

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Teze diplomová práce

**Přímý prodej potravin prostřednictvím
farmářských trhů (případová studie)**

Karolína Krpešová

1. Souhrn a klíčová slova

1.1 Souhrn

Tématem této diplomové práce je „Přímý prodej potravin prostřednictvím farmářských trhů“. Práce je rozdělena do dvou částí, teoretickou a praktickou.

Teoretická část se věnuje nejprve přímému prodeji obecně. Poté práce plynule přechází k fenoménu farmářských trhů, jako jedné z forem alternativních potravních řetězců, který je příkladem právě prodeje produktů přímo zákazníkovi. Práce popisuje jejich zrod a vývoj na území České republiky až do současnosti. Společně s vývojem jsou přiblíženy přínosy, ale také problematické aspekty, které farmářské trhy doprovázejí až do dnes. V druhé části jsou charakterizovány další alternativní formy přímého prodeje jako prodej ze dvora, bedýnkový prodej a farmářské prodejny. Je popsán nejen způsob jejich fungování, ale také jaké přinášejí výhody či nevýhody pro prodejce, ale především zákazníky. Poslední část je zaměřena na téma nákupního chování spotřebitele, čili jaké faktory zákazníka obecně ovlivňují při nákupu, a jsou nastíněny taktéž změny, které v tomto ohledu ze strany zákazníků v posledních letech nastaly.

Navazující empirická část je rozdělena na dvě části. V první části je zhodnocena situace týkající se farmářských trhů v České republice celkově a podrobněji popsán vybraný farmářský trh společně s účastníky studie. Následně však práce přejde ke své hlavní analytické části, ve které je aplikována metoda případové studie. Pomocí vlastního pozorování a především provedených hloubkových rozhovorů zkoumá a následně zhodnocuje očekávání současného zákazníka farmářských trhů z hlediska podoby farmářských trhů a možných funkcí trhů.

1.2 Klíčová slova

přímý prodej potravin, farmářské trhy, očekávání zákazníků, kvalita, role farmářských trhů, kvalitativní výzkum

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Obecným cílem této práce je popsat a vysvětlit vývoj přímého prodeje potravin v ČR, který vzniká v rámci tzv. alternativních potravních řetězců (mimo rámec zavedených konvenčních vztahů průmyslových producentů, velkých prodejců a masových spotřebitelů) se zvláštním důrazem na roli farmářských trhů a posoudit potenciál tohoto způsobu prodeje do budoucna na základě šetření spotřebitelů s ohledem na nové alternativy jako např. farmářské prodejny, atp. Specifickým cílem je zmapovat a zhodnotit novodobý vývoj farmářských trhů a

dále kriticky prozkoumat a zhodnotit očekávání současného zákazníka farmářských trhů z hlediska podoby a možných funkcí trhů.

2.2 Metodika práce

První, teoretická část, je založena na studiu tematických článků, odborné literatury a příslušných zákonů. Práce nejprve popisuje zrod a vývoj farmářských trhů na území České republiky až do současnosti. Dále jejich přínosy, ale také problematické aspekty, které farmářské trhy doprovázejí až do dnes. Pomocí důkladného studia dokumentů jsou charakterizovány další alternativní formy přímého prodeje jako prodej ze dvora, bedýnkový prodej a farmářské prodejny. Poslední část je zaměřena na téma nákupního chování spotřebitele. Tento teoretický základ je posléze aplikován na nákup potravin na farmářských trzích.

Navazující empirická část je rozdělena na dvě části. V první, popisné části, je zhodnocena situace týkající se farmářských trhů v České republice celkově, popsán vybraný farmářský trh a účastníci studie. V hlavní analytické části je aplikována metoda případové studie, tedy jedna z metod kvalitativního výzkumu. Cílem této části je odpovědět na otázku, která zní: *Jaká jsou očekávání spotřebitelů z hlediska podoby a možných funkcí farmářských trhů?* Data pro tuto studii jsou shromažďována kombinací dvou typů sběru dat a to pomocí vlastního pozorování, ale především hloubkových rozhovorů se samotnými zákazníky, konkrétně s osmi pravidelnými zákazníky vybraného trhu. Provedené rozhovory jsou typu polostrukturovaného, což znamená, že je předem vytvořen seznam primárních témat a k nim příslušných otázek, vztahujících se ke zkoumané problematice. Následně jsou tato zjištěná data analyzována s využitím standardních postupů kvalitativní analýzy.

3 Závěry

Farmářské trhy jsou často skepticky nazývány pouze módním výstřelkem či také návratem k tradici. Dle autorčina názoru a provedeného průzkumu si farmářské trhy své místo na trhu s potravinami již našly a částečně tak navázaly na tradici z dob minulých. Jedná se však spíše o starou praxi v nové době, jelikož je nutná adekvátnost k současné situaci. Žijeme v jiné době než naše prababičky, jenž přináší jiné výzvy a problémy. Je velice složité předpovídat, jaká je budoucnost farmářských trhů. Lze však zhodnotit současnost a říci, že i přes počáteční nedůvěru se tento fenomén rychle uchytil, a zatímco si všichni mysleli, že se jedná pouze o krátkodobý módní trend, farmářské trhy pokračují dodnes, rozvíjejí se a zákazníci stále mají. Z původního plánu nadšenců, jak propojit zemědělce přímo se

spotřebiteli, se tak stal již stabilní a pravidelný způsob jak, nakoupit kvalitní, české a čerstvé potraviny. V současnosti jsou hlavním způsobem propagace alternativních forem prodeje a představují pro Českou republiku mnohé přínosy. Mezi ty základní samozřejmě patří možnost nákupu kvalitních a zdravých potravin z místních zdrojů, zvýšení odbytu pro menší zemědělce, podpora místní ekonomiky a růst zaměstnanosti, rozvoj venkova a pomoc udržet sílu a charakter daného regionu. Vedle ostatních forem nákupu potravin vynikají svými specifiky a jsou velmi komplexním tématem.

Důležitým faktem je, že po počátečním „boomu“, kdy počet farmářských trhů raketově vzrostl, nyní dochází k stagnaci a jejich celkový počet se ustálil a došlo k vytříbení těch dobrých, oblíbených, etablovaných trhů, na kterých prodávají poctivý farmáři a jenž si vybudovaly stálé jádro zákazníků. Podobně je tomu tak i co se týče problémů, z nichž některé stále přetrvávají od jejich počátků a opakují se. Zásadní je však tvrzení orgánů dohlížejících na dodržování pravidel týkajících se hygieny, zdravotní nezávadnosti potravin, jakosti apod., že se nyní neseťkávají s potížemi, které by znamenaly pro zákazníky vyloženě zdravotní riziko.

Nyní je jedním z největších a nejaktuálnějších problematických aspektů vztah organizátorů a měst, kdy nastávají především obtíže s vysokým nájmem pro organizátory a s tím i pro prodejce za stánek. Vysoké nájemné pak znevýhodňuje, jak malé výrobce a snižuje tím rozsah nabídky zboží, které by mohlo být na trzích nabízeno, tak i organizátory, jelikož ne všichni dokážou finančně tuto situaci pokrýt. Pro udržení současných zákazníků či dokonce přilákání nových, se však organizátoři musí snažit, aby pro ně byl trh zajímavý a atraktivní. To znamená souběh dobře nastaveného širokého sortimentu, kvalitní úrovně a přiměřené ceny.

Očekávání zákazníků jsou vysoká a to jak z hlediska kvality, kdy zákazníci očekávají, že nakoupí na farmářských trzích čerstvé, kvalitní, české potraviny a sezónní produkty od poctivých místních farmářů a výrobců, tak z hlediska pestrosti sortimentu. Tato očekávání jsou dle průzkumu zcela naplňována, nicméně v některých směrech z hlediska rozmanitosti sortimentu, je poptávka stále nenaplněna a organizátoři by měli sortiment o něco rozšířit a nabídka ze strany prodejců by se měla taktéž rozrůstat. Ze strany prodejců však nabídka musí jít zcela jistě ruku v ruce s osvětou, o jakou potravinu se jedná, proč je prospěšná, jak se používá a dle výpovědí pravidelných zákazníků, nejlépe připravit její ochutnávku.

V rozhodování, kdo bude účastníkem trhu a o co se nabídka místních farmářských trhů rozšíří, musí hrát roli mnoho faktorů, z nichž výše nájmu nesmí být na prvním místě. K tomu,

aby měl však organizátor možnost upřednostnit kvalitu účastníka (ve smyslu veřejného zájmu) nad výší nabízeného nájmu, musí toto chápat ten, kdo mu prostor k provozu pronajímá. Ke kvalitnímu farmářskému trhu by se tedy měl sejít takto odhodlaný organizátor s takto srozuměnou samosprávou. Tato kooperace je z autorčina pohledu tedy velice důležitá k budování úspěšných a dlouhodobě udržitelných farmářských trhů, které mají naději i do budoucna. Samozřejmě, jejichž nabídka dokáže zákazníkova očekávání uspokojit.

Co se týče alternativ k nákupu farmářských produktů, nejvíce by farmářské trhy mohl ohrozit rozvoj farmářských prodejen, které vznikly v podstatě po boku trhů. Dle autorčina názoru však tyto prodejny pro farmářské trhy nebudou tak velkým konkurentem, jak se předpokládá, i přesto, že nabízejí velice podobný sortiment kvalitního a autentického, českého zboží. Jak trhy, tak obchody si nepochybně získají svou klientelu, protože se sice soustředí na stejné zboží, ale způsob prodeje se významně liší. Prodejny budou sloužit lidem, kteří chtějí rychle nakoupit, zatímco trhy jsou svým způsobem kulturním zážitkem, který si zákazníci rádi dopřejí. Průzkum totiž potvrdil, že pro zákazníky farmářských trhů nemají již pouze roli nákupní, ale taktéž sociální a především společenskou. Role sociální je vnímána jako podpora zaměstnanosti, setkávání a stmelování místních obyvatel a utužování vztahů mezi prodejcem a kupujícím. V rámci společenské role, jsou trhy místem společenského setkávání s doprovodným kulturním programem, ožívují veřejný prostor smysluplným obsahem, zvyšují atraktivitu místa, jsou jednou z klíčových městotvorných aktivit a dotváří jakýsi kolorit města.

Během posledních let můžeme navíc v naší společnosti také pozorovat znatelné změny ve vnímání farmářských trhů, a to jako formu prodeje, která přispívá k udržitelné produkci a spotřebě potravin. Zajímavý je taktéž zájem mladší generace, která dříve neměla o zemědělství zájem, nyní však poznává výhody a možnosti tohoto způsobu života. A nejen to, v tomto směru, je s výše zmiňovaným spjat také další důležitý současný potvrzený průvodní jev farmářských trhů, jímž je jakési environmentální chápání a vnímání konceptu farmářských trhů.

Závěrem lze říci, že cílem současných farmářských trhů a zásadním krokem, jak udržet jejich oblíbenost, kterou si během několika let vybudovaly, by měla být snaha posílit vztahy mezi všemi zainteresovanými aktéry, tedy prodejci, pořadateli, státní správou a samozřejmě kupujícími. Dále nalézt způsoby, jak čelit a vyvarovat se zmiňovaným problematickým aspektům a společně usilovat o naplnění očekávání a potenciálu farmářských trhů v oblasti sociální, ekonomické a environmentální.

Seznam použitých zdrojů

Odborná literatura

KOTLER, P., KELLER K. L. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5, s.261

SPIPKOVÁ, J., FENDRYCHOVÁ, L., SYROVÁTKOVÁ, M. *Farmers' markets in Prague: A new challenge within the urban shopping landscape*. 2013. *Agriculture and Human Values* 30(2), 179-191. DOI 10.1007/s10460-012-9395-5. IF = 1,540

VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ R. *Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 283 s. Manažer. ISBN 80-247-0393-9, s. 44, 51-53, 112 – 113

Odborné články

DULLECK U., KERSCHBAMER R., SUTTER M., Institute for Behavioral Economics. *The Economics of Credence Goods: An Experiment on the Role of Liability, Verifiability, Reputation and Competition* [online]. 2010. [cit. 2015-07-27]. Dostupné z: https://ibe.eller.arizona.edu/docs/2010/Dulleck/AER_20090648_Manuscript.pdf

LOBLEY, M. a kol. *The contribution of organic farming to rural development: An exploration of the socio-economic linkages of organic and non-organic farms in England*. *Land Use Policy*, [online]. [cit. 2015-06-20]. Dostupné z: http://www.academia.edu/4838742/The_contribution_of_organic_farming_to_rural_development_An_exploration_of_the_socio-economic_linkages_of_organic_and_non-organic_farms_in_England

ZAGATA, L. 'We Want Farmers' Markets!' *Case Study of Emerging Civic Food Networks in the Czech Republic*. In *International Journal of Sociology of Agriculture*, ročník 19, číslo 3/2012, str.. 347–364.

Internetové zdroje

Ekolist.cz: *Farmářské trhy jsou v oblasti přímého prodeje potravin fenomén* [online]. 2011 [cit. 2015-07-20]. Dostupné z: <http://ekolist.cz/cz/publicistika/nazory-a-komentare/martin-leibl-farmarske-trhy-jsou-v-oblasti-primeho-prodeje-potravin-fenomen>

Hospodářské noviny: *Stát si posvítí na farmářské trhy. Kvůli ochraně před podvodníky* [online]. 2011 [cit. 2015-05-27]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-51494880-stat-si-posviti-na-farmarske-trhy-kvuli-ochrane-pred-podvodniky>

Vitalia.cz: *Boom farmářských trhů: za dva roky narostly trojnásobně* [online]. 2013 [cit. 2015-06-27]. Dostupné z: <http://www.vitalia.cz/clanky/boom-farmarskych-trhu-za-dva-roky-narostly-trojnasoebne>

Ostatní zdroje – písemné sdělení

KRBCOVÁ, L. šéfredaktorka severu *Vitalia.cz.*, spoluautorka článku, *Respekt, Vrtěti trdlem, 2014*, emailová korespondence s autorkou