a informace získané z rozhovorů s Josefem Dvořáčkem. Prvním krokem ke zpracování praktické části bylo získání základních informací o společnosti Sonnentor z webových stránek společnosti a poskytnutí firemních dokumentů od Josefa Dvořáčka. Následoval výběr ekonomických dat z Výroční zprávy české společnosti a z finanční a obchodní zprávy rakouské společnosti. Další údaje byly čerpány z dokumentu o procesech výroby. Na závěr proběhla kontrola práce a doplnění o dodatečné informace Josefem Dvořáčkem.

4.1. Podnik Sonnentor

Sonnentor s. r. o. je česká firma se zahraniční majetkovou účastí, která se zabývá převážně výrobou bio-čajů a bio-koření. Společnost byla založena Ing. Tomášem Mitáčkem a Johannem Gutmannem roku 1992 a nachází se v jihomoravské vinařské vesnici Čejkovice u Hodonína, kde zakoupila a postupně opravila starý Havlíčkův mlýn, který se stal jejím sídlem v České republice. Prakticky funguje jako dceřiná společnost rakouské firmy Sonnentor, s níž společně buduje obchodní značku Sonnentor (Sonnentor.cz, 2015). V současnosti firma úzce spolupracuje s přibližně 30 biofarmáři z celé České republiky a zaměstnává 92 zaměstnanců (rozhovor s Josefem Dvořáčkem). Hlavní ideou společnosti je hluboká, dlouhodobá a oboustranně výhodná spolupráce obchodní a zpracovatelské společnosti s biofarmáři. Základním motivem je zpracování a výroba produktů z ekologického zemědělství – jakožto jediná možná alternativa průmyslovému velkozemědělství se všemi jeho problémy, jako jsou nadprodukce, potravinové skandály, týrání zvířat, znečištění biosféry a genové manipulace. Společnost Sonnentor žije myšlenkou trvale udržitelného rozvoje a v jejím duchu také jedná. Kromě aktivní podpory ekologického zemědělství a zpracování bioproduktů oživuje tzv. brownfields, což znamená, že revitalizuje staré výrobní areály, které přestaly plnit původní funkci, pro

kteřou byly v dřívějšku postaveny, a vnáší do nich nový život. Nestaví tedy na zelené louce a nezabírá tak další zemědělskou půdu (Sonnentor.cz, 2015).

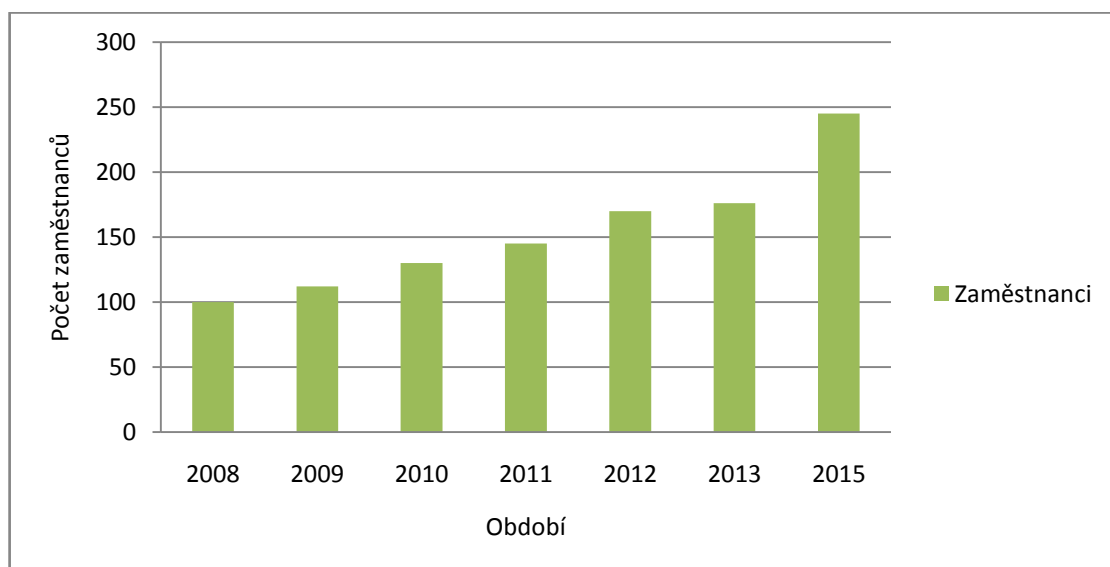
Sonnentor se stává významným zaměstnavatelem v regionu postiženém vysokou nezaměstnaností. I v uplynulém období dále rostl počet zaměstnanců a jejich průměrný přepočtený stav během účetního období dosáhl 80 (Výroční zpráva společnosti Sonnentor 2013/2014). Nyní v dubnu 2015 pracuje v českém Sonnentoru 92 zaměstnanců z nichž přibližně 95 % pochází z okolí Čejkovic (obr. 8) (rozhovor s Josefem Dvořáčkem). Do budoucna firma plánuje stav počtu zaměstnanců navýšit (Výroční zpráva společnosti Sonnentor 2013/2014). Součástí firemní strategie je důraz na ruční práci, díky níž je společnost schopna zaměstnávat relativně velký počet zaměstnanců a neprodukovat přímé emise. Ruční práce má pozitivní vliv také na kvalitu produktů, k níž napomáhá přímá vizuální kontrola pracovníků, které by v tomto úkolu mohly stroje jen těžko nahradit. Převážná většina produktů prochází pod rukama zaměstnanců, kteří je zabalují a označují etiketami (Sonnentor.cz 2015). V účetním roce 2013/2014 došlo k významnému zvýšení produktivity práce. Tržba na zaměstnance se zvýšila o 17,6 %. To je dáno pomalejším růstem počtu zaměstnanců, než je růst objemu výroby a prodeje. Osobní náklady na jednoho zaměstnance stouply o 3 %. (Výroční zpráva 2013/2014).



Obr. 8: Vývoj počtu zaměstnanců v Čejkovicích v letech 2002-2015 (zdroj: Výroční zpráva 2013/2014, rozhovor s Josefem Dvořáčkem)

4.2. Sonnentor ve Sprögnitz

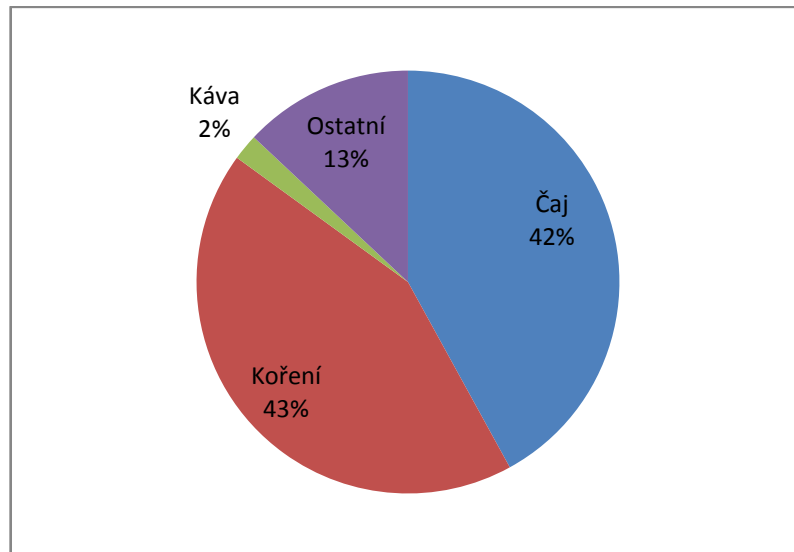
Obchodní společnost s bylinami – Sonnentor byla založena v roce 1988 ve Waldviertlu v severním Rakousku jako společnost s ručením omezeným. Nápad spojit produkty ekologických farem z regionu i zahraničí a označit je logem smějícího se slunce byl základem úspěchu pro zakladatele společnosti a vlastníka Johannese Gutmanna. Jako firemní sídlo byl v roce 1992 zakoupen starý statek ve Sprögnitz u Zwettlu, ze kterého se vybudovalo profesionálně organizované výrobní a zpracovatelské centrum, které se další roky nadále rozvíjelo a modernizovalo. Zatímco v roce založení byl rakouský Sonnentor zásobován mákem a kmínem pouze třemi ekologickými farmami, dnes obstarává pro tohoto odborníka na byliny a koření vysoce kvalitní suroviny více než 150 ekologických farem, které tvoří velkou rakouskou zemědělskou Sonnentor rodinu (Sonnentor.cz, 2015). Zajímavá je struktura zaměstnanců, kde dominují ženy. V roce 2013 zde pracovalo 176 zaměstnanců, z toho 122 žen, polovina zaměstnanců pracuje ve výrobě. Podobně jako v Čejkovicích firma zaměstnává převážnou většinu lidí z okolí Sprögnitz, kde sídlí výroba, v roce 2013 to bylo přibližně 70 % z celkových 176 zaměstnanců v Rakousku (Nachhaltigkeitsbericht und Gemeinwohlbilanz, 2013). Ve Sprögnitz dnes pracuje 245 stálých zaměstnanců (obr. 9). Podstatné vlastnosti obchodního nápadu jsou dalekosáhlé zušlechťování výrobků přímo na ekologických farmách, stálost a zachování identity výrobců pro docílení co největší transparentnosti zákazníkům (Sonnentor.cz, 2015).



Obr. 9: Vývoj počtu zaměstnanců ve Sprögnitz v období 2007-2015 (Zdroj: Nachhaltigkeitsbericht und Gemeinwohlbilanz 2013, rozhovor s Josefem Dvořáčkem)

4.3. Výroba

Veškerá výroba biopotravin firmy Sonnentor je soustředěna v rakouském Sprögnitz nedaleko Zwettlu a v Čejkovicích na Hodonínsku. V Česku se vyrábí pouze malé množství biokoření, např. vysoce kvalitní kmín z Vysočiny, z 95 % se však v ČR vyrábí biočaje, které jsou stěžejním produktem českého Sonnentoru. V Čejkovicích se vyrábí porcované a sypané bylinné čaje pro místní a východoevropský trh. Rakouská výroba je zaměřena na biokoření, ale vyrábí také sypané čaje, a to zelený, černý, bylinný a ovocný (obr. 10). Čejkovický závod zpracovává pouze malé množství biokoření, protože nedisponuje potřebnými technologiemi k jeho řezání, mletí a balení. Ostatní sortiment tvoří výrobky, na jejichž procesu výroby se Sonnentor podílí jen částečně. Sonnentor vyvine recepturu, do složení zakomponuje své byliny, biokoření a jiné suroviny, samotnou výrobu pak zadá jiným rakouským firmám. Příkladem mohou být kávové boby, které si nechává upražit externími firmami nebo sušenky se zázvorem Sonnentor, dalšími produkty vyrobenými na této bázi jsou marmelády, biomedy a cukrovinky pro děti, které se vyrábí i ve Švýcarsku. Všechny produkty se pak prodávají pod značkou Sonnentor (rozhovor s Josefem Dvořáčkem).



Obr. 10: *Struktura výroby v rakouském Sonnentoru*

(zdroj: *Nachhaltigkeitsbericht und Gemeinwohlbilanz, 2013*)

4.4. Původ surovin

Suroviny pro výrobu biopotravin v Čejkovicích pochází z 80% od českých nebo rakouských biofarmářů. Čeští pěstitelé dodávají 40 % z celkového množství zpracovávaných surovin pro českou výrobu porcovaných čajů. Z toho jsou nejvýznamnější zejména meduňka a máta, které tvoří základ většiny čajových směsí. Tyto byliny dodávají čeští ekozemědělci, protože jejich pěstování svědčí zdejší klima. Dalších 40 % surovin dodávají do Čejkovic rakouští ekozemědělci. K vysokému poměru importu surovin z Rakouska přispívá také kratší vzdálenost od pěstitelů do Čejkovic v porovnání s některými pěstiteli v ČR, jejichž pole leží na opačném konci České republiky. Zkracování vzdálenosti od zdroje ke zpracujícímu závodům napomáhá delšímu udržení čerstvosti surovin, která je důležitým faktorem určujícím kvalitu. Zbývajících 20% surovin na výrobě se podílí hlavně exotické země, jako např. Nicaragua, Tanzanie, nebo Čína. Dodávají suroviny, jejichž pěstování evropské klima nesevčí, např. citronovou trávu, zázvor nebo roibos (rozhovor s Josefem Dvořáčkem).

Suroviny pro výrobu čajů v Rakousku dodávají z 90 % tamní pěstitelé, zbytek se dováží z ciziny. U koření se struktura dodávajících zemí každý rok značně liší. Zásadní vliv mají dodávky exotického koření z rozvojových zemí. Některé druhy koření, jako například koriandr nebo kurkuma, mají výrazně vyšší hmotnost než ostatní, proto jakákoliv změna v dodávkách určitého druhu může způsobit velké rozdíly ve struktuře importujících zemí. Jeden rok se kurkuma dováží z 10 zemí, další rok jen ze 3, zeměmi původu jsou např. Egypt a Nicaragua. V Rakousku se pěstují např. česnek, libeček, bazalka, saturejka, v Česku kmín, ze Španělska a Maďarska je dovážena paprika.

4.5. Struktura dodavatelů surovin pro Sonnetor

Přibližně 90 % surovin pro výrobu pochází z přímého obchodu od pěstitelů, kteří se Sonnetorem trvale spolupracují. Zbývajících 10 % tvoří obchodníci s bylinami, jejichž zboží podléhá stejným ekologickým normám stanovených pro biopotraviny, jako pro přímo dodávající pěstitele. Intenzita spolupráce s obchodníky závisí na aktuální schopnosti pěstitelů dodat poptávané množství, také proto firma stále hledá nové dodavatele. Společnost dováží suroviny ze všech koutů světa, počet importujících zemí se pohybuje kolem 30. Velikost dodávek pěstitelů výrazně ovlivňují výkyvy počasí, které mají přímý dopad na úrodu vypěstovaných bylin a jiných potřebných surovin. I na základě toho se odebírané množství od přímých pěstitelů každý rok liší. V okamžiku, kdy pěstitelé

nejdou už schopni pokrýt poptávku Sonnentoru, firma se obrací na obchodníky (rozhovor s Josefem Dvořáčkem).

4.6. Spotřební trhy

Biopotraviny Sonnentor se vyvážejí do celého světa (obr. 11). Těžiště poptávky se nachází v Evropě, zájem o biopotraviny je také v Severní Americe, v ostatních zemích, především rozvojových, je poptávka velice nízká. Biopotraviny jsou nejpobulárnější v německy mluvících zemích v Německu, Rakousku a Švýcarsku. Tamní trhy jsou čejkovickou produkcí zásobeny nejvíce. O čtvrté místo se přetahují Česká republika s Itálií (rozhovor s Josefem Dvořáčkem). Přibližně 30 % produkce je určeno pro místní a východní trh, který zahrnuje i Slovensko, Polsko, Maďarsko a Pobaltské republiky (Sonnentor.cz, 2015). Zbývajících 70 % produkce z Čejkovic jde na export na ostatní zahraniční trhy. Z Rakouska firma vyvážejí přibližně 65 % své produkce, nejvíce do Německa, Švýcarska, Itálie, Francie a dalších zemí. Specifickým trhem pro biočaje je Anglie. Oblíbené jsou zde zelený a černý čaj, bylinné čaje se neuchytily, což je dáno zdejší kulturou pití čaje, která odráží historickou vazbu na svou bývalou významnou kolonii Indii (rozhovor s Josefem Dvořáčkem).



Obr. 11: *Spotřební trhy společnosti Sonnentor (zdroj: Prezentace Sonnentor)*

4.7. Kvalita

Garance kvality firmy při výrobě čajů a koření vychází nejvíce z vlastního pěstování v ekologických rodinných zemědělských farmách. Vždy je znám původ surovin, ze kterých je sestaven každý z produktů. Výsledkem práce na těchto farmách jsou byliny bez reziduí agrochemikálií nebo geneticky modifikovaných organismů. Pouze z takových surovin vznikají šetrným zpracováním čaje, koření a bylinné směsi, které nejenže plně odpovídají ekologickým standardům, ale i přísným podnikovým požadavkům na kvalitu (Sonnentor.cz, 2015).

Management kvality

K řízení kvality používá Sonnentor Systém totálního řízení kvality (TQMS), který zaručuje úpravu kompetencí, zodpovědnosti a průběhu a může tak být splněna požadovaná kvalita. Kompetence managementu kvality Sonnentoru spočívá v pěstování prostřednictvím vlastních pěstitelů v kontrolovaných a certifikovaných biopodnicích a biofarmách. Tak je možné vždy zpětně dohledat původ každého jednotlivého produktu. Úrodná půda, citlivé zacházení a mnohaleté zkušenosti přispívají k tomu, aby se z rostlin mohly stát právě bio byliny. Produkty neobsahují barviva, konzervační látky ani umělá aromata a jsou dále šetrně zpracovávány. Mnoho pracovních kroků se dělá ručně, nikoliv pomocí strojů (Sonnentor.cz, 2015).

Zajištění kvality

Rozsáhlá opatření zajištění kvality se starají o vysoce kvalitní produkty Sonnentor z kontrolovaného ekologického zemědělství. Zajištění kvality začíná u přísné kontroly příjmu zboží (senzorika, nečistoty atd.). Všechny suroviny a zabalené produkty musí splňovat specifikace Sonnentoru a kritéria kvality. Následně jsou suroviny podrobeny mikrobiologickým analýzám a analýzám na různé postřiky v akreditovaných laboratořích. Pokud je analýza v pořádku, je surovina propuštěna do výroby. V následujících odděleních výroby jsou nasazeny vysoce citlivé detektory kovů a magnety pro zachycení případných kovových nečistot. Neustálá vizuální kontrola nečistot završuje přísná opatření podniku pro zajištění kvality (Sonnentor.cz, 2015).

4.8. Podpora trvale udržitelného rozvoje v Čejkovicích

Společnost se snaží nejen o udržitelný rozvoj z hlediska ekonomické stability, ale i o udržitelný rozvoj z hlediska ekologie. Usiluje tak o snížení zátěže na okolí a o redukcii produkce CO₂. V současné době společnost provozuje na střeše jedné ze svých výrobních hal fotovoltaickou elektrárnu o výkonu 30 kWp, díky níž pokryje 10 % své roční spotřeby elektrické energie. V brzké době je v plánu pořízení další fotovoltaické elektrárny a zvýšení pokrytí své spotřeby elektřiny vlastní ekologickou produkcí až na 16 %. Nedávno bylo zahájeno vytápění vnitřních prostor peletami, které jsou vyrobeny převážně z bylinného prachu, který vzniká při procesu zpracování bylin. Tento prach neměl dosud žádné využití. Dojde tak ke snížení závislosti na neobnovitelných zdrojích energie. V uplynulém účetním roce pokračovala obměna vozového parku, kdy starší diesellové automobily byly nahrazeny vozidly na pohon CNG (stlačený zemní plyn). V současné době společnost disponuje pěti automobily na pohon CNG, tato vozidla jsou k životnímu prostředí výrazně šetrnější (Výroční zpráva společnosti Sonnentor 2013/2014, rozhovor s Josefem Dvořáčkem). Podpora trvale udržitelného rozvoje se promítá také do všech procesů výroby.

4.9. Procesy ve výrobě a odbytu porcovaných a sypaných čajů Sonnentor

Veškeré procesy probíhají v souladu s požadavky Zákona č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích v aktuálním znění a souvisejících vyhlášek a rovněž v souladu s požadavky Zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství v aktuálním znění a souvisejících vyhlášek.

Sonnentor s. r. o. má certifikovaný systém ČSN EN ISO 22000:2006 - Systém managementu bezpečnosti potravin.

Nákup a příjem suroviny

Nákup surovin probíhá na základě smlouvy s pěstiteli a dodavateli, která se sepisuje vždy na 1 rok. Množství vykupovaných bylin je dáno mj. aktuální potřebou Sonnentoru a možnostmi jednotlivých pěstitelů. Součástí smlouvy je vždy platný BIO certifikát pěstitele/dodavatele.

Při příjmu probíhá vstupní kontrola hmotnosti a velmi důležitá je i kontrola kvality. Ta se skládá ze senzorické části (kontrola vzhledu, vlhkosti, možné biologické nebo mechanické

kontaminace, zabalení, označení), dále z mikrobiologické kontroly a kontroly na reziduální pesticidy. Až na základě výsledků kontrol a analýz je surovina uvolněna pro další zpracování.

Skladování surovin

Předepsané skladovací podmínky: teplota 5-25°C, relativní vzdušná vlhkost max. 75%. Jako výrobce bio-potravin Sonnentor používá biologickou ochranu proti škůdcům:

- Biologický přípravek ve formě kapslí s živými makroorganismy *Trichogrammaevanescens* (vosička druhu *Trichogrammaevanescens* klade vajíčka do vajíček hostitelských druhů motýlů, kde probíhá celý jejich vývoj, a tak dochází k redukci líhnutí housenek zavíječe).

- Feroseptetra (závěsné lepící pásky, na které se chytá hmyz) slouží k signalizaci výskytu a k přímému odchytu zavíječů Pyralidae, jejichž housenky jsou významnými škůdci potravin rostlinného původu.

U skladovaných surovin probíhá namátková kontrola na přítomnost škůdců. V případě lehkého napadení je možné se škůdců zbavit vymražením (minimálně 72 hodin čistého času při teplotě max. -27°C).

Zpracování surovin

Proces zpracování surovin začíná čištěním, následuje řezání a odprášení na speciálním strojním zařízení. Cílem je dosáhnout požadované velikosti částic surovin, ideálně použitelných pro další zpracování (ruční balení sypaných čajů nebo strojní balení porcovaných čajů). V tomto výrobním kroku probíhá další důležitá kontrola na přítomnost mechanických nečistot (vizuálně pracovníky při násypu surovin do zařízení) a kovových nečistot (instalované magnety). Součástí zpracování je i míchání jednotlivých čajových směsí dle platných receptur (Procesy ve výrobě, 2015).

Ruční balení sypaných čajů

Čaje z jednodruhových bylin i z bylinných směsí jsou ručně baleny zaměstnanci společnosti do kompozitních sáčků (PAP/PP) a poté jsou označeny etiketou firmy. Součástí procesu ručního balení je i kontrola hmotnosti hotově zabalených výrobků (Procesy ve výrobě, 2015).

Strojní balení a skladování hotových výrobků

Strojní balení probíhá jak u jednodruhových čajů (byliny, čajovník pravý) tak u směsných (bylinných, ovocných,...) čajů do nálevových sáčků (z celulózy nebo kukuřičného škrobu). Nálevové sáčky jsou dále vkládány do krabičky přímo nebo jsou ještě jednotlivě zabaleny do tzv. přebalů z papíru, kompozitního materiálu (60/15 PAP/PP) nebo biodegradabilního materiálu (NatureFlex). Krabičky jsou dále opatřeny etiketou a zabaleny do biodegradabilní fólie (NatureFlex). Součástí strojního balení je i kontrola hmotnosti hotově zabalených výrobků. Skladovací podmínky hotových výrobků jsou totožné s předpisy pro teplotu a maximální relativní vzdušnou vlhkost jako při skladování surovin (Procesy ve výrobě, 2015).

Expedice

Jsou dvě formy prodeje: prodej konečnému zákazníkovi nebo prodej firemním zákazníkům. Prodej konečnému zákazníkovi probíhá přes e-shop (dodání zboží smluvními dopravci nebo firemními vozidly) nebo přímo fyzicky v prodejně Sonnentor. Firemními zákazníky jsou myšleny velkoobchody a partnerské prodejny, které nabízí zboží od více výrobců (rozhovor s Josefem Dvořáčkem).

4.10. Obalové materiály

Důležitou součástí přístupu k trvale udržitelnému rozvoji jsou i obalové materiály, do kterých jsou výrobky baleny. Produkty jsou na obalech označovány dvěma symboly. První z nich říká zákazníkovi z jakého materiálu je obal vyroben, druhý symbol zákazníkovi radí, jak se obalu v rámci ochrany přírody správně zbavit.

Symbol na obrázku 12 znamená: fólie je vyrobena z celulózy (obnovitelného zdroje) a je možné ji kompostovat v domácím kompostéru. Folie slouží k ochraně aroma Sonnentor produktů. Likvidovat tento materiál lze v domácím kompostéru. Kompostovat je možné také všechny nálevové sáčky. To platí i pro pyramidální sáčky z kukuřičného škrobu a 100% přírodní lepicí materiál, kterým je připevněna k nálevovému sáčku nitka.



Obr. 12: Fólie vyrobená z celulózy (zdroj: Sonnentor.cz, 2015)

Některé druhy čajů jsou kvůli ochraně přírodního aroma baleny do přebalu ze dvou materiálů (80 % papír a 20 % plast). U tohoto obalového materiálu je likvidace možná pouze do smíšeného odpadu, z toho důvodu je tento symbol opatřen značkou „Smíšený odpad“ (obr. 13).



Obr. 13: Logo značící smíšený odpad (zdroj: Sonnentor.cz, 2015)

Sonnentor vyrábí více než 700 produktů, které jsou z větší části vyrobeny ručně. K zachování bio kvality všech produktů je zapotřebí použít různých obalových materiálů.

Díky výzkumu a inovacím je přibližně 80% používaných obalových materiálů vyrobeno z obnovitelných surovin, jako jsou papír, karton, filtrační papír a fólie z celulózy. Dalších 16% je recyklovatelných (Sonnentor.cz, 2015).

4.11. Sortiment

Sortiment výrobků Sonnentor se stále rozšiřuje, v současnosti v Česku firma nabízí přes 700 produktů, primárně biopotravin. Produkty se dělí na výrobky (čaje a koření) a na zboží v podobě ostatních produktů vyrobených jinými firmami prodávaných pod značkou Sonnentor. Novou specifickou kategorií sortimentu je biokosmetika, která byla do sortimentu zařazena v relativně nedávné době a je tak zatím spíše doplňkovým zbožím, které si v poptávce zákazníků teprve hledá svoje místo. V Rakousku je nabídka rozšířena o šampón, krém na ruce a další výrobky biokosmetiky, které na českém trhu chybí kvůli vyšší ceně (rozhovor s Josefem Dvořáčkem). Sortiment biopotravin je rozdělen do 8

základních kategorií (čaje, koření, speciality se solí, káva a kakao, polévky a nápoje, sladké, cukr, křupavé pochoutky a semínka). Ty zahrnují různé sady, jako jsou: ochutnávkové sady, raráškovy dětské sady, Hildegarda z Bingenu, sady rozdělené podle množství, složení surovin nebo typu obalu.

Čaje

Nabídka čajů je velmi pestrá a třídí se do následujících skupin: Ochutnávkové čajové sady – porcované, Sypané bylinné a kořeněné čaje – jednodruhové, Porcované bylinné a kořeněné čaje – jednodruhové, Sypané bylinné a kořeněné čaje – směsi, Porcované bylinné a kořeněné čaje – směsi, Sypané bílé, zelené a černé čaje, Porcované bílé, zelené a černé čaje, Sypané ovocné čaje, Porcované ovocné čaje, Sypané čajové speciality, Porcované čajové speciality, Porcované čaje Chai, Porcované čaje Zase dobře!, Pyramidální čaje – Pure, Ledový džbáněk, Zimní pyramidální čaje, Čaj jako dárek.

Koření

Koření je další silnou položkou v nabídce Sonnentoru a je strukturována následovně: Ochutnávkové sady, Koření v pyramidce, Jednodruhové koření – krabička, Jednodruhové koření – dózička, Jednodruhové koření – mlýnek, Směsi koření – krabička, Směsi koření – dózička, Směsi květů a koření – krabička, Směsi květů a koření – dózička.

Speciality se solí

Jedná se o sůl smíchanou s bylinami, kořením nebo květy dalších rostlin, balenými v krabičkách, dózičkách, skleničkách nebo mlýncích.

Káva a kakao

Sortiment kávy je rozdělen do tří kategorií: Vídeňské pokušení, Single Origin a Kávové speciality. Vídeňské pokušení je směsicí kávových bobů Arabica pražených v Rakousku, káva Single Origin je 100% Arabica z kávových bobů vypěstovaných v Nicaragui a pražených v ČR. Třetí skupinou jsou Kávové speciality, kam patří Zelená káva. Další samostatné kategorie jsou Špaldová káva a Kakao.

Polévky a nápoje

V nabídce polévek opět nechybí ochutnávkové sady, dále zeleninové krémové polévky, vývary a krémové, z nápojů koncentráty (např. koncentrát Malina).

Sladké

Kategorie Sladké nabízí různorodou škálu výrobků, jsou to: Ovocné pomazánky slazené agávodým sirupem, Med a včelí produkty, Čokolády, Keksy, Müsli, Gumoví medvídci a bonbony, Špaldové chlebičky – raciolky, Zázvorové speciality, Jablečné chipsy, Čokoládové kuličky

Cukr

Výběr cukru se soustředí na třtinový a řepný, které se prodávají samostatně nebo v kombinaci s různými směsmi květů a koření. Zajímavým výrobkem je Stevia, jejíž složení obsahuje komplex látek, které ve finální podobě vytvoří 150 – 300x sladší chuť než řepný cukr.

Křupavé pochoutky a semínka

V této kategorii Sonnentor nabízí různé variace špaldových tyčinek a krekrů, pomazánku Energie, mouku z jedlých kaštanů, semínka k nakličování, dýňová jádra a mák.

Vůně a péče

Poslední kategorie se netýká biopotravin, ale biokosmetických výrobků: Éterické oleje – jednodruhové, Éterické oleje – kompozice, Koupele, Polštářky (Sonnentor.cz, 2015).

5. Výsledky

5.1. Hospodaření podniku

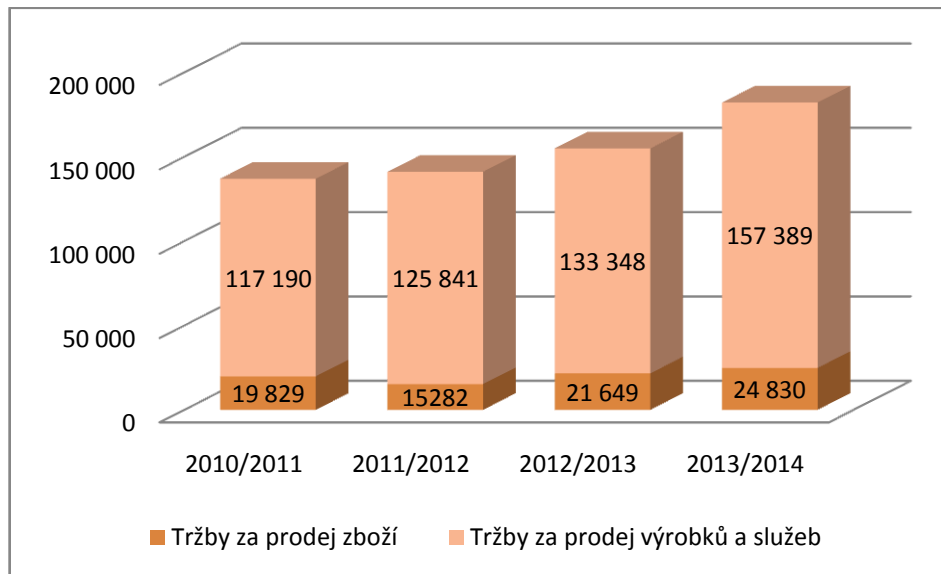
Podnik má nastavené účetní období od 1. dubna do 31. března následujícího roku. V účetním období 2013/2014 došlo v Česku ke zvýšení obrátu o více než 17 % ze 155 mil. Kč na 182,22 mil. Kč. I přes nepříznivé makroekonomické prostředí v okolních zemích se společnosti dařilo exportovat své produkty do zahraničí. Podíl exportu na celkovém obrátu byl více než 83 %. Společnost prodává většinu své produkce do zahraničí a je tak závislá na kurzu koruny vůči zahraničním měnám. Nejvíce pak na kurzu vůči euru. Vzhledem k oslabení měny v účetním období 2012/2013 tak mohla společnost reportovat podstatně lepší výsledky hospodaření. Za zlepšením výsledků hospodaření je samozřejmě i růst obrátu a rozšiřování aktivit společnosti Sonnentor. V září 2013 byla otevřena vlastní prodejna na Šilingrově náměstí v Brně (obr. 14) a společnost spustila i úspěšný program Bylinkový ráj, v rámci něhož navštívilo firmu za rok 2013 více než 5 000 návštěvníků, v roce 2014 dokonce 12 000 návštěvníků. V účetním období 2013/2014 tak došlo ke zvýšení výsledku hospodaření o 194 % ze 7,80 mil. Kč na 22,99 mil. Kč. Na jaře 2014 byla zahájena stavba nové haly z důvodu rozšíření skladovacích prostor a zvýšení výrobní kapacity. Celková výše investice je odhadována přibližně na 30 mil. Kč (Výroční zpráva 2013/2014, rozhovor s Josefem Dvořáčkem).



Obr. 14: Prodejny výrobků Sonnentor v Rakousku, Německu a Česku
(zdroj: Nachhaltigkeitsbericht und Gemeinwohlbilanz 2013)

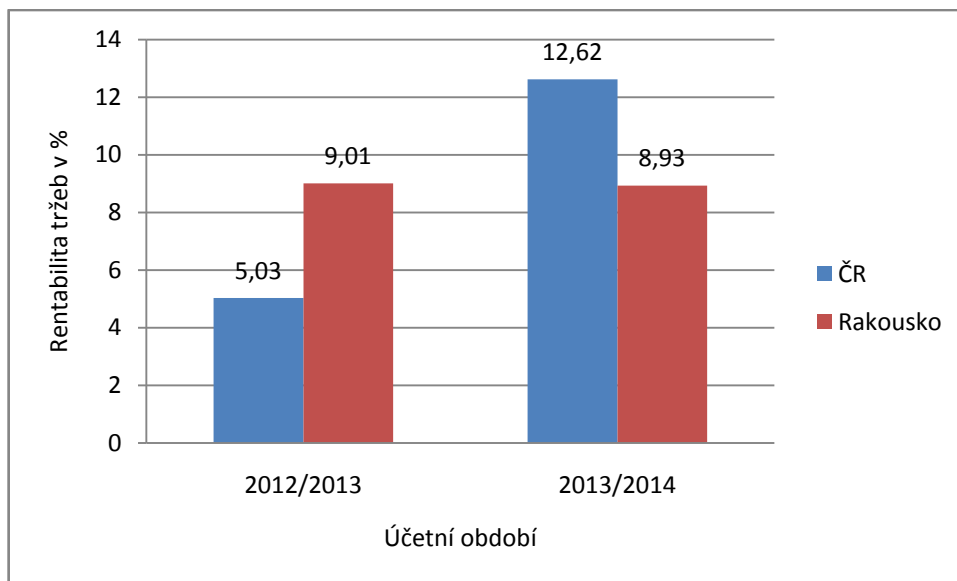
Z obrázku 15 je patrné, že společnosti se daří rozvíjet svůj obchod. Tržby rok od roku stoupají. Výjimkou v trendu rostoucích tržeb za sledované období je období 2011/2012.

Celkové tržby jen nepatrně vzrostly a tržby za zboží oproti předchozímu období klesly o 22,93 %. Stagnace v tomto období byla zapříčiněna změnou kurzu eura. Obě následující období zaznamenala růst tržeb jak z prodeje zboží, tak i z prodeje výrobků a služeb. Společnost tak nadále profituje z rostoucího trhu s biopotravinami. Růst tržeb se očekává i v následujících letech (Výroční zpráva 2013/2014).



Obr. 15: Tržby podniku Sonnentor s. r. o., v letech 2010 – 2014
(zdroj: Vlastní tvorba podle Výroční zprávy 2013/2014)

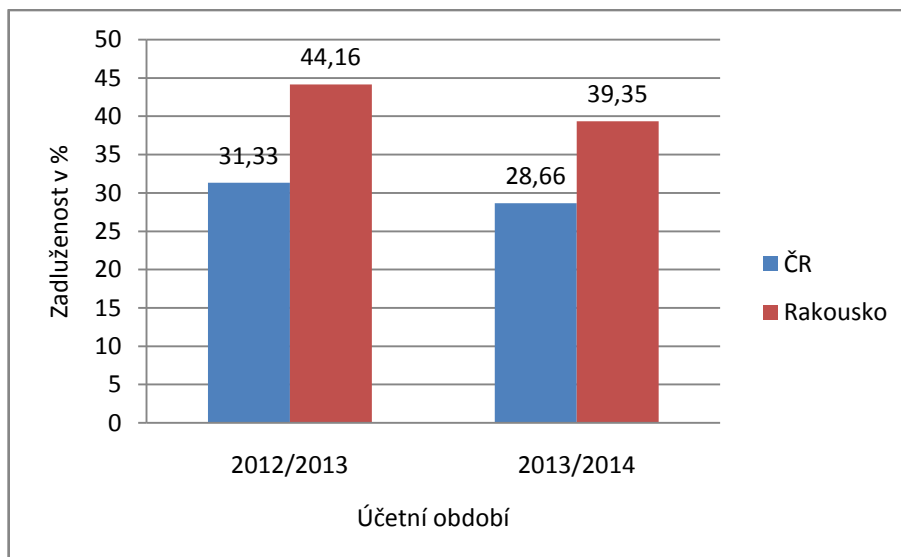
Uplynulý rok byl z hlediska rentability velice úspěšný. Přestože společnost zvýšila bilanční sumu a snížila zadlužení, tak došlo ke zvýšení rentability vlastního kapitálu i kapitálu celkového. To bylo způsobeno hlavně výrazným zlepšením rentability tržeb, která se oproti předchozímu období více než zdvojnásobila na 12,62 % (Výroční zpráva 2013/2014). V Rakousku naopak došlo ke snížení rentability tržeb, tento rozdíl je však zanedbatelných 0,8 % (Betriebskennzahlen 2014). Český Sonnentor prosperoval, zejména díky devalvaci koruny vůči euru, což podnítilo export výrobků z České republiky a s tím hodnoty ukazatelů ekonomické výkonnosti podniku výrazně vzrostly (obr. 16).



Obr. 16: Rentabilita tržeb za období 2012/2013 a 2013/2014
(zdroj: Vlastní tvorba podle Výroční zprávy 2013/2014)

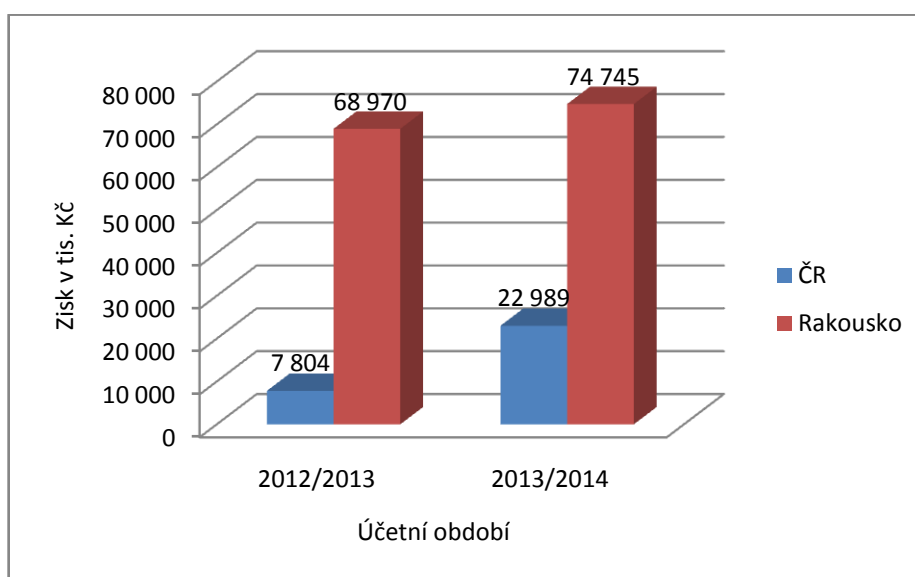
5.1.1. Zadluženost

V uplynulém účetním období 2013/2014 došlo v českém Sonnentoru k poklesu zadluženosti (obr. 17). Hlavní příčina je ve snižování bankovních úvěrů z minulých let. Negativně se projevil růst krátkodobých závazků, související s naskladněním materiálu pro nový sezonní produkt. Podle odhadů se v dalších letech bude zadluženost pohybovat okolo 20 %. Rakouský Sonnentor rovněž dokázal snížit zadluženost oproti předchozímu období, a to o 4,81 %, zatímco v případě české firmy činil rozdíl mezi obdobími 2,67 %. Obě společnosti preferují využívání vlastního kapitálu, protože je to jeden ze základních pilířů jejich společné filozofie zdravého a udržitelného růstu (Výroční zpráva 2013/2014, Betriebskennzahlen 2014).



Obr. 17: Zadluženost Sonnentoru za období 2012/2013 a 2013/2014
(zdroj: Výroční zpráva 2013/2014, Betriebskennzahlen 2014)

Společnost Sonnentor s. r. o. dosáhla výrazného zlepšení hospodaření na všech úrovních. Hlavní vliv na tak výrazné zlepšení mají slabší koruna, zvýšení obratu, vyšší efektivita výrobního procesu, pokles cen energií a podpora přímého prodeje (Výroční zpráva 2013/2014). Několikanásobně vyšší zisky rakouské společnosti svědčí zejména o rozdílu mezi velikostí obou podniků (obr. 18). Rakouský podnik těží z delší tradice, vyšší podpory vlády a z rozvinutějšího domácího trhu s biopotravinami. Pro příští období očekává česká firma stagnaci zisku, či jen jeho mírný růst (Výroční zpráva 2013/2014).



Obr. 18: Zisk české a rakouské společnosti Sonnentor za období 2012/2013 a 2013/2014
(zdroj: Výroční zpráva 2013/2014, Betriebskennzahlen 2014)

5.2. SWOT analýza

Cílem SWOT analýzy je identifikovat, do jaké míry jsou současná strategie firmy a její specifická silná a slabá místa relevantní a schopná se vyrovnat se změnami, které nastávají v jejím prostředí. SWOT analýza neboli analýza silných a slabých stránek (SW), příležitostí a hrozeb (OT), sestává z původně dvou analýz, a to analýzy SW a analýzy OT. Analýza SW se týká vnitřního prostředí firmy (cíle, systémy, procedury, firemní zdroje, materiální prostředí, firemní kultura, mezilidské vztahy, organizační struktura, kvalita managementu aj.). Analýza OT zkoumá příležitosti a hrozby, které přicházejí z vnějšího prostředí firmy, a to jak makroprostředí (obsahuje faktory politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní, technologické), tak i mikroprostředí (zákazníci, dodavatelé, odběratelé, konkurence, veřejnost) (Strategický marketing, 2008).

Silné stránky: úspěšná rostoucí firma s 20ti letou tradicí, využívání dotací, podpora drobných zemědělců, bio kvalita potravin, podpora udržitelného zemědělství a rozvoje, šetrnost vůči životnímu prostředí, využívání alternativních zdrojů energie, dlouhodobé smlouvy s dodavateli.

Slabé stránky: vyšší ceny produktů, vyšší náklady na výrobu, úzký sortiment produkce.

Příležitosti: efektivnější marketing, více prodejen, širší sortiment, rostoucí zájem o biopotraviny, přechod zemědělců na ekologické zemědělství.

Hrozby: špatná úroda a s ní spojená nižší nabídka a vyšší ceny, rostoucí konkurence, nedůvěra k bioproduktům, změny ve stanovených normách a předpisech.

6. Diskuze

Z výsledků vyplývá, že rakousko-česká firma Sonnentor expanduje a v obou zemích dlouhodobě zaznamenává hospodářský růst. Rakouská firma je větší, zaměstnává více lidí, vyrábí větší množství produktů a každý rok vykazuje několikanásobně vyšší zisky, než její dceřiná společnost v Česku. Nicméně v uplynulém účetním období 2013/2014 zaznamenala větší nárůst tržeb oproti předchozímu období česká firma, přispěly k tomu především příznivá změna kurzu koruny vůči euru a zvýšení aktivit firmy. Společnost Sonnentor profituje z rostoucího trhu biopotravin a rostoucí poptávky spotřebitelů po biopotravinách. Firma si zakládá na filozofii udržitelného rozvoje, ochraně přírody, kvalitě a zdravotní nezávadnosti svých produktů, pracuje na svém rozvoji a počítá s nadále rostoucím trhem biopotravin a jejich popularitou. Prosperita firmy stojí na poptávce spotřebitelů. Podle průzkumů v ČR i v Rakousku je hlavním motivem spotřebitelů k nákupu biopotravin domnění, že jsou zdravější než běžné potraviny.

Tuto domněnku podporuje také prof. Carlo Leifert z University of Newcastle a dokazuje ji na základě výsledků čtyřletého výzkumu Quality Low Input Food zaměřeného na kvalitu biopotravin. Z výzkumu bylo zjištěno, že zkoumané bioovoce a biozelenina obsahovaly o 40 % více antioxidantů, které mohou snížit riziko srdečních onemocnění a rakoviny. Dobytek, který byl chován na téměř třistahektarovém pozemku, dával biomléko obsahující o 60 % více antioxidantů a důležitých mastných kyselin než obyčejné mléko. Výsledky studie byly publikovány v roce 2007 (NW Resistance Against Genetic Engineering, 2007). Za netradičně opačným názorem stojí ředitel Centra pro globální problémy potravin Dennis T. Avery, který biopotraviny označil za životu nebezpečné. Kritiku zaměřuje na hnojení zvířecím hnojem, který označuje za největší zásobárnu nebezpečných bakterií a za příčinu mnoha úmrtí konzumentů biopotravin v USA. Ekozemědělcům vytýká odmítavý postoj proti antimikrobiálním konzervačním látkám, chemickému čištění, pasterizaci a dalším, tvrdí, že dříve lidé umírali mladí, protože neexistovala pasterizace, která je dnes běžně používaným postupem ke zničení patogenních mikroorganismů v potravinách. Avery je také zastáncem používání pesticidů, které jsou dnes považovány za zdraví škodlivé (Center for Global Food Issues, 1998).

Zdravotní závadnost biopotravin není obvyklou podobou kritiky biopotravin. V posledních letech se v médiích často zmiňují výsledky výzkumů popírající příznivější vlastnosti biopotravin pro zdraví oproti konvenčním potravinám. Jeden z takových

výzkumů provedl tým vedený lékařkou Denou Bravata, vedoucí pobočky centra Stanfordu pro zdravotní politiku. Ve svém výzkumu došla k závěru, že zdravotní přínos biopotravin oproti konvenčním potravinám je zanedbatelný. Nebyly zaznamenány žádné konzistentní rozdíly v obsahu vitamínů v ekologických produktech, pouze u živin v případě fosforu, který byl nalezen ve výrazně vyšší míře ve srovnání s konvenčně pěstovanými potravinami. Vědci dodávají, že jen málo lidí má nedostatek fosforu a proto zde nachází jen malý klinický význam (Stanford Medicine, 2012). Tuto studii zpochybňuje řada odborníků. S výsledky nesouhlasí např. Dr. Kirsten Brandt z University of Newcastle, namítá, že studie zveřejňovala výsledky porovnávaných potravin, mezi kterými byl rozdíl minimální, zatímco ty ostatní zůstaly utajeny, podezírám Stanford, že bagatelizoval výsledky, protože dostal vysoké dotace od konvenční potravinářské firmy Cargill. Stanford připouští obdrženu dotaci od firmy, odmítá však, že by jí financoval výzkum (HuffingtonPost.com, 2012).

Na základě tvrzení zmíněných odborníků je možné konstatovat, že existují různé pohledy na kvalitu a zdravotní prospěšnost nebo závadnost biopotravin a často zde hrají velkou roli vlastní ekonomické zájmy. Jasně je jen to, že hlavní vliv na poptávku nemají přímo zprávy odborníků, ale síla propagace ze strany médií, firem nebo i státu. Biopotraviny nepředstavují dokonalost nebo jedinečnou volbu, nabízí návrat k přirozeně přírodním nechemizovaným potravinám, nabádají k udržitelnému rozvoji a šetrnosti přístupu k přírodě. Zastánci biopotravin věří, že podporují svoje zdraví a životní prostředí, odpůrci nazývají biopotraviny pouze úspěšným marketingovým trikem.

Sonnetor zastává filozofii trvale udržitelného růstu. Ve srovnání české společnosti s rakouskou prokázaly výsledky ukazatelů zisků a tržeb dominanci rakouské společnosti nad českou. Tuto skutečnost potvrzuje fakt, že Rakousko disponuje rozvinutějším trhem biopotravin, větší podporou ekozemědělců a větší důvěrou spotřebitelů ve vztahu k biopotravinám než Česká republika. Hypotéza stanovená v cíli práce je formulována následovně: rakouská firma, která je větší a významnější ve své zemi, vykazuje jednoznačně lepší výsledky hospodaření. Výsledky této práce potvrzují hypotézu jen částečně. Rakouská firma dosahuje několikanásobně vyšších zisků, ale v posledním meziročním srovnání vykazala minimální růst zisků, zatímco česká firma svůj zisk téměř ztrojnásobila. K takto výrazné změně ve vývoji přispěla především změna kurzu české koruny vůči euru, která podnítila export z ČR. Společnost plánuje rozšíření výroby a také svých aktivit. Budoucnost celé firmy bude záviset na následném vývoji trhu a poptávky.

7. Závěr

Na základě výsledků hospodaření podniku Sonnentor lze vyvodit následující závěry:

- Tržby českého Sonnentoru za poslední čtyři účetní období průběžně rostly.
- Z hlediska rentability byl uplynulý rok pro český Sonnentor velice úspěšný, zejména díky více než dvojnásobnému nárůstu rentability tržeb oproti předchozímu období. Na tomto poli zaznamenal rakouský Sonnentor mírný pokles 0,8 %.
- Zadluženost české firmy se oproti předchozímu období snížila o 2,67 %, zatímco rakouská společnost dokázala snížit dluh o 4,81 %. Obě firmy se snaží snížit závislost na cizích zdrojích.
- Česká společnost Sonnentor dosáhla výrazného zlepšení hospodaření na všech úrovních. Hlavní vliv na tak výrazné zlepšení měly slabší koruna, zvýšení obratu, vyšší efektivita výrobního procesu, pokles cen energií, podpora přímého prodeje.
- Slabou stránkou společnosti jsou ceny výrobků a úzký sortiment vlastní produkce zaměřené na biočaje a biokoření. Naopak mezi silné stránky patří kvalita výrobků, dlouhodobý růst firmy a využívání alternativních zdrojů energie.
- Příležitostmi pro firmu jsou rozšíření sítě prodejen a sortimentu výrobků. Hrozbami jsou rostoucí konkurence a špatná úroda ekozemědělců.

8. Použitá literatura

Betriebskennzahlen 2014: Sonnentor Kräuterhandels GesmbH [online]. 2014 [cit. 2015-04-28].

Ekologické zemědělství a biopotraviny: otázky a odpovědi pro ekoporadny. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010. ISBN 978-809-0422-322.

JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2008, 267 s. Expert (Grada). ISBN 978-802-4726-908.

JAN MOUDRÝ, JAROSLAV PRUGAR. *Biopotraviny: hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2002. ISBN 8072711113.

JAN MOUDRÝ, JAROSLAV PRUGAR. *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2001. ISBN 80-704-0526-0.

JAROSLAV ČERVENKA, KATEŘINA KOVÁŘOVÁ. *Biopotraviny: otázky a odpovědi pro ekoporadny*. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005. ISBN 80-213-1404-4.

Nachhaltigkeits- & Gemeinwohlbericht: Geschäftsjahr 2012/2013 [online]. 2013 [cit. 2015 04-29]. Dostupné z:

https://www.sonnentor.com/news_community/Downloads/Gemeinwohlbericht

Potravinářská revue: odborný časopis pro výživu, výrobu potravin a obchod [online].

2012 [cit. 2015-03-30]. ISSN 1801-9102. Dostupné

z: <http://agral.cz/LinkClick.aspx?fileticket=XduGgjqGVv8%3d&tabid=730&language=cs-CZ>

Ročenka 2012 ekologické zemědělství v České republice [online]. 2013 [cit. 2015-02-28].

ISBN 978-80-7434-139-7. Dostupné

z: http://www.bioinstitut.cz/documents/rocenka_EZ_2012_web.pdf

Ročenka 2013 ekologické zemědělství v České republice. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2013. ISBN 978-80-7434-177-9. Dostupné

z: http://eagri.cz/public/web/file/356090/rocenka_EZ_2013_web.pdf

Výroční zpráva 2013/2014: společnosti Sonnentor s. r. o. [online]. 2014 [cit. 2015-04-20].

Web

Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015: Action plan for organic farming 2011-2015. Praha: Ministerstvo zemědělství ve spolupráci s Českou technologickou platformou pro ekologické zemědělství, [2011], 32 s. ISBN 978-80-7434-007-9.

Analýza vývoje nabídky biopotravin v maloobchodních řetězcích a jejich cen v letech 2009 - 2013 [online]. 2014 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/306464/Analýza_nabidky_biopotravin_2009_2013_priloha_Zpravy_o_trhu_s_biopotravinami.pdf

Biologische Landwirtschaft in Österreich. In: *Ministerium für ein lebenswertes österreich* [online]. 2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: http://www.bmlfuw.gv.at/publikationen/land/agrariumweltprogramm-biologische_landwirtschaft/biolandwirtschaftdt.html

Biopotraviny. *EAgri* [online]. © 2009-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/biopotraviny/>

Biopotraviny. *Informační centrum bezpečnosti potravin* [online]. © 2012 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: [http://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-\(bio\).aspx#](http://www.bezpecnostpotravin.cz/kategorie/biopotraviny-(bio).aspx#)

Biopotraviny pod lupou: Jaké mýty kolují o biopotravinách?. In: *Nazeleno.cz* [online]. 2009 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/biopotraviny-1/biopotraviny-pod-lupou-jake-myty-koluji-o-biopotravinach.aspx>

Co je ekologické zemědělství a jak se liší od konvenčního?. *Sít' ekologických poraden* [online]. 2014 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://www.ekoporadna.cz/wiki/doku.php?id=zahrada:co_je_ekologicke_zemedelstvi_a_jak_se_lisi_od_konvencniho

Česká republika: tiskové centrum: tiskové zprávy. *Evropská komise* [online]. 2010 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/press/press_releases/10_861_cs.htm

Ekolist.cz (Praha): Výzkum: Počet Čechů, kteří kupují biopotraviny, pomalu roste [online]. 2014 [cit. 2015-02-28]. ISSN 1802-9019. Dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/pruzkum-biopotraviny-nekdy-kupuji-4-z-10-cechu>

Ekologické zemědělství- certifikace bioproduktů a biopotra. In: *zeraagency.eu*. 2007. Dostupné z: www.zeraagency.eu/dokumenty/007005/v_4_dvorsky_ez.doc.

EU-funded Quality Low Input Food project indicates significant nutritional benefits from organic food. *NW Resistance Against Genetic Engineering* [online]. 2007 [cit. 2015-05-01]. Dostupné z: <http://nwrage.org/content/eu-funded-quality-low-input-food-project-indicates-significant-nutritional-benefits-organic->

Historie. *Sonnenor* [online]. 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://sonnentor.cz/sonnentor_cz/o_nas_kontakty/sonnentor/historie

Little evidence of health benefits from organic foods, study finds. *Stanford Medicine* [online]. 2012 [cit. 2015-05-02]. Dostupné z: <http://med.stanford.edu/news/all-news/2012/09/little-evidence-of-health-benefits-from-organic-foods-study-finds.html>

Maloobchod. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2014 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Maloobchod>

O nás: požadavky na kvalitu. *Sonnenor* [online]. 2015 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: http://sonnentor.cz/sonnentor_cz/o_nas_nasi_pestitele/sonnentor/pozadavky_na_kvalitu

Rakousko: Biopotraviny zde dosahují slušných výsledků. In: *Liga Ekologických Alternativ* [online]. 2015 [cit. 2015-03-30]. Dostupné z: <http://www.lea.ecn.cz/03info.html>

Rozhovor s Ing. Josefem DVOŘÁČKEM, jednatelem společnosti Sonnenor. 2015 [cit. 2015-05-03].

SCHMIDT, Franka. *The organic sector in Germany, Austria and the Czech Republic*. Gießen, 2012. Dostupné z: http://orgprints.org/21306/1/Schmidt_2012_-_Organic_sector_GER%2C_AT%2C_CZ.pdf. Master thesis. Justus Liebig University Gießen.

Stanford Organics Study: Have Faulty Methods, Political Motivations Threatened Kids' Health?. *The HuffingtonPost* [online]. 2012 [cit. 2015-05-02]. Dostupné z: http://www.huffingtonpost.com/2012/09/13/stanford-organics-study-public-health_n_1880441.html

Statistická šetření ekologického zemědělství Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR [online]. 2014 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/306458/Zprava_o_trhu_s_biopotravinami_za_rok_2012_final.pdf

The Hidden Dangers In Organic Food. *Center for Gobal Food Issues* [online]. 1998 [cit. 2015-05-01]. Dostupné z: <http://www.artsci.wustl.edu/~anthro/articles/Hidden%20Dangers%20In%20Organic%20Food.htm>

Udržitelný rozvoj: Obalové materiály. *Sonnenor* [online]. 2015 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: http://sonnentor.cz/sonnentor_cz/udrzitelny_rozvoj/obalove_materialy

Udržitelný rozvoj: ruční práce a výroba. *Sonnenor* [online]. 2015 [cit. 2015-04-20]. Dostupné z: http://sonnentor.cz/sonnentor_cz/udrzitelny_rozvoj/rucni_prace_a_vyroba

Velkoobchod. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2014 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Velkoobchod>

Značení biopotravin. *Biospotřebitel.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-02-27]. Dostupné z: <http://biospotrebitel.cz/chci-znat-bio/jak-poznam-bio/znaceni-biopotravin>

Seznam obrázků

Obr. 1: Eurolist

Obr. 2: Biozebra

Obr. 3: Označení biopotraviny vyrobené v Rakousku

Obr. 4: Označení biopotraviny, jejíž konzistence pochází z různých zemí

Obr. 5: Užití ekologicko-zemědělské půdy ke konci roku 2013

Obr. 6: Důvody nakupování biopotravin podle průzkumu mezi spotřebiteli

Obr. 7: Důvody k nekupování biopotravin podle průzkumu mezi spotřebiteli

Obr. 8: Vývoj počtu zaměstnanců v Čejkovicích v letech 2002-2015

Obr. 9: Vývoj počtu zaměstnanců ve Sprögnitz v období 2007-2015

Obr. 10: Struktura výroby v rakouském Sonnentoru

Obr. 11: Spotřební trhy společnosti Sonnentor

Obr. 12: Fólie vyrobená z celulózy

Obr. 13: Logo značící směsný odpad

Obr. 14: Prodejny výrobků Sonnentor v Rakousku, Německu a Česku

Obr. 15: Tržby podniku Sonnentor s. r. o., v letech 2010 – 2014

Obr. 16: Rentabilita tržeb za období 2012/2013 a 2013/2014

Obr. 17: Zadluženost Sonnentoru za období 2012/2013 a 2013/2014

Obr. 18: Zisk české a rakouské společnosti Sonnentor za období 2012/2013 a 2013/2014

Seznam tabulek

Tab. 1: Počet vybraných ekologických subjektů v ČR

Tab. 2: Vývoj počtu registrovaných výrobců biopotravin, za období 2006 – 2013

Tab. 3: Struktura výrobců dle velikosti obrátu za biopotraviny, 2012