

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra humanitních věd



Diplomová práce

**Certifikace biopotravin a její dopady na ekologický
sektor**

Beáta Kamenská

© 2011 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beáta Kamenská

obor Provoz a ekonomika

Vedoucí katedry Vám ve smyslu Studijního a zkušebního řádu ČZU v Praze čl. 17 odst. 2 určuje tuto diplomovou práci.

Název práce: **Certifikace biopotravin a její dopady na ekologický sektor**

Osnova diplomové práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Podstata a okolnosti vzniku konceptu ekologického zemědělství
4. Podstata kontroly a certifikace biopotravin
5. Empirická část
6. Závěr
7. Seznam použitých zdrojů
8. Přílohy

Rozsah hlavní textové části: 60 - 80 stran

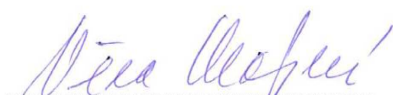
Doporučené zdroje:

- Beck, U. (2004). Riziková společnost. Na cestě k jiné modernitě. Praha: Slon.
- Dittrichová, Š. et al. (2008). Lištičky na vinici. Program rozvoje venkova a příčiny stagnace bioprodukce. Praha: Galén.
- Ministerstvo zemědělství ČR (2004). Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010.
- Ministerstvo zemědělství ČR (2007). Program Ekologické zemědělství a biopotraviny.
- Petr, J., Dlouhý, J. (1992). Ekologické zemědělství. Praha: Zemědělské nakladatelství Brázda.
- Urban, J., Šarapatka, B. et al. (2003). Ekologické zemědělství I., II. Učebnice pro školy a praxi. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR.
- Zorn, A. et al. (2009). Economic concepts of organic certification. CERTCOST Project, Deliverable 5. [on-line]. Citováno dne 26-12-2009. Dostupné z http://www.certcost.org/Lib/CERTCOST/Deliverable/D11_D5.pdf.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Ing. Lukáš Zagata, Ph.D.**

Termín odevzdání diplomové práce: duben 2011

L.S.


.....
Vedoucí katedry




.....
Děkan

V Praze dne: 15. 1. 2010

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Certifikace biopotravin a její dopady na ekologický sektor" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 5. dubna 2011

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Ing. Lukáši Zagatovi, Ph.D. za výborné vedení, ochotu a cenné rady, které mi pomohly při zpracování diplomové práce.

Certifikace biopotravin a její dopady na ekologický sektor

Certification of organic food and its impacts on organic sector

Souhrn

Práce pojednává o problematice kontroly a certifikace produkce biopotravin, které tvoří základní pilíř současného ekologického sektoru v Evropě. Symboly biopotravin odkazující k různým ekologickým standardům jsou hlavním nositelem informace pro spotřebitele. Cílem této práce je popsat a vysvětlit, jaké dopady s sebou přináší změna certifikace biopotravin v podobě nového evropského loga. Pomocí sekundární analýzy dat získaných z již vytvořeného výzkumu spotřebitelského chování CERTCOST sleduji sociální vztahy, které se vážou k zavádění nového evropského loga – jeho poslání, praktického účelu a očekávaných dopadů na ekologický sektor a zejména na spotřebitele biopotravin. Konkrétně se zkoumají postoje spotřebitelů k novému logu a případné rozdíly mezi charakteristikami respondentů. Zjištěné výsledky ukazují vesměs pozitivní stanovisko spotřebitelů ke společnému logu a neprojevují se známky budoucího poklesu zájmu o biopotraviny v důsledku nového loga. Usuzuji, že důsledky této změny pro spotřebitele biopotravin neohrozí spotřebu biopotravin ani důvěryhodnost systému.

Summary

This thesis discusses the issue control and certification of organic food production which is the basic pillar of actual organic sector in Europe. Organic symbols referring to different organic standards and they are the main information keeper for consumers. The objective of this thesis is to describe and explain what effect the change about certification of organic food brings in new european logo. By means of secondary data analysis obtained from already existing consumer behavior research CERTCOST I observe social relations which is relating to implement of new european logo – its mission, practical purpose and expected impact on organic sector and especially on consumers of organic food. Specifically, examined consumer attitudes to the new logo and any differences between characteristics of respondents. Established results show generally positive opinion of consumers to a common logo and do not show signs of future decline in interest in organic foods due to the new logo. I suppose that the consequences of this change for consumers of organic food will not jeopardize the consumption either credibility of the system.

Klíčová slova

ekologické zemědělství, biopotravina, konvenční, certifikace, kontrola, logo, Evropská unie, spotřebitel

Key words

organic agriculture, organic food, conventional, certification, control, logo, European union, consumer

Obsah

1	ÚVOD.....	8
2	CÍL PRÁCE A METODIKA.....	10
3	PODSTATA A OKOLNOSTI VZNIKU KONCEPTU EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ.....	11
3.1	Pozitiva a cíle ekologického zemědělství	12
3.2	Ekologické zemědělství z celospolečenského pohledu.....	14
3.3	Techniky ekologického zemědělství.....	14
3.4	IFOAM.....	17
3.5	Ekologické zemědělství v ČR.....	17
3.6	Produkce a trh biopotravin v ČR.....	22
4	PODSTATA KONTROLY A CERTIFIKACE BIOPOTRAVIN.....	25
4.1	Certifikace z hlediska ekonomického a nákladového	26
4.2	Certifikace ekologického zemědělství v EU	28
4.3	Kontrola a certifikace EZ v ČR.....	31
4.4	Různé certifikační systémy EU a směřování ke sjednocení.....	33
5	EMPIRICKÁ ČÁST	36
5.1	Důvody vzniku nového loga	36
5.2	Výzkum spotřebitelů	37
5.2.1	Analýzy četností	37
5.2.2	Rozdíly v charakteristikách mezi muži a ženami, věkovými kategoriemi a dosaženým vzděláním.....	47
5.2.3	Faktorová analýza	54
5.2.4	Vztahy mezi proměnnými.....	57
5.2.5	Porovnání výsledků výzkumu CERTCOST a Ministerstva zemědělství ČR.....	67
6	ZÁVĚR	70
7	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	73
7.1	Tištěné zdroje	73
7.2	Elektronické zdroje	74
8	PŘÍLOHY	76
8.1	Příloha	76

1 ÚVOD

V této práci se budu zabývat certifikací biopotravin a jejími dopady na ekologický sektor. Biopotraviny, které jsou produktem ekologického zemědělství, začínají být součástí jídelníčků velkého množství lidí ve vyspělých zemích. Poslední zpráva o spotřebě biopotravin ukazuje, že celosvětový obrat v roce 2006 činil 30,9 miliard eur a každoročně trh s bioprodukty roste o 10 - 15 %. Jen v EU tento obrat v roce 2004 byl 11 miliard eur (Evropská komise, 2010). V současné době, kdy se v celém světě prosazuje způsob hospodaření v souladu trvale udržitelným rozvojem, se lidé začali více zamýšlet nad celospolečenskými dopady svého stravování, nad tím, jak a co jedí, jaký má vliv produkce konkrétního produktu na životní prostředí. Ekologické zemědělství je šetrné k životnímu prostředí a zaměřuje se na vyprodukování kvalitních potravin. Jako kvalitní jsou chápány v ohledu, že v ekologickém zemědělství se nepoužívají žádné pesticidy, průmyslová hnojiva a zakázáno je také používání geneticky modifikovaných organismů (GMO).

V těchto principech spočívá základní rozdíl oproti konvenčnímu zemědělství. Konvenční zemědělství je obecně zaměřeno na vyprodukování co největšího množství produktů pro potravinářský průmysl. Pro dosažení žádoucího objemu se používají průmyslová hnojiva k podporování růstu a postřiky na ochranu rostlin proti škůdcům. Právě díky tomuto způsobu pěstování plodin se začala ničit krajina a znehodnocovat životní prostředí. Ekologické zemědělství je politicky uznáváno jako šetrnější způsob produkce potravin, které minimalizuje negativní dopady na životní prostředí.

S biopotravinami jako produkty ekologického zemědělství jsou spojeny určité postupy – kontroly a certifikace – související s formalizací standardů produkce. Každý ekofarmář musí pro svou produkci biopotravin projít kontrolou postupů pěstování rostlin a chovu zvířat a získat certifikát, který dokládá, že produkty, které pěstuje, jsou v souladu se všemi ekologickými postupy. Toto logo označující ekologickou produkci smí být pak použito v označování, obchodní úpravě a propagaci produktů, jež splňují požadavky nařízení Rady.

Certifikace jakýchkoli výrobků je spojena s určitou značkou, která symbolicky vyjadřuje dle jakých standardů daný produkt vznikl. Spotřebitelé si tyto symboly spojují s produktem, jsou tedy hlavním nositelem informace pro spotřebitele a přímo mají vliv na smýšlení o nich a vytváření jejich vlastností. Konkrétní symboly biopotravin odkazují k ekologickým standardům a jejich dodržování. Donedávna si každý členský stát EU mohl

zvolit své vlastní logo ekologického zemědělství, nebo mohl použít společné logo EU. Od července 2010 se změnilo stávající logo označující biopotraviny na společné evropské logo, které od té doby musejí všechny členské státy povinně uvádět na biopotravinách. EU si od této změny slibuje větší přehlednost a zjednodušení ekologického systému, který byl do teď značně roztříštěný. S touto změnou vyvstávají otázky, jaký má tato změna vliv a dopady na ekologický sektor. Jakým způsobem tato změna probíhá v rámci sociálních vztahů, co s sebou přináší pro spotřebitele biopotravin, co pro výrobce a prodejce. Jaký byl počátek realizace, zavádění a průběh těchto změn v ekologickém odvětví. Otázek se nabízí mnoho, avšak v mé práci se hlouběji budu zabývat zejména vlivem této změny na spotřebitele biopotravin.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

Tato práce se zaměřuje na problematiku spojenou se značením biopotravin. Obecným cílem této práce je popsat a vysvětlit, jaké dopady s sebou přináší změna certifikace biopotravin v podobě nového evropského loga. Pomocí sekundární analýzy dat získaných z již vytvořeného výzkumu spotřebitelského chování CERTCOST¹ budu sledovat sociální vztahy, které se vážou k zavádění nového evropského loga – jeho poslání, praktického účelu a očekávaných dopadů na ekologický sektor a zejména na spotřebitele biopotravin. Na základě zhodnocení výsledků této studie navrhu doporučení. Specifickými cíli jsou:

- zjistit postoje spotřebitelů k novému logu,
- popsat důsledky této změny pro trh s ekologickými produkty.

Teoretická část bude založena na literární rešerši zpracované na základě studia sekundárních dat, která bude obsahovat teoretický popis sledovaného problému a celkové shrnutí současného stavu poznání.

Praktická část zahrnuje empirické sledování problému certifikace biopotravin. Část uskutečním na základě použití nastudovaných sekundárních dat, které jsou obsaženy v literární rešerši. Hlavním obsahem empirického sledování je sekundární studie, která je založena na sekundární analýze dat získaných ze zmíněného výzkumu CERTCOST. Ve výzkumu CERTCOST byli cílovou skupinou spotřebitelé a pro zajištění reprezentativnosti vzorku sociálních skupin byl použit kvótní výběr u věku, pohlaví, místem, kde nakupují. Pro analýzu bude použit kvantitativní přístup a statistická procedura. Pro smysluplné vyhodnocení jsem respondenty rozdělila podle věku do kategorií: první od 18 do 27 let, druhá od 28 do 46 let a poslední od 47 do 75 let. Nakonec zjištěná data vyhodnotím a utvořím z nich závěry.

¹ FP7 EU CERTCOST (Economic analysis of certification systems for organic food and farming)

3 PODSTATA A OKOLNOSTI VZNIKU KONCEPTU EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

Ekologické zemědělství, které se u nás před rokem 1990 nazývalo také alternativní či organické, se začalo rozvíjet po první světové válce. Počátek a zejména polovina dvacátého století po druhé světové válce, byla charakteristická rozmachem průmyslového zemědělství. V důsledku světových válek a se zvyšujícím se počtem obyvatel, bylo potřeba navyšovat produkci potravin pro obživu. Pro toto období byl typický rychlý technický pokrok, který se v zemědělství nazýval „Zelená revoluce“ a odrazil se i v pěstování plodin. K navýšení produkce potravin a zvýšení zisků se začalo používat těžkých strojů, neobnovitelné zdroje surovin, průmyslových hnojiv pro podporování a urychlení růstu rostlin a také v hojné míře pesticidy, které rostlinu ochraňují proti různým škůdcům. *„Vinou využívání prvních těžkých strojů a minerálních hnojiv bylo pozorováno snížení kvality půdy (utužení a eroze), projevíly se problémy s plodností hospodářských zvířat nebo s klíčovostí osiv“* (Urban, Šarapatka, 2003). Další změny, které se projevíly ve vztahu ke zvířatům, bylo zavedení velkochovů pro hospodářská zvířata, které se vyznačují velice špatnými podmínkami pro zvířata, dále podávání jim průmyslových krmných směsí pro zvýšení jejich užitečnosti.

Všechny tyto charakteristiky se projevíly v následném poškození půdy a snížení její úrodnosti, kontaminací podzemních a povrchových vod, vytváření odolnosti škůdců vůči pesticidům, snižování kvality potravin a tedy ovlivňování zdraví lidí (Urban, Šarapatka, 2003). Podle Ulricha Becka je tento úhel pohledu charakteristický „nezohledňováním vedlejších důsledků“ a nazývá jej obdobím „prosté“ modernizace, kdy společnost nepřemýšlí nad následky svého chování a ignoruje ekologické dopady. Ekologickou krizí označuje krizi průmyslové modernity, která dokáže své vlastní ohrožení vyrábět, komerčně využívat a legitimizovat (Keller, 1997). Tyto hlavní problémy konvenčního zemědělství motivovaly pro vznik nového zemědělství – ekologického, jindy nazývané jako organické, biologické či alternativní. Počátky tohoto novodobého zemědělství jsou spjaty s tzv. organickým hnutím, jehož kořeny sahají až na počátek 20. století. Ale teprve v 60. letech dvacátého století se, zejména v západních zemích Evropy, objevila nová vlna zájmu o toto alternativní zemědělství, které je protiváhou industriálního (Urban, Šarapatka, 2003). Ekologické zemědělství je vyvážený agroekosystém, který se zakládá na lokálních a

obnovitelných zdrojích. Zahrnuje metody, které se odlišují svým způsobem hodnocení i praxí od konvenčního způsobu provozování zemědělství (Petr, Dlouhý, 1992). Souhrnně lze říci, že ekologické zemědělství je způsob pěstování plodin, které je v souladu s přírodou, je založeno na používání jejich přirozených koloběhů a snaží se o vypěstování kvalitních surovin. Zejména je důležité zdůraznit, že se zaměřuje na kvalitu vypěstovaných plodin nikoli na kvantitu (Urban, Šarapatka, 2003). Tato metoda je chápána jako posun od „prosté“ modernizace. Principy z této modernizace vedou dle Ulricha Becka k nezamýšleným vedlejším důsledkům a ignorování ekologických dopadů moderní činnosti. Ekologické zemědělství představuje následnému stadiu, ve kterém společnost přemýšlí a reaguje na rizika, která vznikla v předchozím období prosté modernizace a cítí se být odpovědná za současný a budoucí vývoj společnosti. Ze sociologického hlediska se toto období nazývá „reflexivní modernizace“ (Keller, 1997).

Pro udržitelné zemědělství je nutné dodržovat následující body:

- co nejmenší množství negativních vlivů na životní prostředí,
- chránit půdu před erozí a také její úrodnost, obnovitelnost a kvalitu,
- šetrně využívat vodní zdroje, aby zásoby vody mohly být obnovovány a zároveň uspokojeny potřeby lidí,
- spoléhat na zdroje, které poskytuje sám ekosystém, omezovat vstupy do pěstování a využívat koloběhu prvků s použitím ekologických znalostí,
- ochraňovat biologickou biodiverzitu přírody (Urban, Šarapatka, 2003).

3.1 Pozitiva a cíle ekologického zemědělství

Dle B. Šarapatky a J. Urbana v ekologickém zemědělství je možné spatřovat mnoho pozitivních efektů oproti klasickému zemědělství. Ekologické zemědělství má více pozitivních efektů na biodiverzitu krajiny a pěstovaných plodin než klasické zemědělství. Také více chrání přírodní prvky. Ekologicky obhospodařované plochy mívají vyšší obsah organické hmoty v půdě a agroekosystém bývá více diverzifikován, což znamená vyšší potenciál k ochraně půdy před erozí. Ovšem tyto změny týkající se půdy jsou otázkou horizontu 8-10 let. Oproti klasickému systému pěstování ten ekologický vykazuje někdy až

o 50 % nižší množství vyplavovaných živin na hektar. Nehrozí ani kontaminace vodních zdrojů a ovzduší pesticidními látkami, které se nepoužívají.

Z pohledu současných globálních klimatických změn a škodlivého přibývání oxidu uhličitého v ozónu, plynou z ekologického zemědělství až o 50 % nižší emise na hektar tohoto plynu oproti konvenčnímu zemědělství. Podobné jsou výsledky i u amoniaku. Velice dobře je hodnocena také spotřeba energie, která je v ekologicky hospodařících podnicích nižší.

Ekologické zemědělství lépe pečuje i o zdraví a pohodu neboli „welfare“ hospodářských zvířat. Je založeno na přirozenějším chovu a pastvě s větší možností pohybu. Když se podíváme konkrétně na produkty ekologického zemědělství, tedy biopotraviny, vyhodnotíme také mnoho pozitiv oproti klasickým potravinám.

Ekologické produkty mají vyšší obsah sušiny a jsou lépe skladovatelné. Vyšší kvalitu těchto produktů lze také vyvodit z různých pokusů se zvířaty, které nejčastěji spásají nehnojené a pesticidy neošetřené plodiny. Bioprodukty obsahují menší množství reziduí těžkých kovů, dusičnanů i pesticidů.

Ekologické zemědělství si vytyčuje zejména tyto následující cíle:

- produkování kvalitních potravin a krmiv v dostatečném množství o vysoké nutriční hodnotě,
- práce v co možná nejvíce uzavřených cyklech koloběhu látek,
- využívání místních zdrojů a minimalizování ztrát,
- udržení a zlepšování úrodnosti půd,
- vyvarování se znečištění pocházející ze zemědělského podniku,
- minimalizování používání neobnovitelných zdrojů surovin a fosilní energie, například odmítnutí minerálních hnojiv a pesticidů,
- humánní a etické zacházení a chov hospodářských zvířat v souladu s jejich fyziologickými potřebami,
- uchování přírodních ekosystémů, chránění přírody a její diverzity,
- pomocí vytváření pracovních příležitostí udržet osídlení venkova a tradiční ráz zemědělské krajiny,
- umožnění ekonomického a sociálního rozvoje zemědělcům a jejich rodinám (Urban, Šarapatka, 2003).

3.2 Ekologické zemědělství z celospolečenského pohledu

Ekologické zemědělství má ekonomickou výhodnost z dlouhodobého hlediska oproti produktům z konvenčního zemědělství. Klasické potraviny jsou zatím levnější, ale je pravděpodobné, že postupem času se do jejich ceny promítnou také náklady na jejich výrobu a negativní vliv na životní prostředí. Ekologické zemědělství chrání životní prostředí a biodiverzitu, zemědělci proto dostávají na tento způsob hospodaření dotace od státu. Ochraňuje také podzemní vody a snižuje znečištění povrchových vod, díky šetrnému zemědělství. Díky menší energetické a surovinové náročnosti ekologického zemědělství se šetří energie a neobnovitelné zdroje surovin a také o omezení vnějších vstupů.

Ekologické zemědělství se snaží o snížení nadprodukce, která je problémem ve vyspělých zemích, a to cestou omezeného používání intenzifikačních faktorů. Ve vztahu k biopotravinám se dá také hovořit o lepší kvalitě potravin, právě díky nepoužívání průmyslových hnojiv a pesticidů. Ve vyšší ceně biopotravin se odráží možnost pro pěstování i ve znevýhodněných oblastech, pro menší podniky a větší specializaci. Udržuje přírodní ráz krajiny a tím, že je více náročný na potřebu lidské práce, zvedá zaměstnanost a udržuje osídlení na venkově (Urban, Šarapatka, 2003).

3.3 Techniky ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství se ve světě dělí do šesti základních typů:

➤ Přírodní zemědělství

Tento druh ekologického zemědělství vznikl jako první ekologický systém na začátku 20. století a nazývá se také jako zemědělství podle přírody či biologické. Je spojeno s prací E. Kōnemanna. Stalo se prvním organizovaným systémem hospodaření s určitým návratem k přírodě a od něj se vyvíjely také další systémy zemědělství. Zastávalo zásady hospodaření bez, anebo s minimálním chovem dobytka, které vycházelo z předpokladu vegetariánského způsobu života. Dále zajištění vysoce kvalitních zemědělských produktů, tedy bez použití minerálních hnojiv a nutné porozumění půdní úrodnosti s používáním humusu při pěstování. Jednalo se o práci na venkově se samozásobením potravinami.

➤ **Biologicko-dynamické zemědělství (Biodynamické hospodaření)**

Základy tohoto zemědělství pocházejí od J. W. von Goetheho z myšlenky, že vše živé je dobře vyvážený celek a v něm pak působí síly, které pocházejí z vesmíru. Z pohledu zemědělství je hospodářství spolu s půdou, rostlinami, zvířaty i lidmi považováno za vyvážený organismus. Tento způsob hospodaření znamená využívání orby pro zpracování půdy s použitím statkových hnojiv, biodynamických preparátů (humusový preparát z kravského hnoje, křemíkový a kompostovací) a zeleného hnojení, zejména leguminóz². V osevních postupech je preferováno četné střídání plodin. Tato metoda je již známa po celém světě, avšak nejvíce je rozšířena v Evropě.

➤ **Organicko-biologické zemědělství**

Toto zemědělství se rozšířilo až po druhé světové válce a jeho zakladateli jsou manželé M. a H. Müllerovi a H. P. Rusch. Organicko-biologické zemědělství vychází z myšlenky, že kvalitní produkty je možné získat jen ze zdravé půdy a není potřeba ji nijak zatěžovat necitlivými a rušivými zásahy. Pro tento způsob hospodaření jsou vymezena určitá pravidla jako například, že se nepoužívají minerální hnojiva ani pesticidy, doporučuje se použití humusové složky, která obsahuje bakterie, horninové moučky a léčivé rostliny. Dále se plošně kompostuje a doporučuje dlouhodobé zelené hnojení, organická hnojiva se nanášejí na povrch půdy, půda se zpracovává bez obracení, aby se zachovalo přirozené vrstvení půdy, a organický odpad ve městech se vrací do půdy na venkov. V osevním postupu je třeba střídat širokou škálu plodin. Toto zemědělství je nejvíce rozšířeno ve Skandinávii a německy mluvících zemích a mají zde zastoupení svazy zemědělců Bioland, Naturland, atd.

➤ **Organické zemědělství v anglicky mluvících zemích**

Organické zemědělství je nejvíce rozšířeno v anglických zemích a jeho zakladatelem je sir Albert Howard a Lady Eve Balfourová, která založila Soil Association (česky: půdní společenstvo), nejvýznamnější svaz organického zemědělství ve Velké Británii.

Původně je tento způsob hospodaření ovlivněn místem vzniku, tedy Velkou Británií a jejími klimatickými podmínkami a pastvou zvířat. Organické zemědělství je založeno na symbióze hub s kořeny rostlin neboli mykorrhize. Používá se povrchová orba se

² Leguminóza – rostlinná bílkovina

zapravováním rostlinných zbytků, zeleného a organického hnojení. Rozlišují se farmy pastevní, kde se nachází stálá pastva, částečně polařící s pastevními a polními plochami a polařící s polními plodinami.

➤ **Biologické zemědělství v německy mluvících zemích**

Biologické zemědělství zde vzniklo v 50. až 60. letech 20. století navázáním na biologicko-dynamický a organicko-biologický systém a jeho zakladatelem je Johannes Görring. Velký vliv měly vědecké výzkumy a problém reziduí pesticidů v potravinách a v okolním prostředí. V biologickém zemědělství se využívaly jetelotrávy, které půdu obohacují humusem a zelené hnojení. Při zpracování půdy se nesmějí promíchávat její vrstvy. Pro toto zemědělství je důležitá preventivní ochrana rostlin pomocí výběru vhodných odrůd a organických hnojiv.

➤ **Biologické zemědělství ve francouzsky mluvících zemích**

Biologické zemědělství vzniklo ve Francii ve stejné době jako v německých zemích, v 50. letech minulého století inspirované ekologickými zemědělskými systémy z anglosaských a německých zemí. Skládá se ze dvou svazů:

Metoda Lemaire-Boucher:

Koncepci vypracovali, jak již vychází z názvu Raul Lemaire a Jean Boucher. V této metodě se jako hnojiva využívají mořské řasy pro zvyšování kvality půdy a vyšších sklizní. Rostliny po použití moučky z řas přijímají více fosforu a vápníku, jsou odolnější k chorobám a mají lepší kvalitu. Používá se organické hnojení kompostem a zelené hnojení s leguminózami.

Metoda Claude Aubert:

Tato metoda je založena Claudem Aubertem v 60. letech minulého století a svaz se nazývá Nature et Progres. Postupy a praktiky této metody jsou charakteristické pro obecný popis ekologického zemědělství. Tímto svazem byla v roce 1972 založena organizace IFOAM (Urban, Šarapatka, 2003).

3.4 IFOAM

Mezinárodní federace IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements – Mezinárodní federace sdružení za organické zemědělství) byla založena v 70. letech 20. století ekologickými zemědělci a zasloužila se o uznání ekologického zemědělství v Evropě. Nařízením Rady Evropského hospodářského společenství č. 2092/91 o ekologickém zemědělství a označování zemědělských produktů a potravin v roce 1991 vzešla první zákonná norma upravující produkční postupy ekologického zemědělství a procedury kontroly, certifikace a označování. Zahájilo se používání označení „bio“ či „eko“ pro produkty ekologického zemědělství ekozemědělci, zpracovateli a obchodníky.

Díky mezinárodnímu uznání ekologického zemědělství se začaly stírat rozdíly mezi jednotlivými metodami EZ a nakonec splynuly v jednotný souhrnný název ekologické zemědělství. Výjimkou je biodynamické zemědělství, které si udržuje své specifické zařazení zejména díky svému duchovnímu přístupu (Urban, Šarapatka, 2003).

3.5 Ekologické zemědělství v ČR

Ekologické zemědělství zůstalo delší dobu českému obyvatelstvu neznámé díky komunistickému režimu, který podporoval produkci potravin založenou na průmyslových postupech. A také díky tomu, že společnost necítila potřebu změny ve způsobu hospodaření s půdou nebo stravování. Až ke konci pádu komunistického režimu a po zveřejnění zpráv o špatném zdravotním stavu obyvatel se objevily zprávy o ekologickém zemědělství, které v jiných zemích již fungovalo a někteří lidé začali projevovat zájem o své zdraví a o kvalitnější „nechemizované“ výrobky. Skupina vědeckých a odborných pracovníků ze společnosti Československá vědeckotechnická společnost (ČSVTS) založila „Odbornou skupinu pro alternativní zemědělství“ v roce 1988, která jako první začala ekologicky hospodařit.

V roce 1990 se přijala rámcová směrnice IFOAM, byla poskytnuta první dotace do ekologického zemědělství a také vzniklo pět ekologických svazů, konkrétně PRO-BIO Šumperk, které funguje dodnes, dále Biowa Chrudim, Naturvita Třebíč, Libera Praha a Altervin Velké Bílovice. Dotace pro ekologické zemědělství byly v roce 1992 zrušeny až do roku 1998, kdy se opět zavedly. Cílem ekologických zemědělců bylo mimo jiné

dosáhnout alespoň 5 % plochy pro ekologické zemědělství v rámci celkové výměry zemědělské plochy v ČR, což se jim již v roce 2002 podařilo. V mnoha oblastech se ČR dostala na úroveň zemí Evropské unie, jako například v systému kontroly a certifikace, vyrovnaném systému podpor, atd. Při vstupu do EU byla Česká republika na prvním místě z kandidátských zemí v rozsahu ekologicky zemědělských ploch a v rozvoji domácího odbytu. V roce 1993 začala platit dohoda o celostátní kontrole bioproduktů a certifikaci biopotravin známkou „BIO“. Kontrolou ekologického zemědělství v ČR byla a dodnes je pověřena společnost KEZ, o. p. s. (Kontrola ekologického zemědělství).

Dle MZe byl v roce 1995 počet ekologicky hospodařících zemědělců 181 a výměra zemědělské plochy ekologického zemědělství byla 14 982 ha, přičemž z celkového zemědělského půdního fondu to znamenalo podíl 0,35 %. V roce 2002 bylo v České republice ekologicky hospodařících zemědělců již 717, hospodařili na 235 136 ha zemědělské půdy, tedy na 5,50 % z celkové plochy zemědělského půdního fondu. Z toho byly nejvíce zastoupeny trvalé travní porosty s 90,13 %, dále se značně menším podílem orná půda 8,31 %, trvalé kultury 0,38 % a ostatní plochy 1,18 %. Bylo registrováno 92 výrobců biopotravin a 164 osob dodávajících bioprodukty do oběhu (Urban, Šarapatka, 2003).

K 31. 12. 2009 se počet ekologických zemědělců zvýšil na 2 689 na celkové výměře 398 407 ha, což je podíl 9,38 % z celkové výměry zemědělské půdy. Největší zastoupení na této ploše mají nadále trvalé travní porosty s 82,64 %, dále orná půda stoupla na 11,27 %, trvalé kultury zaujímají 1,09 % a ostatní plochy vzrostly na 5 %. Počet výrobců biopotravin v témže roce stoupl na 501. Dle nejnovějších dat jen za leden a únor byl zaznamenán nárůst ekologických zemědělců na číslo 3 000 (Ministerstvo zemědělství, 2010).

Pro srovnání je možné v následující tabulce (Tabulka 1) vidět stoupající tendenci ekologického zemědělství v ČR od roku 1995 – 2009.

Tabulka 1 Vývoj výměry zemědělské půdy a počtu farem v ekologickém zemědělství ČR

Rok	Počet farem	Výměra zemědělské půdy v EZ (ha)	Podíl ze zeměd. půdního fondu (%)
1995	181	14 982	0,35
1996	182	17 022	0,4
1997	211	20 239	0,47
1998	348	71 621	1,67
1999	473	110 756	2,58
2000	563	165 699	3,86
2001	654	217 869	5,09
2002	721	235 136	5,5
2003	810	254 995	5,97
2004	836	263 299	6,16
2005	829	254 982	5,98
2006	963	281 535	6,61
2007	1 316	312 890	7,35
2008	1 802	338 722	7,97
2009	2 689	398 407	9,38

Zdroj: Ministerstvo zemědělství 2010

Z výše uvedených čísel je zřejmé, že zájem zemědělců o ekologické zemědělství roste a že se stále více zemědělců odklání k tomuto způsobu pěstování. Například v roce 2009 se počet ekofarek oproti roku 2007 zdvojnásobil. Došlo také k nárůstu dovozců biopotravin ze třetích zemí, výrobců ekologických osiv a krmiv a ekologických včelařů. V dnešní době je Česká republika na předních místech, co se týče rozlohy ekologicky obdělávaných ploch v Evropě. Nejvyšší podíl v ekologickém zemědělství ČR mají oblasti horské a podhorské s trvalými travními porosty, nejvíce kraje Jihočeský, Karlovarský, Moravskoslezský a Ústecký (Bioinstitut, o.p.s., 2010). Avšak růst počtu farem a podílu ekologického zemědělství je způsoben jen v malé míře poptávkou po biopotravinách, ale spíše je to zapříčiněno vlivem dotací do ekologického zemědělství, ve kterém se u nás nejvíce pěstují trvalé travní porosty (Dittrichová, Heřmanská, Rozsypal, 2008). Tato situace je více vysvětlena níže.

Zájem spotřebitelů o biopotraviny stále stoupá, o čemž svědčí data z posledních let. Také se zvyšuje počet subjektů podnikajících na trhu ekologických produktů a to zřejmě i zásluhou státních a Evropských podpor (Bioinstitut, o.p.s., 2010). EU i OSN oficiálně uznávají výhody ekologického zemědělství ze sociálního a ekonomického hlediska. „Rada

EU ve svém „European Action Plan for Organic Food and Farming“ konstatuje, že ekologické zemědělství zajišťuje „kombinaci pozitivních, ekologických, sociálních a ekonomických prvků“ (Dittrichová, Heřmanská, Rozsypal, 2008). V porovnání s ostatními zemědělskými systémy, ekologické zemědělství nabízí více pracovních příležitostí a poptávka po jeho produktech je stále rostoucí. Podpůrné platby ekologického zemědělství představují oficiální pochopení toho, že tento systém potřebuje podporu, aby mohl dosáhnout komplikovaného cíle a to, pečovat o životní prostředí a zároveň neprodělavat (Dittrichová, Heřmanská, Rozsypal, 2008). Již od roku 1990 je ekologické zemědělství podporováno finančními dotacemi. Od roku 2007 je ekologické zemědělství financováno v rámci dokumentu „Program rozvoje venkova 2007 – 2013“, který vychází z nařízení Rady (ES) č. 1698/2005 o podpoře pro rozvoj venkova z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova. Dle tohoto programu je poskytována dotace ekozemědělcům na plochu ekologicky obhospodařované půdy s odlišením dle užití ploch. Výše platby pro ornou půdu je 155 EUR/ha, travní porosty 71 EUR/ha, pro trvalé kultury 849 EUR/ha, zeleninu a speciální byliny na orné půdě je 564 EUR/ha. Podpory ekologického zemědělství se stále zvyšují, jak je viditelné z následující tabulky (Tabulka 2) ukazující vývoj podporovaných ploch v ekologickém zemědělství v letech 2000 – 2009.

Tabulka 2 Vývoj podporovaných ploch a dotací ekologického zemědělství v letech 2000 – 2009

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Celková plocha EZ (tis. ha)	165	218	235	255	263	255	281	312	341	398
Podíl dotované plochy (%)	60	71	83	84	88	89	81	88	90	92
Celková výše dotace (mil. Kč)	89	168	210	230	292	285	305	539	691	980
Průměrná platba (Kč/ha)	902	1 083	1 081	1 080	1 260	1 255	1 336	1 972	2 261	2 689

Zdroj: Ministerstvo zemědělství 2010

Z uvedených dat je patrný růst podporované plochy, která je již bezmála dotována ze sta procent. Výše dotací také každoročně stoupají a tento trend má pozitivní vliv vzrůstající

počet subjektů podnikajících v tomto oboru (Bioinstitut, o.p.s., 2010). Na první pohled pozitivní vývoj je zapříčiněn určitými specifiky. Velkou část nově registrovaných ekologických farem provozují mladí, začínající zemědělci s malou výměrou farem a nízkou produkcí. Jejich hlavním stimulem je získat dotace a podle odborníků pouze bezvýznamný počet zemědělců přechází na ekologické hospodaření z důvodu uplatnění bioproduktů na trhu. To je zřetelné ze srovnání podílu ploch v EZ na celkové ploše zemědělské půdy, tedy necelých 10 %, a podílu biopotravin na celkové spotřebě potravin, zhruba 1 %. „Zemědělci mají obavu, aby nepřišli o možnost prodat svoji produkci za vyšší cenu zahraničním obchodníkům, zpracovatelé mají strach z nárůstu cen a neschopnosti uplatnit biopotraviny na trhu“ (Václavík, Čítková, Bystřická, 2008). Dále se zdá být nevhodně nastavená struktura dotačních titulů, která nenutí ekologické zemědělce produkovat a prodávat. U většího počtu zemědělců činí jen dotace až 95 % z veškerých finančních příjmů, což znamená, že bez dotací by ekologické zemědělství zatím nemohlo fungovat (Václavík, Čítková, Bystřická, 2008).

Vlivem dotací se od devadesátých let se mnoho podniků zejména v horských a podhorských oblastech rozhodlo zatravnit půdu a převést chov skotu na chov KBTPM (krav bez tržní produkce mléka). Tento způsob dotací vedl i ke spekulativnímu jednání, kdy lidé najímali nebo skupovali půdu s cílem získání finančních prostředků pomocí dotací. V roce 2004 došlo k významné diferenciaci dotací, ale to také nepřineslo očekávaný výsledek a podíl trvalých travních porostů v EZ se pohybuje pod 90 % a podíl orné půdy jen okolo 10 %. Slabina českého ekologického zemědělství tkví také v tom, že je zde malá výměra orné půdy (Dittrichová, Heřmanská, Rozsypal, 2008).

Z důvodu, že je třeba podpořit ty oblasti ekologického zemědělství, které zatím nejsou dostatečně rozvinuté, vypracovává Ministerstvo zemědělství ČR Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství. Ten nejnovější je pro roky 2011 až 2015 a byl přijat vládou ČR 14. prosince 2010. Dle Akčního plánu jsou oblasti rozvoje ekologického zemědělství jako legislativa, státní podpora, kontrolní a certifikační systém, značení biopotravin zajišťovány dostatečně. Naopak je zmiňována potřeba rozvinutí a podpory domácího trhu s produkty ekologického zemědělství, dále výzkumu a vzdělávání zemědělců, nebo zvýšení informovanosti spotřebitelů o produktech ekologického zemědělství. Cíli Akčního plánu je například dosažení 15 % podílu výměry zemědělské půdy při současném navýšení podílu biopotravin na trhu s potravinami na 3 %. Tento cíl podílu biopotravin ovšem znamená

ztrojnásobení poptávky spotřebitelů za období pěti let. Z prodávaných biopotravin by do roku 2015 měl být podíl minimálně 60 % české bio produkce a jen 40 % dovážený. Dále dosažení nárůstu spotřeby biopotravin ročně minimálně o 20 %. Zvýšení důvěry spotřebitelů, podílu příjmů z produkce/zpracování biopotravin, v neposlední řadě navýšení reálného přínosu ekologického zemědělství pro životní prostředí a pro pohodu zvířat a zdravotní stav obyvatelstva. Prioritou je také vybudování poradenské základny pro ekologické zemědělství poskytující dostatek informací pro ekologické zemědělství a výrobce biopotravin (Ministerstvo zemědělství, 2010).

3.6 Produkce a trh biopotravin v ČR

Bioproduktem je surovina rostlinného nebo živočišného původu vzešlá z ekologického zemědělství, využívá se k výrobě biopotravin. Biopotravina je potravina vyrobená ze surovin pocházejících z ekologického zemědělství dle podmínek plynoucích z Nařízení Rady EHS č. 2092/91 a ze zákona č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Biopotravina musí také splňovat nároky na jakost a zdravotní nezávadnost podle Zákona o potravinách (Česko, 2000). Z tohoto zákona dále vyplývá: *„každý, kdo hodlá zahájit výrobu biopotravin, je povinen písemně ohlásit tuto skutečnost neprodleně ministerstvu“* (Česko, 2000).

Mezi nejvíce pěstované plodiny ekologickým způsobem na orné půdě v ČR patří obiloviny s 56 % podílem (zejména oves a pšenice), dále pícniny s 33 %, shodně 3,5 % tvoří luskoviny na zrno a technické plodiny (většinou olejnin). Zelenina se pěstuje již jen na 1,2 % orné půdy a nejmenší část 0,58 % tvoří okopaniny (z 98 % plochy tvoří brambory). Co se týče objemu ekologické produkce, v roce 2009 dosáhl 643,5 tis. tun, z toho produkce píce tvořila 91 %. Celková produkce z orné půdy byla 78 450 tun, z toho největší část 56 % tvoří obiloviny a 32 % pícniny. Objem ekologické produkce na orné půdě oproti roku 2008 vzrostl o 17 %, čemuž napomohlo zejména zvýšení produkce obilovin. Ovšem celková produkce žádné z kategorií ekologicky pěstovaných plodin nedosahuje více než 5 % její celkové produkce ČR. V ekologickém chovu je nejvíce zastoupen skot zhruba z 87 % a ovcí s 8,4 % podílem. Produkce masa činila 3 300 tun, která byla z většiny tvořena hovězím masem.

Každý rok stoupá počet výrobců biopotravin a k nejčastěji zpracovávaným bioproduktům patří maso, výroba pekařských, cukrářských a dalších moučných výrobků, zpracování mléka, výroba mléčných výrobků a sýrů, zpracování ovoce a zeleniny. V rámci několika minulých let se výrazně zvýšil počet registrovaných výrobců vína. Důležitou roli na trhu s biopotravinami hrají distributoři, kteří uvádějí biopotraviny nebo bioprodukty do oběhu. Jejich počet se meziročně zvýšil ze 151 na 168 subjektů, k tomuto číslu je třeba také připočítat maloobchodní prodej (obchodní řetězce), který je významnou složkou v distribuci, ale od roku 2006 se dle zákona o EZ nemusí registrovat (Bioinstitut, o.p.s., 2010).

Zajímavé výsledky přinesl výzkum občanského sdružení PRO-BIO LIGA, které zkoumalo srovnání cen biopotravin s konvenčními potravinami. Biopotraviny prodávané v obchodních řetězcích byly v roce 2009 v průměru o 100 – 120 % dražší než konvenční, přičemž se to liší podle prodávaného produktu. Oproti předchozím letům se rozdíl mezi cenami těchto produktů opět zvýšil (Bioinstitut, o.p.s., 2010). Důvody, proč jsou biopotraviny dražší, než ty konvenční jsou prosté. Ekofarmáři mají vyšší náklady na lidskou práci, protože se nemohou používat žádné pesticidy ani minerální hnojiva, jak již bylo řečeno dříve. Potravinu pocházející z průmyslového zemědělství jsou levnější, avšak do jejich ceny se nezapočítávají škody na životním prostředí. Například v běžných chovech hospodářských zvířat je nízká cena výrobků pocházejících z těchto zvířat zapříčiněna nedůstojnými životními podmínkami zvířat, levným krmivem a v neposlední řadě ovlivňováním pomocí umělého urychlování růstu. Také častým důvodem nižší ceny konvenčních potravin je jejich nižší kvalita. Biopotraviny se nesmí chemicky konzervovat a tím kratší záruční dobu s rizikem ztráty, která musí být výrobcům také zaplacená pomocí vyšší ceny (Zemanová, Průšová, 2004). V ekologickém zemědělství je kvalita maximální prioritou. Je chápána nejen jako dobré vlastnosti produktu, ale také jako kvalita celého produkčního procesu s vlivem na životní prostředí, a to jakým způsobem byl produkt vypěstován, zpracován, distribuován (Petr, Dlouhý, 1992).

Nabídka biopotravin se zvyšuje spolu se zvyšováním poptávky po nich. Jejich nabídka se liší podle druhu prodejní jednotky, v obchodních řetězcích v Praze je ze 100 nejčastěji nakupovaných potravin k dostání 35 biopotravin a ve specializovaných obchodech s bioprodukty mají zastoupení 57 položek z tohoto počtu. Podíl zahraničních biopotravin na tomto vzorku je u obchodních řetězců a specializovaných obchodů stejný zhruba 60 %.

Ekologické zemědělství je propagováno a osvětlováno veřejnosti spotřebitelů ze strany ministerstva zemědělství i nevládních organizací, čímž se snaží o zvýšení informovanosti v této oblasti. Významná je v rámci ministerstva vedená tříletá kampaň „Žiju bio“, každoroční propagační akce jako Měsíc biopotravin nebo Biopotravina roku. Ze strany nevládních organizací se jedná o vzdělávací a osvětové programy pro veřejnost (Bioinstitut, o.p.s., 2010).

4 PODSTATA KONTROLY A CERTIFIKACE BIOPOTRAVIN

Spotřebitelé si vybírají produkty podle různých hledisek, které jsou pro ně stěžejní. Co se týče biopotravin, které pocházejí z ekologického zemědělství, ví se, že jejich výroba klade důraz na ochranu přírody a pohodu hospodářských zvířat. Do cílů ekologického zemědělství patří produkce kvalitních potravin (Evropský hospodářský a sociální výbor, 2010). Spotřebitelé biopotravin vyhledávají čím dál více, a aby mohli rozlišit mezi kvalitou konvenčních a ekologických produktů, potřebují informaci o vlastnostech produktů. Tuto informaci získávají pomocí systému certifikace biopotravin. Dnešní ekologické zemědělství by bez tohoto nástroje nemohlo existovat. Systém certifikace ze sociologického hlediska reprezentuje symbolický systém, který za předpokladu, že mu jeho uživatelé věří, tedy věří ve správnost jeho principů, se stává symbolem důvěryhodným (Giddens, 1998).

Ekologické zemědělství se začalo rozvíjet již na začátku minulého století, ovšem systém kontroly a certifikace byl v Evropské Unii zaveden až v 90. letech minulého století. Na začátku zavedení ekologického zemědělství nebylo třeba definovat přesná pravidla produkce, protože spotřebitelé nakupovali bioprodukty přímo na farmách. Později, se s rostoucími trhy zvýšila i potřeba formalizace systému, jako nástroj ochrany spotřebitele před podvodem a ochrany výrobce před nekalou soutěží. Časem se koncepty o ekologickém zemědělství různých ekologických skupin staly více formální až se vyvinuly v pravidla, jejichž dodržování bylo nejdříve kontrolováno neformálně. Tento systém se rozvinul do psaných pravidel, které jsou závazné a kontrolují je nezávislé organizace, a to kontrolní orgán. První národní soukromý standard ekologického zemědělství vznikl ve Velké Británii v roce 1973 a první národní regulace (veřejný standard) v Evropské unii byla v roce 1983 přijata v Rakousku. Kontrolní systém, který kontroluje dodržování pravidel, byl vypracován souběžně se standardy. S kontrolou souvisí certifikace, tedy proces, díky němuž se na základě kontroly získává osvědčení, že výrobek či proces je v souladu se závaznými předpisy. Provádí ji také nezávislý orgán, certifikační orgán (Zorn, 2009). Celá struktura kontroly a certifikace by se tedy dala popsat jako systém, který se řídí pravidly nařízením Rady (ES) č. 834/2007 z 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů nahrazující nařízení (EHS) č. 2092/91 (Evropská komise, 2010). Ekologičtí zemědělci, zpracovatelé a dovozci musejí splňovat tyto předpisy, pokud chtějí

prodávat bioprodukty pod evropským ekologickým logem. Jsou také, jak bylo řečeno, kontrolováni kontrolní organizací, že ta pravidla dodržují a mohou tudíž používat logo. Díky tomuto označení má spotřebitel kupující biopotravinu jistotu, že opravdu pochází z ekologického zemědělství. Během 80. let minulého století, když začal stoupat zájem ze strany spotřebitelů o ekologické zemědělství a jeho produkty, trh nebyl dostatečně stabilní a transparentní a bylo potřeba zavést nějaká legislativní pravidla. V roce 1991 začalo platit již uvedené nařízení Rady (EHS) č. 2092/91, které má zajistit spravedlivou hospodářskou soutěž na trh a za účelem zabezpečení průhlednosti metod ekologické produkce a tím zajištění důvěry spotřebitelů v bioprodukty. Toto nařízení první definovalo, jak se mají prodávat biopotraviny na evropských trzích a dodnes v novelizované formě (nařízením Rady (ES) č. 834/2007) platí jako minimální Evropský standard pro vymezení procesů, jakými musejí být biopotraviny produkovány. Systém certifikace v podstatě chrání, jak spotřebitele, tak zemědělce. Spotřebitel není klamán a ví, že kupovaná biopotravina je certifikována a tudíž je zaručen její původ. Ekologičtí zemědělci jsou zase certifikací chráněni proti falešné konkurenci, která by ohrožovala celý trh s biopotravinami (Zorn, 2009).

Je třeba zmínit význam institucí v ekologickém zemědělství. Sociologický slovník popisuje instituci jako každý obecně praktikovaný a v dané kultuře předávaný způsob jednání. Neboli jako určitá „pravidla hry“, která mají řídicí význam pro sociální interakci. Instituce si vymáhají dodržování určitých pravidel pro dosažení konkrétních cílů pomocí měkkých či tvrdých postihů za jejich nedodržení (Velký sociologický slovník, 1996). Proto mají význam ve společnosti, které udává řád, ale také v instituci jako je trh.

Certifikace potravin také může být považována za instituci z pohledu, že řeší informovanost spotřebitelů ohledně bioproduktů, když definuje, které mohou být prodávány v kvalitě bio (Zorn, 2009).

4.1 Certifikace z hlediska ekonomického a nákladového

Z ekonomického hlediska se dělí shromažďování informací o kvalitě produktu podle nákladů na získání těchto informací. První jsou vyhledávací schopnosti, které spotřebitel použije ještě před nákupem pomocí zrakového smyslu, další jsou zkušenosti, které se získávají po nákupu díky osobnímu vyzkoušení nebo ochutnání a poslední možností je

spolehlivost informací, které si sami spotřebitelé spolehlivě neověří. Proto je nucen důvěřovat certifikátu o kvalitě biopotraviny. Když spotřebitel není plně informován o výrobku, bude očekávat průměrnou kvalitu a za tyto produkty nebude ochoten zaplatit vyšší cenu. Proto je problém nejistoty důležitý k řešení právě u kvality ekologických produktů. Certifikace poskytuje věrnou informaci o kontrole kvality biopotraviny na základě evropského nařízení.

Z druhého hlediska transakčních nákladů jde o usnadnění koordinování hospodářské soutěže a snižování nákladů v obchodě s bioprodukty tím, že se sníží nejistota spotřebitelů. Certifikace je chápána jako nástroj, který může snížit náklady spojené se směnou zboží, tedy transakční náklady. Transakční náklady mohou být sníženy zavedením ekologického standardu, který zajišťuje kontrolu a certifikaci výrobků. Díky tomuto systému se snižuje nejistota spotřebitelů tím, že mohou identifikovat produkty ekologického zemědělství. Nezbytnou funkcí je možnost postihování sankcemi ekologické provozovatele při nedodržování pravidel dle nařízení.

Certifikací a označováním mohou spotřebitelé spolehlivě identifikovat biopotraviny. Přestože jsou kontroly nákladné, stále jsou finančně výhodnější v rámci certifikování, než pokud by kvalitu biopotravin kontrolovali sami spotřebitelé. Pro ekologické zemědělství je oproti konvenčnímu specifická povinnost sledovat a aktualizovat procesy dle neustále se měnících ekologických norem.

Výnosy ekologické certifikace pro producenty spočívají v zajištění ekologického trhu a přístupu na něj, nabízí možnost odlišit se od ostatních konvenčních výrobců. Díky certifikaci mohou mít příjem z ochoty spotřebitelů platit vyšší cenu za bioprodukty. Mezi producenty je zajištěna spravedlivá hospodářská soutěž prostřednictvím povinných minimálních požadavků stanovených v Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, které musí splňovat každý ekologický produkt. Při ekologické certifikaci musí kontrola dodržovat určité parametry a tím vést k dobré struktuře a dokumentaci. Definováním bioproduktů pomocí standardů se mohou náklady na monitorování a dožadování se u spotřebitelů snížit (Zorn, 2009).

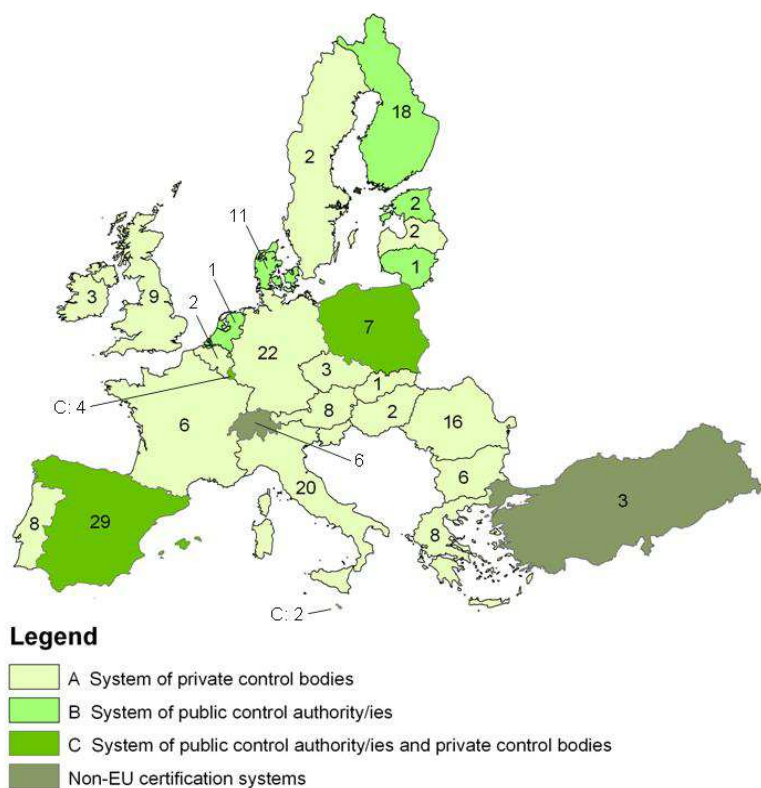
4.2 Certifikace ekologického zemědělství v EU

Členské státy EU byli díky Nařízením Rady č. 2092/91 nuceni zavést kontrolní systém ekologického zemědělství pro kontrolu kvality bioproduktů. Existují 3 druhy kontrolních systémů, které jsou používány v různých členských státech:

- A: systém schválených soukromých kontrolních subjektů;
- B: systém určeného veřejného kontrolního orgánu (určených veřejných kontrolních orgánů);
- C: systém určeného veřejného kontrolního orgánu a schválených soukromých kontrolních subjektů.

Na následující mapě (Obrázek 1) jsou zobrazeny certifikační systémy v Evropské Unii podle jednotlivých států s uvedením počtu kontrolních orgánů v zemi.

Obrázek 1 Certifikační systémy v EU



Rundgren 2008; European Union 2009

Základní struktura různých kontrolních systémů je v různých státech stejná. Každý hospodářský subjekt, který produkuje, připravuje, skladuje nebo dováží ze třetí země produkty, nebo který takové produkty uvádí na trh je povinen oznámit svou činnost příslušným orgánům členského státu a podřídit svůj podnik kontrolnímu systému. Tyto příslušné orgány se starají o tuto činnost a kontrolují, zda subjekt dodržuje pravidla předepsaná zmíněným nařízením Rady (Zorn, 2009). Každý členský stát si stanoví kontrolní systém a určí jeden či více příslušných orgánů odpovědných za kontrolu, v souladu s nařízením (ES) č. 882/2004. Kontrolní systém je povinný provádět alespoň preventivní a kontrolní opatření. Povaha a četnost kontrol se stanoví na základě posouzení rizika výskytu nesrovnalostí a porušení, ale v každém případě musí být u všech hospodářských subjektů s výjimkou velkoobchodníků, kteří nakládají s balenými produkty, a hospodářských subjektů prodávajících produkty přímo konečnému spotřebiteli, ověřeno dodržování alespoň jednou za rok. Členské státy přidělují každému kontrolnímu orgánu nebo kontrolnímu subjektu číselný kód. Dle tohoto nařízení „kontrolní orgány a kontrolní subjekty předají do 31. ledna každého roku příslušným orgánům seznam hospodářských subjektů, které byly předmětem jejich kontrol do 31. prosince předchozího roku. Do 31. března každého roku se poskytne souhrnná zpráva o kontrolních činnostech provedených v předchozím roce“ (Ministerstvo zemědělství, 2007). Musí také prokázat, že jejich certifikovaný proces je v souladu s všeobecnými požadavky certifikačních systémů na produkt. Tento postup se nazývá akreditace, při níž kontrolní orgán získává formální uznání, že může provádět kontrolu a certifikační služby v ekologickém sektoru.

Kontrolní orgán hospodářským subjektům uděluje na základě dodržování těchto pravidel certifikát, který dokazuje ekologický způsob hospodaření, je symbolem kvality výrobku a umožňuje použití loga na své výrobky (Zorn, 2009). Logo společenství EU bylo donedávna možné používat v kombinaci s vnitrostátním logem při splnění požadavků plynoucích z Nařízení Rady (ES) č. 834/2007, ovšem od července 2010 začalo platit společné Evropské logo, které musejí používat státy EU, o němž bude později rozepsáno. Na následujícím obrázku (Obrázek 2) je zobrazeno předchozí logo Společenství, které platilo od 90. let 20. století.

Obrázek 2 Logo Společenství platné do července 2010



Zdroj: NAŘÍZENÍ KOMISE (ES) č. 889/2008

Kontrola ekologického zemědělství probíhá na dvou úrovních, a to na národní úrovni konkrétního státu a na nadnárodní - Evropskou komisí. Dohlížející orgány členského státu si ověřují, že kontroly jsou objektivní, nezávislé a efektivní.

Certifikace je povinná, ale každý ekologický zemědělec, zpracovatel, obchodník či dovozce si může zvolit, zda bude certifikován pod jedním nebo více soukromými standardy. Soukromé standardy mohou být rovnocenné s nařízením Rady (ES) č. 834/2007 nebo přísnější, ale nikdy ne mírnější. Dodržování soukromých standardů je kontrolováno nezávislým soukromým kontrolním orgánem. Soukromé standardy znamenají dodatečné kontroly, které znamenají náklady vydané navíc za certifikaci. Tyto dodatečné certifikace bývají kritizovány, jako zbytečně vynaložené peníze, ale rozhodnutí o této certifikaci je dobrovolné na uvážení ekologických provozovatelů.

Základním cílem zemědělské politiky je dle Evropské komise informovat spotřebitele o vlastnostech produktu a způsobu pěstování (Zorn, 2009). Hodnocením produktů pouze mechanickým způsobem zapřičiňuje, že je kvalita posuzována pouze z vlastností, které se dají měřit a charakteristik viditelných pouhým okem. V ekologickém zemědělství se definice kvality rozšiřuje o morálně etické a sociopsychologické dimenze. To znamená, že důležité jsou nejen vlastnosti jako tvar, barva, obsah živin, ale také kvalita celého zemědělského systému. Morální a etická hlediska hrají svojí roli při braní ohledu ke všemu živému, ke způsobu chování zvířat a hospodaření s přírodními zdroji (Petr, Dlouhý, 1992). Ekologická kvalita potravin tedy vyplývá ze způsobu, jakým je vyrobena a postupem při jejím zpracování. Potřebné informace týkající se kvality procesu spotřebitelům biopotravin poskytuje právě kontrolní systém pomocí označování a záruku ekologické kvality poskytuje certifikace (Zorn, 2009).

4.3 Kontrola a certifikace EZ v ČR

Jak již bylo řečeno v předchozí části 3. Podstata a okolnosti vzniku konceptu ekologického zemědělství, počátky ekologického zemědělství v České republice se datují zhruba kolem roku 1990. Na základě prvotních norem sdružení IFOAM se nastavila pravidla pro její členy, u kterých začala kontrola a certifikace. V roce 1992 byla uzavřena dohoda mezi existujícími sdruženími zemědělců a Ministerstvem zemědělství o společném označení pro ekologické produkty, díky němuž se zvýší efektivita certifikace. Pro tento účel byla vytvořena technická komise, která sestavila oficiální metodické postupy pro ekologické zemědělce. O rok později začal platit společný ekologický systém a zůstalo jen jedno sdružení zemědělců až dodnes, nazývajícím se PRO-BIO (Zagata, 2009). PRO-BIO funguje jako celostátní sdružení ekozemědělců, zpracovatelů a prodejců biopotravin a dále sdružuje také poradce, školy, spotřebitele a přátele ekologického zemědělství. Hlavním úkolem svazu je prosazování ekologického zemědělství v ČR v méně intenzivních oblastech, ale také v produkčních oblastech a propagace biopotravin (Svaz ekologických zemědělců ČR, 2008).

Na konci roku 1990 se také začalo pracovat na nových předpisech o ekologickém zemědělství, aby korespondovaly s těmi evropskými, s Nařízením Rady (ES) 2092/1991. Vznikl nový zákon č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, který vešel v platnost 1. 1. 2001. Platí, že český zákon upravuje ty aspekty, na které se nevztahují právní předpisy EU. Jako kompetentní orgán certifikace ekologického zemědělství slouží Ministerstvo zemědělství České republiky, které má funkci dohlížet na certifikační orgány a také je odpovědný za celkový ekologický systém. Každý subjekt, který chce oficiálně podnikat na ekologickém trhu, musí být také registrován právě u Ministerstva zemědělství ČR. Přejícné období z konvenčního na ekologické hospodaření trvá zhruba dva nebo tři roky. Česká republika byla podle oficiálního seznamu subjektů odpovědných za ekologické inspekce, klasifikována jako systém schválených soukromých kontrolních subjektů.

Ministerstvo v souladu se zákonem o ekologickém zemědělství uzavírá smlouvu s právními subjekty nebo státními jednotkami, která je opravňuje k vydávání osvědčení o ekologických produktech, provádění kontrol a dalších souvisejících činností. Tyto subjekty se musí řídit standardem EN 45011 určenou pro certifikační orgány (Zagata, 2009).

V České republice musejí mít kontrolní organizace dvě akreditace, jak pro certifikaci, tak kontrolu. Existují zde tři kontrolní a certifikační orgány, a to KEZ o.p.s., BIODONT

CZ, s.r.o. a ABCERT AG. KEZ o.p.s. neboli celým názvem „Kontrola ekologického zemědělství“ je nevládní nezisková organizace, která zajišťuje odbornou nezávislou kontrolu a certifikaci v systému ekologického zemědělství na státní úrovni a tuto činnost začala provádět jako první v ČR. BIOKONT CZ, s.r.o. je státní organizace pro kontrolu a certifikaci ekologického zemědělství, která je zároveň nejmladší organizací z těchto tří. Poslední Abcert AG je soukromá mezinárodní organizace také zajišťující jak kontrolu, tak certifikaci ekologického zemědělství (Zagata, 2010). Všechny ekologicky hospodařící podniky musejí mít smlouvu alespoň s jednou z těchto organizací. KEZ je největší certifikační organizací, co se týče počtu certifikovaných farem, kterých certifikovala 57 %. Dále je BIOKONT CZ s 29,5 % a Abcert s 13,5 %.

Kontrolní organizace označují ekologické produkty značkou BIO, národním ekologickým logem a kódem příslušné kontrolní organizace. Například CZ-BIO-KEZ-01 nebo CZ-BIO-ABCERT-02. Certifikační a kontrolní aktivity KEZu a BIOKONTu jsou akreditovány Českým institutem pro akreditaci a Abcert jako mezinárodní organizace, je akreditována Deutschen Akreditierungsrat. Ekologické produkty a biopotraviny schválené kontrolní organizací byly do června 2010 označeny národním logem tzv. „zelenou zebrou“ (Obrázek 3).

Obrázek 3 Logo bioproduktů - "zelená zebra"



Zdroj: Vyhláška č. 16/2006 Sb.

Avšak od července tohoto roku začalo platit společné evropské logo, o kterém bude více řečeno později. Certifikační organizace mají také svá vlastní loga, ale mají menší význam a proto je jejich použití vzácné. V roce 2005 se logo ekologického zemědělství stalo majetkem ČR a použití je spravováno ministerstvem.

Ekologičtí zemědělci jsou dotováni v rámci programu Plán rozvoje venkova z Osy II (Zlepšování životního prostředí a krajiny). Tyto platby souvisejí s využitím ekologicky obhospodařované půdy a nejsou přímo spojeny s certifikačními náklady, ale spíše s celkovým řízením hospodářství (Zagata, 2009)

4.4 Různé certifikační systémy EU a směřování ke sjednocení

V předchozí kapitole byly nastíněny odlišné systémy certifikace v členských státech EU. Ve většině zemí EU převažují systémy soukromých kontrolních orgánů, jak bylo zobrazeno na obr. č. 1. Dle stanoviska Evropského hospodářského a sociálního výboru (EHSV) k tématu Model Společenství v oblasti zemědělství – jakost produkce a informování spotřebitelů jako součást konkurenceschopnosti z dubna 2010 je doporučeno posílení politiky podpory jakosti a informování spotřebitelů. Toto stanovisko zmiňuje jako jeden ze závěrů potřebu poskytnout větší soudržnost a koherenci stávajícím nástrojům akreditace prostřednictvím pokynů pro vyjasnění, harmonizaci a zjednodušení, dále rozšiřování možnosti dialogu mezi výrobcí, průmyslovými podniky, distributory a spotřebiteli a rozvíjet účinné strategie komunikace s občany. Konkrétněji je zde zmiňováno, že u zemědělských produktů EU existuje řada systémů jakosti a množství etiket a certifikací soukromého charakteru, které mají zajistit bezpečnost a jakost produktů pro konečného spotřebitele a poskytnout větší přidanou hodnotu produktům s cílem zvýšit konkurenceschopnost subjektů trhu (výrobců, zpracovatelů a prodejců).

Z důvodu existence různorodých posudků veřejného či soukromého sektoru, které se v současnosti vyskytují v rámci působení Evropské unie, může docházet ke značné roztříštěnosti cílů EU, nebo dokonce k opačným výsledkům. „*Důsledkem může být:*

- zmatečnost pro spotřebitele z důvodu neznalosti různých systémů;
- nedůvěra spotřebitelů vůči etiketám nebo certifikacím;
- neshody mezi výrobcí zapojenými do systému certifikace nebo označování a těmi, kteří do něj zapojeni nejsou; mohou dokonce vzniknout neshody mezi výrobcí používajícími různé systémy certifikace nebo označování;
- zbavení ochrany certifikovaných místních produktů (na evropské úrovni) vůči třetím zemím“ (Evropský hospodářský a sociální výbor, 2010).

Z těchto souvislostí vyplynulo, že by bylo užitečné, aby se EU zaměřila na zjednodušení a snížení počtu systémů jakosti zemědělských produktů v EU. U soukromých certifikací bylo doporučeno, aby se stanovily minimální limity, které by musely splňovat všechny standardy a podpořila se harmonizace a sjednocení různých druhů certifikací. Jako vhodný příklad sjednocení je možné uvést standard COSMOS sloužící pro certifikaci přírodních a ekologických kosmetických výrobků, která je přijata různými certifikačními orgány v Evropě a jejímž cílem je stanovení společné reference certifikace.

V případě propagace ekologických produktů je dle stanoviska EHSV třeba zaměřit se na propagaci jakosti prostřednictvím informačních kampaní pomocí hesla či sloganu s hlavními charakteristikami jakosti produktu (Evropský hospodářský a sociální výbor, 2010).

Logo EU pro ekologické zemědělství a loga členských států jsou používána jako doplněk značení ekologického produktu a hlavně pro zvýšení rozpoznatelnosti biopotravin pro spotřebitele. Výrobky označené tímto logem EU zaručují:

- minimálně 95% složek obsažených v produktu zemědělského původu bylo vyprodukováno ekologicky,
- produkt splňuje zásady oficiálního kontrolního systému,
- produkt vzešel od výrobce nebo zpracovatele v uzavřeném obalu,
- na produktu je označeno jméno výrobce, zpracovatele nebo prodejce a jméno nebo kód kontrolní organizace.

Umístění loga EU je povinné pro předem balené potraviny od 1. července 2010. Ovšem pro dovážené produkty zůstává po tomto datu označení dobrovolné. Nové Nařízení také ukládá povinnost uvést informaci o původu zemědělské suroviny vedle loga Společenství. Označení může být uskutečněno výrazem „EU“ nebo „mimo EU“, nebo uvedením názvu země, ve které byl produkt nebo jeho suroviny vyprodukovány. Pokud provozovatelé chtějí své výrobky prodávat v jiných členských zemích EU, mohou tyto výrobky označovat i dalším logem, které je na těchto trzích známé. Avšak používání loga EU pro ekologické zemědělství může zabránit těmto záměnám pomocí celoevropsky rozeznatelné značky (Evropská komise, 2010).

Z nařízení Komise (EU) č. 271/2010, kterým se mění nařízení (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pojednávající o

logu Evropské unie pro ekologickou produkci vyplývá, že ze zkušeností získaných při uplatňování nařízení Rady (EHS) č. 2092/91 a nařízení (ES) č. 834/2007 se ukazuje, že logo Společenství používané na dobrovolném základě nespĺňuje očekávání hospodářských subjektů v daném odvětví a ani očekávání spotřebitelů. Je zde řečeno, že pokud jde o ekologickou produkci, označování a kontrolu, je třeba zavést nová pravidla ohledně tohoto loga. Je to odůvodněno tím, že by se logo mělo lépe přizpůsobit vývoji situace v odvětví a to tím, že spotřebitelé budou moci lépe rozpoznat ekologické produkty. Poté co započala platit Lisabonská smlouva je uvedeno, že logo Společenství označující ekologickou produkci je nedostačující a vhodnější bude použití odkazu „logo Evropské unie pro ekologickou produkci“. Zavedení loga Evropské unie pro ekologickou produkci se uskutečnilo 1. července 2010 a jeho podoba je zobrazena níže (Obrázek 4).

Obrázek 4 Logo Evropské unie pro ekologickou produkci



Zdroj: NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) č. 271/2010

Tato změna by podle nařízení neměla způsobit problémy na trhu a je povoleno prodávat ekologické produkty, které již byly dříve uvedeny na trh a odpovídají nařízení (EHS) č. 2092/91 nebo nařízení (ES) č. 834/2007 (Evropská komise, 2010).

5 EMPIRICKÁ ČÁST

5.1 Důvody vzniku nového loga

Z výše zjištěných informací je možné si shrnout nejdůležitější fakta týkající se loga ekologického zemědělství. Systém certifikace a kontroly ekologického zemědělství je v EU poměrně krátkodobý, ale jeho označování prošlo již několika změnami. S rozšiřováním ploch ekologického zemědělství je nutné provádět změny v legislativě týkající se ekologické produkce a tyto se dotýkají celého řetězce od výrobců až po spotřebitele. Se zvyšujícím se počtem jak výrobců, prodejců či spotřebitelů je třeba upravovat kontrolní systém tak, aby zabezpečil dostatečnou kontrolu podnikajících subjektů v tomto odvětví a zároveň ochranu spotřebitelů před podvody s biopotravinami. S tím souvisí také certifikace, která vydává na základě kontroly osvědčení, které je potřeba pro obchodování na trhu ekologických produktů. Tyto procesy musejí být přizpůsobovány trhu a jeho požadavkům, aby mohly správně fungovat. Z důvodu, že ekologické zemědělství je stavěné na důvěře, kterou v ní musejí spotřebitelé mít, je nezbytné udržování stabilního a transparentního trhu. Celý tento systém je pak završen symbolem, který reprezentuje danou legislativu. Symbolem je logo ekologického zemědělství, díky kterému je výrobek jasně odlišitelný od těch ostatních. Z tohoto je zřejmé, jaká důležitost je uložena v tomto logu.

Od počátku vzniku formálního systému kontroly a certifikace začalo existovat také logo EU pro ekologické zemědělství. Toto logo (viz. zobrazeno výše) nebylo povinné pro zobrazení na bioproduktech a jeho použití bylo dobrovolné. Každý členský stát mohl mít vlastní logo a tím označit bioprodukty nebo tak mohl učinit v kombinaci s logem společenství. V České republice vzniklo první tuzemské logo až v roce 1992, kdy byla uzavřena dohoda o společném označení pro ekologické produkty. Zde se používalo u většiny výrobků prodávaných ve vnitrozemí vlastní české logo pro bioprodukty, tzv. „zelená zebra“.

Ovšem trendem Evropské unie je sjednocování téměř ve všech jejích cílech. Snaha EU o přibližování se členských států směřující k prohlubující integraci je možné sledovat již delší dobu. Tyto tendence se projeví také do ekologického zemědělství. V nedávné době byla vyslovena stanoviska vyjadřující potřebu větší soudržnosti ve stávajících nástrojích akreditací. Konkrétněji se hovoří o tom, že v EU existuje mnoho systémů jakosti a množství etiket a také soukromých certifikací. Tyto různorodé systémy dle EU způsobují

nejednotnost jejích cílů a dokonce směřují k nechtěným výsledkům. Dle Rady se ukazuje, že logo společenství používané donedávna nesplňovalo očekávání hospodářských subjektů ani spotřebitelů. Z těchto důvodů vyplývají budoucí změny, které by se měly týkat zjednodušení a snížení počtu systémů jakosti ekologických produktů, sjednocení různých druhů certifikací, které se týkají také změny ve formě společného loga EU pro ekologickou produkci. Tedy po zhruba dvaceti letech používání stejného loga, u nás zmíněné „zelené zebry“, se vytvořilo zcela nové logo, a navíc je od července 2010 povinností jeho umístění na bioproduktech vyrobených na území EU. S jeho vznikem se očekávají změny, kdy by se například logo mělo více přizpůsobovat vývoji situace v odvětví tím, že spotřebitelé lépe rozpoznají ekologické produkty. Otázkou ovšem je, zdali nové logo splní očekávání vložené do něj. Chtějí tuto změnu spotřebitelé či výrobci?

5.2 Výzkum spotřebitelů

Pro svou případovou studii, jejímž předmětem je sledování sociálních vztahů ve spojení se zaváděním nového evropského loga, jsem vycházela z nasbíraných dat z výzkumu spotřebitelů CERTCOST zkoumající ochotu spotřebitelů platit za ekologická loga a standardy. Vzor dotazník je součástí přílohy č. 1. Vzorek obsahuje 400 respondentů, přičemž podmínkou pro dotazování bylo splnění několika identifikací. Respondenti museli být osobou, která v domácnosti rozhoduje nebo spolurozhoduje o nákupu potravin. Nejméně jedenkrát za měsíc si kupovat jablka a vejce z ekologického zemědělství a být schopni podle určitých znaků identifikovat biopotraviny. Dále musejí patřit do věkové skupiny od 18 do 75 let. Z tohoto výzkumu jsem se zaměřila pouze na data týkající se nového loga, tedy od bodu 16 do bodu 25 (viz. příloha 1) obsahující tvrzení a také jsem použila odpovědi na obecné otázky týkající se respondentů.

5.2.1 Analýzy četností

Již ze zadaných otázek je možné shrnout základní statistiky ukazující četnosti odpovědí respondentů u jednotlivých tvrzení a otázek. V tabulkách, které budou dále zobrazeny, jsou obsaženy hodnoty vyjadřující míru souhlasu či nesouhlasu s tvrzeními, přičemž hodnota 1 znamená „rozhodně nesouhlasím“, 4 znamená „ani nesouhlasím, ani

souhlasím“ a 7 „rozhodně souhlasím“. K tvrzení „bez společného evropského loga může být v obchodě obtížné poznat, že se jedná o biopotravinu“ se polovina respondentů spotřebitelů biopotravin vyjádřila souhlasně. Následující tabulka (Tabulka 3) zobrazuje tyto výsledky.

Tabulka 3 Bez společného evropského loga může být obtížné poznat, že jde o biopotravinu

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	64	16,00
2	55	13,75
3	29	7,25
4	46	11,50
5	50	12,50
6	63	15,75
7	93	23,25
Celkem	400	100,00

Ovšem nemalý počet (37 %) nesouhlasí a zbytek nemá jasný postoj. Ve výzkumu se vytříbili z respondentů Ti, kteří rozpoznají biopotravinu dle určitých charakteristik, a tudíž by pro ně nemělo být těžké svůj výrobek poznat. Doposud byli tito kupující zvyklí nakupovat biopotravinu s určitým logem, z toho důvodu zřejmě části z nich nepřijde nutné společné logo pro jejich rozpoznání. Ale i přesto, kupující nejspíše spatřují výhodu ve společném označení, díky kterému mezi mnoha značkami snadno a bezpečně rozeznají biopotravinu mezi ostatními výrobky.

Nerozhodně se respondenti staví k výroku, že EU nevytváří nic jiného než novou byrokracií (Tabulka 4).

Tabulka 4 EU nevytváří nic jiného než novou byrokracií

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	55	13,75
2	54	13,50
3	33	8,25
4	99	24,75
5	54	13,50
6	60	15,00
7	45	11,25
Celkem	400	100,00

Přesně ve 24,8 % je nerozhodný postoj, zbytek odpovědí je zhruba vyrovnaných na straně souhlasu (39,8 %) i nesouhlasu (35,5 %). Toto může značit nedostatečnou informovanost respondentů o politice EU nebo také rozličné názory na ní. EU rozšiřuje svůj vliv do různých oblastí a v posledních letech od ní také přichází stále více restrikcí vůči členským zemím. Zvyšující se integrace s sebou přináší větší vliv EU, který vyvolává různé názory jejích obyvatel. Tento trend se nemusí všem líbit a v poslední době možná začínají převažovat ty negativní postoje. Z odpovědí vychází nejednotnost spotřebitelů v této problematice.

Okolo 53 % shledává zbytečným používání další značky biopotravin ke společnému evropskému logu, ale dalších 39 % je opačného názoru a zbytek neví (Tabulka 5).

Tabulka 5 Ke společnému evropskému logu je zbytečné používat další značky biopotravin

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	74	18,50
2	52	13,00
3	30	7,50
4	32	8,00
5	31	7,75
6	61	15,25
7	120	30,00
Celkem	400	100,00

V tomto případě není postoj spotřebitelů až tolik jasný a nové logo může tuto podstatnou část kupujících plést a vyvolávat zpočátku nedůvěru v neznámé logo. I když je zde největší část respondentů pro používání pouze jednoho loga, možná by bylo ze začátku vhodné umisťovat kromě společného loga ještě to předchozí. Aby se spotřebitelům usnadnilo rozpoznávání výrobků při přechodu na nové logo.

Plnou důvěru v ekologické standardy, ze kterých vychází společné evropské logo biopotravin, má skoro dvě třetiny dotázaných respondentů (Tabulka 6).

Tabulka 6 Důvěra v ekologické standardy, ze kterých vychází společné evropské logo

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	23	5,75
2	18	4,50
3	30	7,50
4	81	20,25
5	81	20,25
6	99	24,75
7	68	17,00
Celkem	400	100,00

Spotřebitelé tímto říkají, že důvěřují EU při vytváření nového loga, že se touto změnou nezmění dosavadní standardy, kterým oni věří. Z čehož vyplývá, že jedna z hlavních zásad ekologického zemědělství, vytváření a udržování důvěry v ekologické standardy, je u spotřebitelů opravdu utvářena. Pokud kupující důvěřují tomuto systému, pak je to pozitivním signálem pro ekologické zemědělství EU.

Označení potravin „EU“ a „mimo EU“, bez uvedení konkrétní země, připadá nedostačující 81 % respondentů (Tabulka 7).

Tabulka 7 U potravin mi připadá označení „EU“ a „mimo EU“, tedy bez uvedení země původu, dostačující

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	267	66,75
2	50	12,50
3	10	2,50
4	22	5,50
5	10	2,50
6	20	5,00
7	21	5,25
Celkem	400	100,00

Z tohoto výsledku vyplývá možná nespokojenost s novým standardem pro označování biopotravin, které na obale právě nově uvádí tyto informace nebo dává možnost označení země původu výrobku, které ale není povinné. Z těchto výsledků by tedy bylo spíše vhodnější přidat i označení země původu, ať už se jedná o členský či nečlenský stát. Mohlo by se stát, že pokud prodejci biopotravin tyto země nebudou na obale uvádět a tudíž

kupující nebude vědět, odkud přesně výrobek pochází, nebude mu důvěřovat a nekoupí si ho.

Celkový názor respondentů na to, zda je dobrá myšlenka společného evropského loga pro certifikaci biopotravin, se dá shrnout jako velmi kladný (viz. Tabulka 8).

Tabulka 8 Mít společné evropské logo pro certifikaci biopotravin je dobrá myšlenka

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	16	4,00
2	20	5,00
3	14	3,50
4	43	10,75
5	59	14,75
6	92	23,00
7	156	39,00
Celkem	400	100,00

Je to možné usuzovat ze 76 % podílu souhlasu s tímto tvrzením, přičemž celých 39 % respondentů zvolilo krajní hranici, tedy rozhodný souhlas. To, že si tři čtvrtiny respondentů myslí, že společné evropské logo je dobrý nápad, je podstatnou informací, ze které bychom mohli usuzovat, že spotřebitelé jsou příznivě nakloněni této změně a i s novým logem budou nakupovat biopotraviny a věřit v postupy jejich produkce.

Dále z výzkumu vychází zhruba 58 % podíl těch, kteří si nemyslí, že značek biopotravin je již dost a nové evropské logo celou situaci na trhu jen zkomplikuje, 17 % si není jistých (Tabulka 9).

Tabulka 9 Značek biopotravin je již více než dost a nové evropské logo celou situaci na trhu jen zkomplikuje

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	94	23,50
2	93	23,25
3	45	11,25
4	71	17,75
5	41	10,25
6	32	8,00
7	24	6,00
Celkem	400	100,00

Sice výsledek je nadpoloviční, ale je i nemalé procento, které neví, jak posoudit situaci na trhu. Existuje tu určitá nejistota, která se dá očekávat, neboť kupující nedokáže dobře odhadnout, jaký to bude mít dopad. I přes to, u většiny respondentů převládá názor, který v tom nevidí komplikace, což by vzhledem k předchozímu výsledku (dvě třetiny myslí, že evropské logo je dobrý nápad) měl být převažující postoj. Je zřejmý pozitivní přístup k novému logu. Pokud by spotřebitelé chápali evropské logo jako komplikaci, pak by tvrzení trochu odporovalo tomu předchozímu.

Zhruba 58 % respondentů plně důvěřuje kontrolnímu systému, ze kterého vychází společné evropské logo. To souvisí se zjištěním, že dvě třetiny respondentů důvěřují také ekologickým standardům a utvrzuje v tom, že většina spotřebitelů biopotravin důvěřuje kontrolám a proto si potraviny kupují. Následující tabulka (Tabulka 10) zobrazuje tyto výsledky.

Tabulka 10 Důvěra v kontrolní systém, ze kterého vychází společné logo biopotravin

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	21	5,25
2	28	7,00
3	35	8,75
4	84	21,00
5	68	17,00
6	101	25,25
7	63	15,75
Celkem	400	100,00

Nýbrž 21 % respondentů si není jistých a zřejmě u nich vyvstávají nějaké pochybnosti ohledně kontrol ekologických produktů. Určitá nejistota může být zapříčiněna čím dál častějšími skandály s prodejem závadných potravin, které se objevují na našem trhu. Sílicí nejistota vůči kontrolním orgánům na potravinářském trhu tedy panuje a nevyhýbá se ani ekologickému sektoru.

Stejně standardy pro produkci biopotravin v celé EU vidí jako dobrou myšlenku 76 % respondentů (viz. následující strana Tabulka 11). Z čehož je možné vidět spojitost s předchozím souhlasem respondentů ohledně společného evropského loga, které mělo 76 % podíl, tedy podobně jako v případě stejných standardů v produkci.

Tabulka 11 Mít stejné standardy pro produkci biopotravin v celé EU je dobrá myšlenka

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	20	5,00
2	17	4,25
3	19	4,75
4	39	9,75
5	43	10,75
6	107	26,75
7	155	38,75
Celkem	400	100,00

Se společným logem ekologického zemědělství se pojí také zavádění unijních standardů, které se snaží o větší soudržnost a jednotnost ekologické produkce. To má mimo jiného zajistit lepší orientaci a zvýšit důvěru kupujících. Dle výsledku tento směr EU akceptují a souhlasí s ním.

Nové společné logo rozlišuje mezi „ze zemědělství EU“ a „ze zemědělství mimo EU“, toto pozitivně hodnotí 67 % z dotazovaných (Tabulka 12).

Tabulka 12 Hodnotím pozitivně skutečnost, že nové společné logo rozlišuje mezi „ZE ZEMĚDĚLSTVÍM EU“ a „ZE ZEMĚDĚLSTVÍ MIMO EU“

Hodnota	Četnost	Relativní četnost (%)
1	46	11,50
2	22	5,50
3	14	3,50
4	49	12,25
5	41	10,25
6	90	22,50
7	138	34,50
Celkem	400	100,00

Z těchto odpovědí vychází spokojenost s rozlišením loga podle původu zemědělských surovin, z nichž je daný výrobek složen. V tomto případě by se toto dalo pochopit jako pozitivní hodnocení kupujících při rozlišení výroby v EU a mimo EU z důvodu důvěry ve členské státy a jejich ekologické postupy. Určitou roli může hrát počínající chápání spotřebitelů Evropské unie jako jednotného celku, kterému je důvěřováno, a tudíž je dostačující pro orientaci ve výrobcích uvedení, že právě toto pochází či nepochází z EU.

Výsledky nejčastějších odpovědí u jednotlivých tvrzení ukazují postoje vůči novému logu ekologického zemědělství a díky nim je možné vyvodit některé závěry. Většina respondentů vidí společné logo jako dobrý krok a vítá tuto změnu, totéž se dá říct o hodnocení společných standardů při produkci biopotravin. Také dvě třetiny plně důvěřují ekologickým standardům, ze kterých vychází evropské logo. Kladně je také respondenty hodnoceno rozlišení na biopotravinách „ze zemědělství EU“ a „ze zemědělství mimo EU“. S nerozhodnými výsledky se můžeme setkat například ve vztahu k používání další značky biopotravin ke společnému evropskému logu, zda je nutné použít ještě stávající logo ekologického zemědělství k novému. Respondenti si nejsou jisti, zda Evropská unie pouze nevytváří novou byrokracii tím, že nařizuje další předpisy rozšiřující její působení. Nakonec se nejednotný názor spotřebitelů objevil v případě rozhodnutí, jestli obtížně poznají, že se jedná o biopotravinu bez společného loga nebo s tím nebudou mít problém. Naopak negativní názor mají respondenti na označení původu výrobků pouze jako „EU“ a „mimo EU“, kdy tedy není jasné, ze které konkrétní země produkt pochází. Spotřebitelé si nemyslí, že je značek biopotravin již dost, a že díky tomu nové evropské logo celou situaci na trhu jen zkomplikuje.

U 75 % respondentů tvoří nákupy biopotravin od 0 do 40 % podílu na celkových výdajích domácnosti na potraviny a nápoje (viz. Tabulka 13).

Tabulka 13 Podíl výdajů na biopotraviny

Podíl výdajů na biopotraviny	Četnost	Relativní četnost (%)
0 – 10 %	64	16,00
11 – 20 %	88	22,00
21 – 30 %	82	20,50
31 – 40 %	69	17,25
41 – 50 %	38	9,50
51 – 60 %	25	6,25
61 – 70 %	10	2,50
71 – 80 %	14	3,50
81 – 90 %	7	1,75
91 – 100 %	3	0,75
Celkem	400	100,00

Přičemž nejčastěji se výdaje pohybují mezi 11 – 30 %. Tento podíl výdajů na biopotraviny je poměrně významný v porovnání k nákupu ostatních potravin. Přičemž

spotřeba biopotravin v ČR z celkové spotřeby potravin činí jen jedno procento. Konkrétně u spotřebitelů, kteří kupují biopotraviny alespoň jedenkrát za měsíc je zřejmé, že procento spotřeby je vyšší a tedy i vyšší podíl výdajů na ně.

Místa, kde spotřebitelé nakupují biopotraviny, jsou zejména obchodní řetězce (supermarkety) a obchody se zdravou výživou, které jsou uváděny téměř ve stejné míře z 65 %. U této otázky mohli respondenti zvolit více odpovědí a právě velice často volili kombinaci těchto dvou možností. Menší část asi 20 % také nakupuje přímo od zemědělců, ale ostatní prodejní místa navštěvuje pouze mizivé procento z nich. Supermarkety nejsou překvapující na přední příčce v nákupních místech vzhledem k tomu, že je kupující nejvíce navštěvují a mají zde možnost výběru z širokého sortimentu. Vysoký podíl nákupů v obchodech se zdravou výživou nejspíše souvisí se spojením zdravého životního stylu a biopotravinami jako jeho součástí.

Počet osob žijících ve společné domácnosti včetně respondentů se nejčastěji pohybovalo mezi dvěma až čtyřmi osobami, přičemž nejvyšší číslo bylo dosaženo u domácnosti se dvěma členy, jak je zobrazeno v následující tabulce (Tabulka 14).

Tabulka 14 Počet osob žijících v domácnosti včetně respondenta

Počet členů	Četnost	Relativní četnost (%)
1	36	9,00
2	155	38,75
3	110	27,50
4	83	20,75
5	8	2,00
6	5	1,25
7	2	0,50
8	1	0,25
Celkem	400	100,00

Z výše uvedených četností je necelých 40 % domácností respondentů o dvou členech, což je poměrně malý počet. Znamená to, že respondenti žijí nejčastěji jen v páru případně jeden z rodičů s potomkem. Tito lidé jsou tedy hlavními kupujícími biopotravin, v tom lze najít své příčiny. Biopotraviny jsou oproti konvenčním potravinám o něco dražší a tím pádem si je každý nemůže dovolit kupovat pravidelně. Oproti početnějším rodinám, kde jsou výdaje vyšší, mají bezdětné páry jistě více disponibilních finančních prostředků a tím pádem si mohou spíše dovolit nakupovat biopotraviny pravidelně.

Spotřebitelé nakupující biopotraviny, tedy respondenti tohoto výzkumu, mají ze 49,3 % nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské s maturitou a 39,5 % má vysokoškolské (viz. Tabulka 15).

Tabulka 15 Dosažené vzdělání respondentů

Vzdělání	Četnost	Relativní četnost (%)
Základní	11	2,75
Výuční list	34	8,50
Středoškolské	197	49,25
Vysokoškolské	158	39,50
Celkem	400	100,00

Z této četnosti je zřejmé, že necelých 90 % spotřebitelů biopotravin má minimálně maturitu, což je velmi vysoký počet. O spotřebitelích biopotravin dle tohoto výzkumu lze říci, že se řadí mezi spotřebitele s vyšším vzděláním, kupující s nižším vzděláním biopotraviny skoro nekupují.

Necelé dvě třetiny respondentů se řadí do skupiny, jejíž čisté disponibilní měsíční příjmy za celou domácnost jsou od 30 000 Kč do 70 000 Kč, což zahrnuje celkově 3 rozmezí z dotazníku, ovšem rozdíly mezi nimi jsou malé (Tabulka 16).

Tabulka 16 Měsíční příjem domácnosti respondenta

Měsíční příjem celé domácnosti	Četnost	Relativní četnost (%)
méně než 15 000 Kč	7	1,75
od 15 000 Kč do 30 000 Kč	36	9,00
od 30 000 Kč do 45 000 Kč	94	23,50
od 45 000 Kč do 60 000 Kč	99	24,75
od 60 000 Kč do 70 000 Kč	86	21,50
od 70 000 Kč do 85 000 Kč	31	7,75
od 85 000 Kč do 105 000 Kč	24	6,00
od 105 000 Kč do 120 000 Kč	8	2,00
od 120 000 Kč do 135 000 Kč	7	1,75
více jak 135 000 Kč	8	2,00
Celkem	400	100,00

Nejčetnější měsíční příjmy jsou mezi 45 000 Kč až 60 000 Kč (24,7 %), dále mezi 30 000 Kč až 45 000 Kč (23,5 %) a poslední v rozpětí 60 000 Kč až 70 000 Kč (21,5 %).

Průměrná hrubá měsíční mzda obyvatele ČR je přes 23 tisíc Kč, tudíž se dá vyhodnotit, že spotřebitelé biopotravin, které nejčastěji bydlí v páru, patří do skupiny s vyššími příjmy. Což se dá předpokládat vzhledem k tomu, že biopotraviny bývají o něco dražší než konvenční potraviny.

U vyhodnocení četnosti pohlaví vyšlo, že z respondentů je ze dvou třetin obsaženo ženské pohlaví a zbytek tvoří muži.

Tabulka 17 Četnost pohlaví

Pohlaví	Četnost	Relativní četnost (%)
Muži	137	34,25
Ženy	263	65,75
Celkem	400	100,00

Na počátku dotazníku byly vyfiltrovány pryč osoby, které nemají v domácnosti hlavní rozhodnutí o nákupu potravin nebo se alespoň na rozhodnutí nepodílejí. Tedy výsledkem je, že ve zhruba 66 % domácnostech respondentů rozhodují o nákupu ženy a proto tvoří větší část respondentů dotazníku.

Věková kategorie respondentů je vymezena od 18 do 75 let. Z této velké skupiny se dají rozdělit respondenti podle četnosti jejich zastoupení v dotazníku. Vytvořila jsem tři věkové kategorie: první od 18 do 27 let, ve které je obsaženo 12,5 % respondentů, druhá od 28 do 46 let, která čítá 54,7 % a poslední od 47 do 75 let obsahující 32,7 %. Toto rozdělení mi pomůže lépe charakterizovat výsledky pro jednotlivé věkové skupiny, které by mohly mít rozdílné výsledky.

5.2.2 Rozdíly v charakteristikách mezi muži a ženami, věkovými kategoriemi a dosaženým vzděláním

Nyní porovnáám rozdíly ve výsledcích mezi muži a ženami, dále mezi věkovými kategoriemi, mezi různými stupni vzdělání. Nejprve se zaměřím na rozdíly mezi muži a ženami v podílech výdajů na biopotraviny z celkových výdajů domácnosti na potraviny, jak je vidět na následující straně v tabulce (Tabulka 18).

Tabulka 18 Podíl výdajů na biopotraviny dle pohlaví

Podíl výdajů na biopotraviny	Muži	Ženy	Součty řádků
0 – 10 %	26	38	64
11 – 20 %	34	54	88
21 – 30 %	26	56	82
31 – 40 %	27	42	69
41 – 50 %	8	30	38
51 – 60 %	4	21	25
61 – 70 %	2	8	10
71 – 80 %	6	8	14
81 – 90 %	2	5	7
91 – 100 %	2	1	3
Celkem	137	263	400

Zatímco u žen se nejčastěji podíl výdajů na biopotraviny pohybuje mezi 21 – 30 %, u mužů se podíl výdajů na biopotraviny nachází nejčteněji v nižším rozmezí 11 – 20 %. Také v oblasti vyšších výdajů, například v rozpětí 41 – 60 % mají větší podíl ženy. Z těchto výsledků vychází, že větší podíl výdajů na biopotraviny mají ženy, které je tedy více nakupují nežli muži. Ženy většinou kladou větší důraz na péči o svůj zevnějšek, a s tím souvisí také snaha o zdravý životní styl. Biopotraviny, které jsou pěstovány bez použití průmyslových hnojiv a pesticidů, jsou chápány jako součást tohoto životního stylu. Proto se dá chápat, že více na biopotraviny vydají právě ženy.

Téměř žádné rozdíly nejsou mezi muži a ženami v místech, kde nakupují biopotraviny. Obě skupiny takřka vůbec nenakupují ve specializovaných obchodech typu pekařství, řeznictví, ovoce-zelenina, dále na trzích, v diskontním obchodě a ve specializovaných obchodech, kde prodávají pouze biopotraviny. Podobná četnost, okolo 20 %, se u mužů i žen ukázala v případě nákupů přímo od zemědělců. Diference byla nalezena u nejčastějšího místa nákupu, které u mužů bylo v obchodním řetězci (supermarketu) a u žen v obchodech zdravé výživy. Ačkoliv jsou tyto dvě možnosti uváděny nejčteněji u obou pohlaví, rozdíl mezi nimi zde je. Je všeobecně známé, že většina mužů není velkými fandami nakupování a tuto činnost si snaží usnadnit. Fakt, že muži více nakupují biopotraviny v supermarketech, tomuto odpovídá. Supermarkety mají široký výběr zboží a je tedy jednodušší zde najít, co potřebují. Oproti tomu obchod se zdravou výživou je velmi úzce specializovaný.

V počtu osob žijících ve společné domácnosti včetně respondenta se výsledky mužů a žen téměř neliší, jak je vidět v následující tabulce (Tabulka 19), což se dá očekávat.

Tabulka 19 Počet osob v domácnosti dle pohlaví

Počet osob v domácnosti	Muži	Ženy	Součet řádků
1	13	23	36
2	51	104	155
3	40	70	110
4	28	55	83
5	1	7	8
6	1	4	5
7	2	0	2
8	1	0	1
Celkem	137	263	400

Tedy spotřebitelé biopotravin žijí nejčastěji v domácnosti o počtu dvou osob, bez rozdílu mezi tím, jestli kupujícím muž nebo žena.

Nejvyšší dosažené vzdělání je u mužů i žen středoškolské s maturitou. Ovšem mužů respondentů je více vysokoškolsky vzdělaných nežli žen a jejich počet se dá srovnat s počtem středoškolsky vzdělaných (Tabulka 20).

Tabulka 20 Vzdělání respondentů podle pohlaví

Vzdělání	Muži	Ženy	Součet řádků
Základní	1	10	11
Výuční list	12	22	34
Středoškolské	63	134	197
Vysokoškolské	61	97	158
Celkem	137	263	400

U mužů je to 44,5 % podíl vysokoškoláků a 46 % středoškoláků, u žen 36,8 % a středoškolaček 51 %. Což by se dalo charakterizovat tak, že se zvyšujícím stupněm vzdělání mužů, stoupá jejich zájem o koupi biopotravin.

Čisté disponibilní měsíční příjmy celé domácnosti se u obou pohlaví nejvíce pohybují v rozmezí od 30 000 Kč do 45 000 Kč (viz. další strana Tabulka 21).

Tabulka 21 Měsíční příjem celé domácnosti podle pohlaví

Měsíční příjem celé domácnosti	Muži	Ženy	Součty řádků
méně než 15 000 Kč	1	6	7
od 15 000 Kč do 30 000 Kč	10	26	36
od 30 000 Kč do 45 000 Kč	30	64	94
od 45 000 Kč do 60 000 Kč	33	66	99
od 60 000 Kč do 70 000 Kč	32	54	86
od 70 000 Kč do 85 000 Kč	9	22	31
od 85 000 Kč do 105 000 Kč	11	13	24
od 105 000 Kč do 120 000 Kč	4	4	8
od 120 000 Kč do 135 000 Kč	4	4	8
více jak 135 000 Kč	3	4	7
Celkem	137	263	400

Ostatní příjmové skupiny se také příliš neliší, tedy zde není významný rozdíl mezi muži a ženami.

Další rozčlenění jsem udělala podle věku a respondenty rozdělila do tří kategorií – od 18 do 27 let, od 28 do 46 a od 47 do 75, jak jsem zmínila výše. Porovnáám tyto skupiny s podílem výdajů na biopotraviny a zjistím, zda jsou mezi nimi rozdíly. Vzhledem k tomu, že tabulky s věkovými kategoriemi jsou dosti obsáhlé, nebudu je zde uvádět. První nejmladší kategorie nejčastěji za biopotraviny vydá mezi 11 až 20 % z celkových výdajů na potraviny. Jako další tyto respondenti uvádějí rozmezí od 0 do 10 % výdajů. Druhá kategorie ve věku od 28 do 46 let má nejčastější podíl výdajů mezi 21 – 30 % a jako další, s o dost menším počtem, jsou výdaje v rozmezí 11 až 20 %. U třetí skupiny se podíl výdajů na biopotraviny nejčastěji pohybuje mezi 11 až 20 %, další s menším podílem je rozmezí 0 až 10 %. Věková kategorie, která má nejvyšší výdaje na biopotraviny je v rozmezí věku 28 až 46 let, další dvě kategorie mají o dost nižší. Tedy respondenti ve věku mezi 28 a 46 lety více vydají na biopotraviny.

Nyní porovnávám rozdíly věkových kategorií s místem, kde nakupují biopotraviny. U všech třech kategorií se nejčastějším místem k nakupování ukázal obchod se zdravou výživou a supermarket. Avšak první kategorie od 18 do 27 let jako nejčastější místo k nakupování uvedla supermarket, stejně tak jako věková kategorie 47 až 75 let. Prostřední kategorie ve věku od 28 let do 46 let nejvíce nakupuje biopotraviny v obchodech se zdravou výživou. Tato kategorie také často uvádí i supermarket, ale obchody se zdravou výživou mají vyšší podíl. Tedy jako jediná kategorie navštěvuje nejvíce obchod se zdravou

výživou, což nepatří mezi nejtýpější nákupní místa. Z toho může vycházet zájem této střední skupiny o zdravější stravu, tedy i biopotraviny a jejich vyhledávání ve specializovaných obchodech.

Pokud porovnáme rozdíly věkových kategorií s čistým disponibilním měsíčním příjmem celé domácnosti respondentů, jsou v nich diference. Domácnosti z první kategorie od 18 do 27 let mají nejčastěji měsíční příjmy v rozmezí 30 000 Kč a 45 000 Kč. V druhé kategorii od 28 do 46 let je největší počet v příjmové skupině od 45 000 Kč do 60 000 Kč. Ve třetí věkové kategorii od 47 do 75 let mají respondenti nejčastěji měsíční příjmy na úrovni 30 000 Kč až 45 000 Kč. Nejvyšších příjmů dosahuje věková kategorie od 28 do 46 let, což logicky odpovídá tomu, že tato věková skupina patří do hlavní produktivní části populace, tedy dosahují nejvyšších měsíčních příjmů. Ovšem i ostatní věkové kategorie mají poměrně vyšší příjmy, jak již bylo zmíněno dříve.

Jako další zajímavé srovnání se mi jeví podle dosaženého vzdělání respondentů s výdaji na biopotraviny, místy, kde nakupují, počtem osob v domácnosti a měsíčním příjmem. První porovnání s podílem výdajů na biopotraviny ukazuje, že respondenti se základním vzděláním, kterých je v dotazníku pouze 2,8 % mají z většiny výdaje v rozmezí 11 až 20 % (Tabulka 22).

Tabulka 22 Podíl výdajů na biopotraviny podle vzdělání respondentů

Podíl výdajů na biopotraviny	Vzdělání				Součty řádků
	Základní	Výuční list	Středoškolské	Vysokoškolské	
0 – 10 %	3	8	31	22	64
11 – 20 %	5	10	44	29	88
21 – 30 %	1	6	45	30	82
31 – 40 %	0	5	33	31	69
41 – 50 %	2	2	19	15	38
51 – 60 %	0	1	10	14	25
61 – 70 %	0	0	4	6	10
71 – 80 %	0	1	6	7	14
81 – 90 %	0	1	5	1	7
91 – 100 %	0	0	0	3	3
Celkem	11	34	197	158	400

Respondenti se středoškolským vzděláním bez maturity (vyučení) uvedli nejčastěji výdaje stejně mezi 11 až 20 %. Středoškolsky vzdělaní s maturitou vydávají na

biopotraviny okolo 21 až 30 % a vysokoškolsky vzdělaní nejčastěji mezi 31 až 40 %, i když v případě vysokoškoláků není tento podíl tolik přesvědčivý. Se zvyšujícím se vzděláním respondentů stoupá podíl výdajů na biopotraviny.

Nyní porovnám výši dosaženého vzdělání s místem, kde respondenti nakupují biopotraviny. Respondenti se základním vzděláním a také středoškolským bez maturity nejvíce nakupují v obchodním řetězci (supermarketu). Oproti tomu středoškolsky vzdělaní s maturitou a vysokoškolsky vzdělaní nejčastěji biopotraviny nakupují v obchodech zdravé výživy. Z tohoto usuzuji, že respondenti s vyšším vzděláním vyhledávají pro nakupování biopotravin také jiné speciální prodejny. Tedy nejspíše biopotraviny nakupují záměrně a do obchodů se zdravou výživou nechodí náhodně. Oproti tomu spotřebitelé biopotravin, kteří je nakupují téměř výlučně v supermarketech, je nemusí vždy nakupovat cíleně. Tím se liší od spotřebitelů nakupujících v obchodech se zdravou výživou.

Při průřezu počtem osob žijících v domácnosti včetně respondenta se stupněm vzdělání respondentů nebyl zjištěn výrazný rozdíl (Tabulka 23).

Tabulka 23 Počet osob v domácnosti dle výše vzdělání

Počet osob v domácnosti	Vzdělání				Součet řádků
	Základní	Výuční list	Středoškolské	Vysokoškolské	
1	1	7	16	12	36
2	3	15	86	54	155
3	3	6	56	45	110
4	3	6	40	34	83
5	0	0	1	7	8
6	0	0	0	5	5
7	1	0	1	0	2
8	0	0	0	1	1
Celkem	11	34	197	158	400

Je vidět, že u všech čtyř stupňů nejvyššího dosaženého vzdělání vycházejí nejvíce dvě osoby žijící v domácnosti včetně respondenta. Druhým nejčastějším počtem jsou tři osoby. V tomto se respondenti rozdělení dle stupně vzdělání neliší v počtu osob, s nimiž žijí.

Další srovnání jsem provedla s nejvyšším stupněm dosaženého vzdělání a čistým disponibilním měsíčním příjmem celé domácnosti respondenta. Domácnosti respondentů se základním vzděláním, středoškolským bez maturity a středoškolským s maturitou se shodně nejvíce nacházejí na úrovni příjmů mezi 30 000 Kč až 45 000 Kč. Výjimkou jsou

domácnosti, kde respondenti mají vysokoškolské vzdělání, protože tady se jejich příjmy nejčastěji pohybují v rozmezí od 45 000 Kč do 60 000 Kč. Vše je přehledně zobrazeno v následující tabulce (Tabulka 24).

Tabulka 24 Měsíční příjem domácnosti respondenta dle výše vzdělání

Měsíční příjem celé domácnosti	Vzdělání				Součet řádků
	Základní	Výuční list	Středoškolské	Vysokoškolské	
méně než 15 000 Kč	0	1	2	4	7
od 15 000 Kč do 30 000 Kč	1	8	19	8	36
od 30 000 Kč do 45 000 Kč	4	15	60	15	94
od 45 000 Kč do 60 000 Kč	3	8	42	46	99
od 60 000 Kč do 70 000 Kč	1	2	45	38	86
od 70 000 Kč do 85 000 Kč	2	0	16	13	31
od 85 000 Kč do 105 000 Kč	0	0	5	19	24
od 105 000 Kč do 120 000 Kč	0	0	3	5	8
od 120 000 Kč do 135 000 Kč	0	0	4	4	8
více jak 135 000 Kč	0	0	1	6	7
Celkem	11	34	197	158	400

Tedy skupinu s nejvyššími příjmy tvoří spotřebitelé biopotravin s vysokoškolským vzděláním, kde se ty příjmy vyšší očekávají vzhledem k dosaženému stupni vzdělání. Ostatní úrovně vzdělání se mezi sebou příliš neliší, takže celkově kupující biopotravin patří mezi občany s vyššími příjmy, jak již bylo také zmíněno.

5.2.3 Faktorová analýza

Faktorová analýza je statistická metoda používaná k vysvětlení rozptylu pozorovaných proměnných pomocí menšího počtu proměnných – tzv. faktorů. Nejprve je třeba zjistit, zda existuje závislost mezi proměnnými, pokud by taková závislost nebyla nalezena, nebylo by možné spojovat výroky do faktorů. Ke zjištění síly závislosti mezi tvrzeními týkajícími se nového loga uvedených v dotazníku použiji korelační analýzu. Pro mou práci jsem z těchto hodnot korelačních koeficientů vybrala jako významné ty, jejichž koeficient je vyšší než 0,3 a to při 5 % hladině významnosti. V následující tabulce (Tabulka 25) je možné vidět výsledky korelace.

Tabulka 25 Matice korelačních koeficientů

Číslo výroku	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
16.	1,00									
17.	-0,27	1,00								
18.	0,09	0,01	1,00							
19.	0,20	-0,34	0,13	1,00						
20.	-0,07	-0,03	0,13	0,06	1,00					
21.	0,23	-0,31	0,14	0,32	0,08	1,00				
22.	-0,14	0,29	0,01	-0,22	-0,09	-0,43	1,00			
23.	0,18	-0,37	0,08	0,63	0,12	0,38	-0,19	1,00		
24.	0,20	-0,26	0,12	0,38	0,17	0,45	-0,21	0,37	1,00	
25.	0,21	-0,11	0,05	0,15	0,11	0,26	-0,22	0,12	0,31	1,00

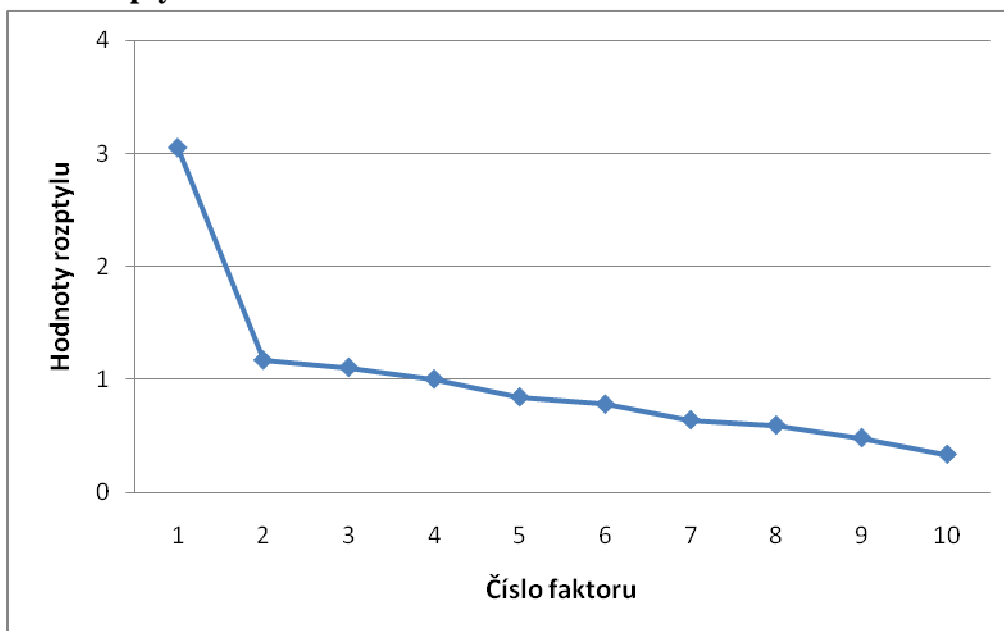
Významné koeficienty jsou označeny červenou barvou, což ukazuje korelaci přímou či nepřímou u jedenácti koeficientů. Z výsledků korelační analýzy vychází, že mezi některými výroky by mohla být taková závislost, která umožní jejich sloučení do skupin neboli faktorů. Pro zjištění, která tvrzení se dají jistě sloučit, se dále použije výpočet rozptylu pro jednotlivé výroky. Výroky z dotazníku, tj. 16. až 25., jsou vyjádřeny jako faktory 1 až 10, které vyjadřují počet výroků (viz. další strana Tabulka 26).

Tabulka 26 Celkový rozptyl hodnot

Faktor	Hodnoty rozptylu			Vytažené sumy	
	Celkem	% Rozptylu	Kumulované %	Celkem	% Rozptylu
1	3,053	30,528	30,528	3,053	30,528
2	1,170	11,704	42,231	1,170	11,704
3	1,106	11,057	53,288	1,106	11,057
4	1,001	10,014	63,302	1,001	10,014
5	0,843	8,429	71,731		
6	0,779	7,785	79,516		
7	0,640	6,400	85,916		
8	0,593	5,926	91,842		
9	0,481	4,808	96,650		
10	0,335	3,350	100,000		

V této tabulce jsou uvedeny hodnoty rozptylu, z nichž ty komponenty, u kterých je hodnota rozptylu větší než 1, jsou významné. Hodnota větší než 1 vychází mezi první až čtvrtou komponentou znamená, že existuje závislost mezi výroky a je možné je zredukovat do skupin, které mají obdobné výsledky.

Obrázek 5 Rozptyl hodnot



Ve výše uvedeném grafu (Obrázek 5) je přehledně zobrazen počet faktorových řešení, která převyšují hodnotu 1, tj. dvě nebo tři řešení. Z tohoto vyplývá, že je možné celkem deset tvrzení zredukovat do čtyř nebo tří skupin. Větší redukce by již nedávala smysl

získaným datům a výsledky by neměly vysokou vypovídací schopnost. Dalším krokem faktorové analýzy je matice faktorů, která propojuje tvrzení s faktory. Pro vyšší přesnost výsledků se dále použije třífaktorové řešení pomocí rotační matice, která je níže zobrazena (Tabulka 27).

Tabulka 27 Třífaktorové řešení pomocí rotační matice

Číslo výroku	Faktor		
	1	2	3
16.	0,284	0,422	-0,230
17.	-0,591	-0,303	0,213
18.	0,133	-0,041	0,632
19.	0,824	0,095	0,132
20.	-0,030	0,123	0,737
21.	0,395	0,622	0,126
22.	-0,148	-0,673	0,076
23.	0,840	0,085	0,145
24.	0,420	0,477	0,324
25.	-0,081	0,726	0,176

V rotační matici jsou zobrazeny tři faktory, tedy tři skupiny, ve kterých budou zařazeny výroky z dotazníku. Záporná znaménka hodnot znamenají nesouhlas s tvrzení a kladná naopak souhlas respondentů. U každého výroku je zvýrazněna nejvyšší hodnota, která vyjadřuje, do jaké skupiny bude výrok zařazen.

První komponenta neboli faktor obsahuje tvrzení „EU nevytváří nic jiného než novou byrokracií“, „Plně důvěřuji ekologickým standardům, ze kterých vychází společné evropské logo biopotravin“ a „Plně důvěřuji kontrolnímu systému, ze kterého vychází společné evropské logo biopotravin“. Tuto skupinu jsem nazvala dle společných znaků „důvěra k EU“. Druhý faktor obsahuje tvrzení „Bez společného evropského loga může být v obchodě obtížné poznat, že se jedná o biopotravinu“, „Mít společné evropské logo pro certifikaci biopotravin je dobrá myšlenka“, „Značek biopotravin je již více než dost a nové evropské logo celou situaci na trhu jen zkomplikuje“, „Mít stejné standardy pro produkci biopotravin v celé EU je dobrá myšlenka“ a „Hodnotím pozitivně skutečnost, že nové společné logo rozlišuje mezi ZE ZEMĚDĚLSTVÍM EU a ZE ZEMĚDĚLSTVÍ MIMO EU“. Tento faktor jsem pojmenovala jako „potřeba nového loga“. Poslední třetí faktor, který zahrnuje výroky „Ke společnému evropskému logu je zbytečné používat další značky

biopotravin“ a „U potravin mi připadá označení EU a MIMO EU, tedy bez uvedení země původu, dostačující“. Tento jsem nazvala „informovanost prostřednictvím loga“. Tyto tři faktory budou v dalších analýzách nahrazovat zmíněných deset tvrzení z důvodu zjednodušení a lepšímu formulování výsledků.

5.2.4 Vztahy mezi proměnnými

V této části budu hledat vzájemné vztahy neboli kontingenci mezi odpověďmi respondentů u výroků uspořádaných do podoby faktorů a charakteristikami respondentů. Těmito charakteristikami je konkrétně myšleno podíl výdajů na biopotraviny z celkových výdajů na potraviny, místo, kde respondenti biopotraviny nakupují, počet osob žijících v domácnosti, úroveň vzdělání, čistý disponibilní příjem, věk a pohlaví. Pro posuzování vzájemných vztahů je vhodné (pokud to jde) spojit jednotlivé výroky, které spolu souvisí. V mém případě jsou spojeny do třech faktorů, jak již bylo vysvětleno, a kvůli potřebě výpočtů byly odpovědi respondentů u tvrzení, které patří do stejného faktoru, zprůměrovány do jedné hodnoty.

První charakteristikou je podíl výdajů respondentů na biopotraviny z celkových výdajů domácnosti na potraviny, které jsou rozděleny do možností po 10 % podílech, tedy do deseti rozmezí. U prvního faktoru, který vyjadřuje důvěru k EU, je u necelé poloviny respondentů podíl výdajů na biopotraviny z celkových výdajů domácnosti na potraviny v rozmezí mezi 21 – 30 % a 31 – 40 % (Tabulka 28).

Tabulka 28 Podíl výdajů na biopotraviny u prvního faktoru

Podíl výdajů na biopotraviny	První faktor – součet odpovědí
0 – 10 %	22
11 – 20 %	27
21 – 30 %	34
31 – 40 %	32
41 – 50 %	14
51 – 60 %	12
61 – 70 %	4
71 – 80 %	4
81 – 90 %	4
91 – 100 %	1
Celkem	154

Vzhledem k tomu, že se již v dřívější kapitole ukázalo, že nejčastěji se výdaje všech respondentů na biopotraviny pohybují mezi 11 – 30 %, dají se výdaje u první skupiny důvěřující Evropské unii považovat za nadprůměrné. Jinými slovy komponenta vyjadřující důvěru v EU více nakupuje biopotraviny a má vyšší podíl na výdajích na potraviny.

Výsledky u druhé skupiny, která vyjadřuje potřebu nového loga, ukazují, že u čtvrtiny respondentů v této skupině se výdaje na biopotraviny z celkových výdajů domácnosti na potraviny pohybují mezi 21 – 30 % (Tabulka 29).

Tabulka 29 Podíl výdajů na biopotraviny u druhého faktoru

Podíl výdajů na biopotraviny	Druhý faktor – součet odpovědí
0 – 10 %	12
11 – 20 %	13
21 – 30 %	19
31 – 40 %	9
41 – 50 %	14
51 – 60 %	2
61 – 70 %	2
71 – 80 %	3
81 – 90 %	2
91 – 100 %	0
Celkem	76

Další nejčastější podíl výdajů se nachází v rozmezí 41 – 50 %. Výsledek je rozdílný oproti předchozí komponentě a ukazuje na vyšší hodnoty výdajů respondentů, dokonce necelých 20 % z nich vydá za biopotraviny okolo poloviny ze svých celkových výdajů na potraviny.

U poslední skupiny, která zastupuje informovanost prostřednictvím loga, se podíl výdajů na biopotraviny z celkových výdajů na potraviny nachází v rozmezí 11 – 20 % nejčastěji (viz. následující strana Tabulka 30).

Tabulka 30 Podíl výdajů na biopotraviny u třetího faktoru

Podíl výdajů na biopotraviny	Třetí faktor – součet odpovědí
0 – 10 %	38
11 – 20 %	56
21 – 30 %	50
31 – 40 %	42
41 – 50 %	26
51 – 60 %	16
61 – 70 %	8
71 – 80 %	13
81 – 90 %	5
91 – 100 %	3
Celkem	257

O něco méně je dále uváděné rozmezí v této skupině mezi 21 – 30 %, celkem se jedná o 41 % respondentů. Zde se tedy ukazuje naopak o něco nižší poměr výdajů na biopotraviny. Skupina vyjadřující informovanost prostřednictvím loga má tedy nižší podíl výdajů na biopotraviny.

Závěrem lze shrnout, že u prvních dvou komponent se výdaje na biopotraviny z celkových výdajů na potraviny nejčastěji pohybují na podobné míře, což je 21 – 30 %. Ovšem první komponenta důvěry k EU obsahuje vyšší míru i 31 – 40 % podílu, což značí vzhledem ke zjištěné celkové průměrné hodnotě výdajů, střední až vyšší podíl. Z tohoto je možné chápat, že spotřebitelé důvěřující ekologickým standardům a kontrolnímu systému vynaloží více svých výdajů na nákup biopotravin. U druhé komponenty se podíl výdajů nachází na průměru až nadprůměru hodnoty. Je zde znatelné vynaložení vyšších výdajů za biopotraviny u skupiny respondentů, kteří zaujímají stanoviska, že nové logo a stejné standardy je dobrá myšlenka, logo nezkomplikuje situaci na trhu, je bez něj obtížné poznat, že jde o biopotraviny a je dobré rozlišení mezi zemědělstvím EU a mimo ni. Tedy respondenti, kteří jsou velmi příznivě nakloněni novému společnému logu, více vydají za nákup biopotravin. Třetí komponenta ukazující na informovanost prostřednictvím loga má nejčtenější podíl výdajů mezi 11 – 20 % a 21 – 30 %, tedy spíše nižší až střední hodnota. V porovnání s respondenty připadající k první a druhé komponentě, které mají vyšší podíl výdajů na biopotraviny, je u této podíl nižší. Respondenti ve třetí skupině označenou „informovanost prostřednictvím loga“, mají nižší podíl výdajů na biopotraviny, který můžeme vysvětlit jako menší ochotu spotřebitelů vydat velké výdaje na biopotraviny.

Důvody mohou být různé, například může být později zjištěno, že tato komponenta má nižší měsíční příjmy a proto vydá méně. Eventuálně mohou být spotřebitelé v této komponentě více skeptičtí k postupům ekologického zemědělství. Konkrétně do této skupiny patří respondenti tvrdící, že je zbytečné používat další označení ke společnému logu a že je nedostačující označení výrobku „EU“ a „mimo EU“.

Dále porovnám vzájemné vztahy mezi počtem osob žijících v domácnosti spolu s respondentem a jednotlivými faktory. Otázka na počet osob v domácnosti je otevřená, tedy bez vyjmenovaných odpovědí. Do prvního faktoru, který je označen jako důvěra k EU, je nejčastěji uvedený počet osob žijících v domácnosti 2 lidé, a to u 40 % z nich (Tabulka 31).

Tabulka 31 Počet osob v domácnosti u prvního faktoru

Počet osob v domácnosti	První faktor – součet odpovědí
1	13
2	61
3	50
4	22
5	4
6	3
7	1
8	0
Celkem	154

Další nejčetnější odpověď se 32 % jsou 3 osoby žijící v domácnosti. Z těchto odpovědí se dá usoudit, že respondenti u této komponenty žijí v domácnosti spíše s menším počtem osob, s jednou nebo se dvěma.

Ve skupině druhé vyjadřující potřebu nového loga vychází, že jedna třetina z nich žije s jednou osobou v domácnosti, jak je vidět v tabulce na následující straně (Tabulka 32).

Tabulka 32 Počet osob v domácnosti u druhého faktoru

Počet osob v domácnosti	Druhý faktor – součet odpovědí
1	9
2	26
3	19
4	20
5	1
6	1
7	0
8	0
Celkem	76

Jako další nejčastější celkový počet osob včetně respondenta jsou 4 osoby u zhruba 26 %. Zde je evidentní rozdíl v počtu osob žijících v jedné domácnosti, kde tedy u faktoru ukazující potřebu nového loga, se nachází v domácnosti i početnější skupina lidí.

U poslední komponenty obsahující informovanost prostřednictvím loga vychází výsledek říkající, že 40 % respondentů žije s 1 osobou v domácnosti a dalších necelých 30 % sdílí domácnost se dvěma osobami (Tabulka 33).

Tabulka 33 Počet osob v domácnosti u třetího faktoru

Počet osob v domácnosti	Třetí faktor – součet odpovědí
1	18
2	102
3	72
4	54
5	4
6	4
7	2
8	1
Celkem	257

Komponenta vyjadřující informovanost prostřednictvím loga obsahuje tedy respondenty zejména s nižším počtem osob v domácnosti.

Jako shrnutí by se dalo konstatovat, že všechny tři skupiny respondentů žijí ve většině případů nejběžněji v domácnosti o dvou členech včetně respondenta. U první a třetí komponenty jsou podíly u počtu osob v domácnosti velice podobné a shodné jsou i v

případě druhé nejčastější odpovědi – domácnost se 3 osobami. Výjimkou je zde komponenta „potřeba nového loga“, kde mají vysoký podíl v odpovědích 4 osoby v domácnosti. Respondenti zařazení do této skupiny jsou všeobecně více nakloněni použití nového loga a společných standardů pro produkci biopotravin. To může být například spojeno s nějakou symbolikou, které nové logo vytváří u této skupiny lidí. Symbolika by se mohla nacházet v jednoduchosti, jednotnosti systému, tedy dá se říci k vytváření určité jistoty, která je jistě také spojena s domácnostmi s početnější rodinou.

Další charakteristikou spotřebitelů je jejich nejvyšší dosažené vzdělání, které je rozděleno na základní, středoškolské bez maturity (vyučení bez maturity), středoškolské s maturitou a vysokoškolské. U první komponenty vyjadřující důvěru k EU má 57 % respondentů nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské s maturitou (Tabulka 34).

Tabulka 34 Dosažené vzdělání u prvního faktoru

Vzdělání	První faktor – součet odpovědí
Základní	3
Výuční list	9
Středoškolské	88
Vysokoškolské	54
Celkem	154

Druhou nejčetnější odpovědí je vysokoškolské vzdělání, a to u jedné třetiny respondentů. Tento výsledek odpovídá předchozímu zjištění, že nejčastějšími spotřebiteli biopotravin jsou osoby vzdělané středoškolsky s maturitou a vysokoškolsky.

U druhé komponenty ukazující potřebu nového loga má polovina respondentů nejvyšší dosažené vzdělání středoškolské s maturitou (Tabulka 35).

Tabulka 35 Dosažené vzdělání u druhého faktoru

Vzdělání	Druhý faktor – součet odpovědí
Základní	4
Výuční list	12
Středoškolské	39
Vysokoškolské	21
Celkem	76

Následuje vysokoškolské vzdělání, kterého dosáhlo 27 % respondentů. U této komponenty je výsledek podobný jako v předchozím případě, liší se pouze o pár procentních bodů.

Třetí skupina vyjadřující informovanost prostřednictvím loga má také nejvyšší počet respondentů vzdělaných středoškolsky s maturitou, a to přesně polovinu (Tabulka 36).

Tabulka 36 Dosažené vzdělání u třetího faktoru

Vzdělání	Třetí faktor – součet odpovědí
Základní	6
Výuční list	20
Středoškolské	130
Vysokoškolské	101
Celkem	257

Další nejčastější dosažené vzdělání je vysokoškolské u necelých 40 % respondentů. Opět se tento výsledek skoro neliší od těch předchozích.

Závěrem se dá shrnout, že výsledky u nejvyššího dosaženého vzdělání jsou u všech komponent velice podobné, nejčastěji je to středoškolské s maturitou a poté vysokoškolské. Jsou mezi nimi jen malé rozdíly, například u první skupiny vyjadřující důvěru k EU je v porovnání s ostatními skupinami absolutně nejvyšší počet středoškolsky vzdělaných. Naopak u poslední skupiny vyjadřující informovanost prostřednictvím loga dosáhli v porovnání s dalšími skupinami největšího podílu vysokoškolsky vzdělání.

Další charakteristikou pro porovnávání je čistý disponibilní měsíční příjem celé domácnosti respondenta. U prvního faktoru „důvěra k EU“ je nejčastěji uváděný čistý měsíční příjem domácnosti mezi 45 000 Kč až 60 000 Kč, a to u 26 % (viz. následující strana Tabulka 37).

Tabulka 37 Měsíční příjem domácnosti respondenta u prvního faktoru

Měsíční příjem celé domácnosti	První faktor – součet odpovědí
méně než 15 000 Kč	4
od 15 000 Kč do 30 000 Kč	17
od 30 000 Kč do 45 000 Kč	33
od 45 000 Kč do 60 000 Kč	40
od 60 000 Kč do 70 000 Kč	30
od 70 000 Kč do 85 000 Kč	12
od 85 000 Kč do 105 000 Kč	9
od 105 000 Kč do 120 000 Kč	2
od 120 000 Kč do 135 000 Kč	4
více jak 135 000 Kč	3
Celkem	154

Další nejčastější odpovědí s 21 % je čistý měsíční příjem v rozmezí od 30 000 Kč do 45 000 Kč a s o něco menším rozdílem (19,5 %) je měsíční příjem v rozpětí mezi 60 000 Kč a 70 000 Kč. Tedy příjmy respondentů v této komponentě se pohybují na průměru, vzhledem k výše zjištěným nejčastějším odpovědím.

U druhého faktoru vyjadřující potřebu nového loga je nejčastěji uváděn disponibilní měsíční příjem shodně u dvou případů, a to v rozmezí 30 000 Kč až 45 000 Kč a také 45 000 Kč až 60 000 Kč, obojí shodně po 26 % podílu respondentů. Příjmy se u této komponenty pohybují okolo průměrné hodnoty měsíčního příjmu (viz. Tabulka 38).

Tabulka 38 Měsíční příjem domácnosti respondenta u druhého faktoru

Měsíční příjem celé domácnosti	Druhý faktor – součet odpovědí
méně než 15 000 Kč	0
od 15 000 Kč do 30 000 Kč	9
od 30 000 Kč do 45 000 Kč	20
od 45 000 Kč do 60 000 Kč	20
od 60 000 Kč do 70 000 Kč	10
od 70 000 Kč do 85 000 Kč	6
od 85 000 Kč do 105 000 Kč	5
od 105 000 Kč do 120 000 Kč	3
od 120 000 Kč do 135 000 Kč	1
více jak 135 000 Kč	2
Celkem	76

Třetí faktor vyjadřující informovanost prostřednictvím loga má jako nejčastější uveden disponibilní měsíční příjem v rozpětí 45 000 Kč až 60 000 Kč s 25,7 % podílem. Jen o něco méně častá odpověď respondentů bylo uváděno rozmezí od 30 000 Kč do 45 000 Kč, a to u 25,3 % z nich (Tabulka 39).

Tabulka 39 Měsíční příjem domácnosti respondenta u třetího faktoru

Měsíční příjem celé domácnosti	Třetí faktor – součet odpovědí
méně než 15 000 Kč	3
od 15 000 Kč do 30 000 Kč	17
od 30 000 Kč do 45 000 Kč	65
od 45 000 Kč do 60 000 Kč	66
od 60 000 Kč do 70 000 Kč	57
od 70 000 Kč do 85 000 Kč	20
od 85 000 Kč do 105 000 Kč	14
od 105 000 Kč do 120 000 Kč	7
od 120 000 Kč do 135 000 Kč	4
více jak 135 000 Kč	4
Celkem	257

U této komponenty se příjmy nacházejí na podobné úrovni jako v předchozích skupinách.

Závěrem u charakteristiky čistého disponibilního měsíčního příjmu celé domácnosti je možné říci, že ve všech komponentách se jako nejčastější odpověď objevuje příjem mezi 45 000 Kč až 60 000 Kč vždy s podílem okolo 26 %. Zde bych podotkla, že vzhledem k tomu, že průměrná hrubá měsíční mzda v ČR se pohybuje přes 23 tisíc Kč, jak již bylo popsáno dříve, dá se vyvodit, že spotřebitelé nakupující biopotraviny nejčastěji patří mezi obyvatele s nadprůměrnými příjmy, a to u všech komponent. Celkově se neobjevuje významný rozdíl mezi komponentami, dokonce vychází podobné četnosti ve dvou kategoriích – 45 000 Kč až 60 000 Kč a 30 000 Kč až 45 000 Kč. Z těchto důvodů nelze rozebrat každou komponentu zvlášť, protože rozdíly mezi nimi jsou minimální.

Mezi charakteristiky respondentů patří také rozdělení podle pohlaví, které také může přinést různé výsledky. V prvním případě u faktoru vyjadřující důvěru k EU se objevuje nejvyšší procento žen, celkově ze 70 % (viz. další strana Tabulka 40).

Tabulka 40 Pohlaví respondentů v prvním faktoru

Pohlaví	První faktor – součet odpovědí
Muži	45
Ženy	109
Celkem	154

Tento podíl je podobný zjištěné četnosti žen z celkových respondentů.

U další komponenty zachycující potřebu nového loga se nejčetnější skupinou staly opět ženy s 64 % podílem (Tabulka 41).

Tabulka 41 Pohlaví respondentů v druhém faktoru

Pohlaví	Druhý faktor – součet odpovědí
Muži	27
Ženy	49
Celkem	76

Rozdíl oproti předchozímu faktoru je nepatrný, ovšem ukázala se tu menší převaha žen oproti mužům. V posledním faktoru „informovanost prostřednictvím loga“ je četnost žen také marginální, přesně ze dvou třetin. Výsledek je obdobou výsledku u druhého faktoru (Tabulka 42).

Tabulka 42 Pohlaví respondentů ve třetím faktoru

Pohlaví	Třetí faktor – součet odpovědí
Muži	88
Ženy	169
Celkem	257

Shrnu-li výsledky charakteristik podle pohlaví je zřejmá převaha žen u všech faktorů. Toto odpovídá četnosti žen, které odpovídaly na tento dotazník, pro nějž musel být splněn požadavek, že respondent rozhoduje nebo spolurozhoduje o nákupu a nakupuje biopotraviny. V tomto případě se vykryštoval větší podíl (dvě třetiny) žen na dotazníku. Ještě více znatelný počet žen se projevil u prvního faktoru, kde je podíl 70 %. Ženy znatelněji důvěřují ekologickému systému EU, a proto nejspíše častěji patří mezi spotřebitele nakupující biopotraviny.

Na začátku jsem vytvořila tři věkové kategorie podle četnosti respondentů v dotazníku a nyní je porovnám s faktory. U prvního faktoru vyjadřující důvěru k EU je nejvyšší počet ve věkové kategorii od 28 do 46 let, celkem 58 % podíl. Další s 29 % je kategorie od 47 let do 75 let. V případě další komponenty ukazující potřebu nového loga je nejčastější věková kategorie opět mezi 28 a 46 lety ze 46 %. Následuje ji kategorie v rozmezí 47 až 75 let, která má podíl 40 %, tedy v tomto případě se velmi přibližuje nejčetnější skupině. V poslední komponentě vyjadřující informovanost prostřednictvím loga se nejčetnější věková kategorie nezměnila, od 28 do 46 let s 59 % podílem. Další kategorií je opět 47 až 75 let, která má necelou třetinu odpovědí.

Závěrem z těchto výsledků vycházejí obdobné zastoupení věkových kategorií u všech faktorů, tedy nejpočetnější kategorií je 28 až 46 let, poté 47 až 75 let a nejmenší věk od 18 do 27. Při bližším srovnání si jsou výsledky první a třetí komponenty dosti podobné a rozdíl v nich je minimální. Odlišné výstupy jsou znatelné u druhé komponenty vyjadřující potřebu nového loga, kde je nižší podíl střední kategorie od 28 do 46 let oproti ostatním komponentám. Naopak se zvýšil podíl kategorie od 47 do 75 let, která se přiblížila té střední. V komponentě „potřeba nového loga“ jsou zahrnuté názory respondentů jako například, že nové logo a stejné standardy je dobrá myšlenka, že nezkomplikuje situaci a bez něj je pro ně obtížné poznat, že jde o biopotraviny. Je možné konstatovat, že vyšší věková kategorie respondentů je více nakloněna těmto stanoviskům, protože jednotné standardy a jednoduché, jasné rozlišení pro ně může být lépe zapamatovatelné a umožňuje lepší orientaci mezi množstvím výrobků. Tato věková kategorie postupem času při vyzkoušení různých výrobků, začíná více inklinovat k nákupu osvědčených a známých výrobků a rozlišení biopotravin v podobě jednoho loga jim tento nákup usnadní.

5.2.5 Porovnání výsledků výzkumu CERTCOST a Ministerstva zemědělství ČR

Výsledky z provedené studie nyní porovnám s výsledky kvantitativního výzkumu nazvaného „povědomí a nákupní chování v oblasti biopotravin“ Ministerstva zemědělství ČR, které nechalo zpracovat v roce 2010 na vzorku 513 lidí. Výzkumu Ministerstva zemědělství se účastnili obyvatelé středních a větších měst s minimálně středoškolským vzděláním, jejichž průměrný měsíční příjem na jednoho člena domácnosti činí alespoň 15

000 Kč. Další podmínkou pro účast v tomto výzkumu pak byla věková kategorie 16 – 50 let.

V tomto výzkumu vyšlo, že biopotraviny více nakupují ženy a respondenti s vyšší životní úrovní, což se projevilo i ve výsledcích z výzkumu CERTCOST, kde ze dvou třetin respondentů rozhodují o nákupu ženy a příjmy jejich domácností byly také vyhodnoceny jako vyšší. Další shodnou charakteristikou pro oba výzkumy je výše vzdělání respondentů, kde jsou nejčastěji spotřebitelé biopotravin středoškolsky vzdělání s maturitou a vysokoškolsky.

Rozdíl ve výsledcích z mé studie a Ministerstva zemědělství jsem našla v oblasti výše výdajů na biopotraviny z celkových výdajů na potraviny. Podíl výdajů na biopotraviny v mém výzkumu se u žen nejvíce pohyboval mezi 21 – 30 %, u mužů se podíl výdajů na biopotraviny nachází nejčastěji v nižším rozmezí 11 – 20 %. Oproti tomu ve výzkumu MZe vychází průměrně výdaje mužů i žen na biopotraviny okolo 17 %. Muži se v tomto případě pohybují v obou výzkumech na podobné úrovni výdajů, ale ženy ve výzkumu CERTCOST mají výdaje na biopotraviny vyšší. Co se týče rozdělení podle věku respondentů ve výzkumu MZe v průřezu všemi věkovými kategoriemi, se podíl výdajů na biopotraviny příliš neliší (okolo 17 %). Ve výzkumu CERTCOST se výdaje na biopotraviny věkových kategorií v rozmezí 18 až 27 let a 47 až 75 let pohybují na 11 až 20 %, což je obdobné s druhým výzkumem. Avšak kategorie ve věku od 28 do 46 let v CERTCOST má nejčastější podíl výdajů mezi 21 – 30 %, tedy vyšší výdaje. Jako poslední je srovnání výdajů dle nejvyššího dosaženého vzdělání, kde ve výzkumu MZe mají nejnížší výdaje respondenti s výučním listem, a to 14 %. Ale i ostatní formy vzdělání by se daly zařadit do rozmezí 11 až 20 %. U výzkumu CERTCOST respondenti se středoškolským vzděláním bez maturity (vyučení) uvedli nejčastěji výdaje mezi 11 až 20 %. Středoškolsky vzdělaní s maturitou vydávají na biopotraviny okolo 21 až 30 % a vysokoškolsky vzdělaní nejčastěji mezi 31 až 40 %. Tedy výdaje u vyšších stupňů vzdělání v tomto výzkumu jsou vyšší než ve výzkumu MZe.

Nejčastějším místem nákupu biopotravin respondentů výzkumu MZe je s převahou supermarket. Ve výzkumu CERTCOST jsou místem nejčastějších nákupů biopotravin obchodní řetězce (supermarkety) a obchody se zdravou výživou, které jsou uváděny téměř ve stejné míře. V tomto směru je v mém výzkumu mnohem větší počet návštěv obchodů se zdravou výživou oproti výzkumu MZe, kde tento obchod je uváděn v minimální míře.

Respondenti z výzkumu CERTCOST nakupují také přímo od zemědělců, kam patří i tzv. biobedýnky, jejich podíl ve všech nákupních místech je 20 %. Z respondentů, kteří biobedýnky znají ve výzkumu MZe, uvedlo 15 % z nich, že si jí již někdy koupili. V tomto výsledku se výzkumy téměř neliší, spotřebitelé biopotravin zhruba z jedné pětiny využívají nákupy přímo od zemědělců.

Ze zmíněných výsledků vychází, že ženy mají vyšší výdaje na biopotraviny u CERTCOST než ve výzkumu MZe, totéž platí pro věkovou kategorii 28 až 46 let a pro kupující středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní. Usuzuji, že příčinou vyšších výdajů ve výzkumu CERTCOST je vyšší počet respondentů (400 osob), kteří minimálně jedenkrát měsíčně nakupují biopotraviny a tedy jeho vyšší vypovídací schopnost co se týče spotřebitelů biopotravin, na které je pouze zaměřen. Výzkum MZe se vztahuje na spotřebitele všeobecně a jejich povědomí a nákupní chování ohledně biopotravin, z nichž je pravidelných spotřebitelů biopotravin jen 180 osob. Dále je u výzkumu CERTCOST také širší záběr spotřebitelů ve věkovém rozmezí, a to od 18 do 75 let, kde se ukázaly rozdíly u spotřebitelů právě ve věkové kategorii od 47 do 75 let, která zahrnuje nemalý vzorek respondentů. Ve výzkumu MZe jsou respondenti do věku 50 let, a tedy tato kategorie již není kromě rozdílu tří let, zahrnuta. Domnívám se, že právě tyto rozdíly a to, že každý výzkum zkoumá trochu něco odlišného, jsou příčinou různých výsledků obou výzkumů.

6 ZÁVĚR

V literární rešerši byl popsán vývoj ekologického zemědělství, jeho principy a jeho situaci v ČR. Poté vysvětlena podstata a smysl certifikace biopotravin, který je symbolicky postaven na významu jeho loga. Tím, že se v červenci 2010 změnilo logo ekologického zemědělství na společné evropské logo, které musejí uvádět všechny členské země na biopotravinách, nastala významná změna pro výrobce, prodejce a spotřebitele biopotravin. Ve výzkumu jsem zkoumala pohled spotřebitelů na toto nové logo. Ze zjištěných výsledků se dá usuzovat, že spotřebitelé jsou spíše kladně nakloněni této změně. Velice pozitivně hodnotí spotřebitelé vytvoření společného evropského loga a také stejné standardy pro produkci biopotravin pro celou EU, kde byla znatelná vysoká shoda mezi respondenty. Většinou se ukázala důvěra v ekologické standardy a kontrolní systémy, ze kterých vychází společné evropské logo biopotravin. Spotřebitelé také pozitivně hodnotí rozlišení loga mezi tím, zda byly suroviny vyrobeny v EU nebo mimo ni, a to označením „ze zemědělství EU“ a „ze zemědělství mimo EU“. Jako důležitý, jsem posoudila výsledek u hodnocení situace na trhu po zavedení nového loga, ze kterého vzešlo, že většina spotřebitelů si nemyslí, že nové logo situaci na trhu zkomplikuje. Z těchto pozitivních názorů týkajících se nového vyvozuji vesměs velmi pozitivní přijetí nového společného loga ze strany spotřebitelů biopotravin.

Ovšem u některých konkrétních tvrzení v dotazníku není zřetelný jasný postoj kupujících. Například se jedná o to, zda je zbytečné používat další značky biopotravin ke společnému logu, kde výrazně nepřevyšoval ani souhlas, ani nesouhlas. Taktéž se spotřebitelé staví k výroku, zda může být obtížné rozeznat biopotraviny bez společného loga. Poslední nerozhodné stanovisko vzešlo u vyjádření k EU, zda pouze nevytváří novou byrokracii pomocí společných standardů. V těchto případech je zřejmé, že spotřebitelé vyplňovali dotazník ještě před uvedením loga na trh, tudíž jen odhadovali, jaké změny to může přinést. Toto je viditelné u rozhodování, zda se mají používat další značky k novému logu. Spotřebitel, kterému bude značka přestavena, ji pozná i bez dalšího označení, kdežto tací, kteří o změně nebudou mít příliš informací, budou jistější při nákupu, pokud uvidí i logo, které znají. Totéž platí u rozpoznání výrobku bez společného loga, kdy spotřebitel znal stávající loga a rozeznal svůj výrobek, tedy společné logo může být chápáno jako

vylepšení a sjednocení systému, který ale není pro spotřebitele nutností. U názoru na EU je nejasný postoj, který vychází různých úsudků na EU, a tedy žádný není převyšující.

Za nedostačující považují spotřebitelé biopotravin pouze označení potravin z EU a mimo EU, bez uvedení konkrétní země původu, a to s velmi výrazným výsledkem nesouhlasu. V tomto případě bych doporučovala prodejčům uvádění konkrétní země původu na biopotravinách v souladu se zjištěným postojem, aby byla dosažena požadovaná informovanost spotřebitelů.

V rámci porovnávání charakteristik spotřebitelů s jejich postoji týkajících se výroků o novém logu (seřazených do třech faktorů), byly zjištěny další zajímavé výsledky. Respondenti, kteří se shodovali v názorech ohledně informovanosti loga, kam je řazen postoj, že ke společnému logu je zbytečné používat další značky a že je nedostačující označení biopotravin jen „EU“ a „mimo EU“, mají oproti ostatním nižší výdaje na biopotraviny v rozmezí 11 až 20 %. Tady se přikláním k názoru, že respondenti s těmito postoji méně důvěřují EU a jeho systému a vyžadují větší informovanost, tedy nejspíše z tohoto důvodu vydají na biopotraviny nižší podíl finančních prostředků. Počet osob v domácnostech se podle postojů respondentů příliš nelišil a pohyboval se na dvou osobách shodně. Vzdělání také nebylo rozdílné podle postojů respondentů a nejčastěji to bylo středoškolské. Ovšem nejvyšší podíl vysokoškoláků byl nalezen opět v názorech na informovanost loga (jak je již vypsáno výše). Tedy vysokoškolsky vzdělaní nevyžadují použití další značky na potraviny, ale vyžadují uvedení konkrétní země jejího původu. Míním, že respondenti s vyšším vzděláním chtějí detailnější informaci na biopotravině. Při pohledu na rozdíly mezi příjmy respondentů podle jejich postojů, není znatelný výrazný rozdíl a pohybují se nejčastěji mezi 45 000 Kč až 60 000 Kč. Poměr mužů a žen je podobný, vždy je více respondentů ženského pohlaví, přičemž jejich absolutně nejvyšší podíl se projevil ve shodných reakcích na důvěru v ekologické standardy a kontrolní systémy, ze kterých vychází společné logo, kde tedy ženy více vyjadřují důvěru nežli muži. To, že více důvěřují tomuto systému, je zřejmé z toho, že hlavními kupujícími biopotravin jsou právě ženy. Rozdělení do tří věkových kategorií také přineslo výsledky podle postojů spotřebitelů, kteří se příliš neliší a jsou nejčastěji ve věkovém rozmezí 28 až 46 let.

O spotřebitelích biopotravin se dá shrnout, že mají nejčastěji středoškolské nebo vysokoškolské vzdělání, tedy patří mezi obyvatele s vyšším vzděláním, jsou to zejména ženy a žijí v domácnosti o dvou členech, tedy méně početné. Za biopotraviny v průměru

vydají 11 až 30 % výdajů a nakupují je zejména v supermarketech a obchodech zdravé výživy. Jejich příjmy domácností se pohybují od 30 000 Kč do 60 000 Kč, čímž patří do skupiny vyšších příjmů. Zejména se věkově pohybují od 28 do 46 let, což je hlavní produktivní věk.

Pokud shrnu zjištěné výsledky z výzkumu a mám-li zodpovědět položenou otázku, jaké jsou postoje spotřebitelů k novému logu, domnívám se, že postoje jsou většinou pozitivní. Spotřebitelé se téměř ve všech ohledech shodovali v kladných názorech ohledně nového loga a celkově ekologickému systému. Naopak soudím, že společné logo spotřebitelé vítají. Konkrétně bych dle výsledku týkající se země původu biopotravin doporučila, uvádění konkrétní země původu na biopotravině. Přičemž v tomto ohledu se nejvíce shodně vyjádřili vysokoškolsky vzdělaní, kteří jsou důležitou skupinou spotřebitelů biopotravin.

Pokud se zaměřím celý trh s ekologickými produkty, dle výsledků provedené studie se domnívám, že spotřeba biopotravin díky změně loga neklesne. Toto lze předpokládat také z informací MZe, které informuje o neustálém stoupání poptávky po biopotravinách. Usuzuji, že důsledky této změny pro spotřebitele biopotravin neohrozí spotřebu biopotravin ani důvěryhodnost systému. Nové společné logo by v tomto ohledu ekologickému trhu nemělo uškodit.

7 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

7.1 Tištěné zdroje

BECK, U. *Riziková společnost*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. 431 s. ISBN 80-86429-32-6.

DITTRICHOVÁ, Š., HEŘMANSKÁ, I., ROZSYPAL, R. *Lištičky na vinici. Program rozvoje venkova a příčiny stagnace bioprodukce*. 1. vyd. Praha: Galén, 2008. 263 s. ISBN 978-80-7262-571-0.

GIDDENS, A. *Důsledky modernity*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1998. 195 s. ISBN 80-85850-62-1.

KELLER, J. *Sociologie a ekologie*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1997. 232 s. ISBN 80-85850-42-7.

PETR, J. a DLOUHÝ, J. *Ekologické zemědělství*. 1. vyd. Praha: Zemědělské nakladatelství Brázda, 1992. 305 s. ISBN 80-209-0233-3.

URBAN, J. a ŠARAPATKA, B. et al. *Ekologické zemědělství: Učebnice pro školy a praxi, I. díl*. 1. vyd. Praha: MŽP, 2003. 280 s. ISBN 80-7212-274-6.

VELKÝ SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK. Díl 1, A-O. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1996. 747 s. ISBN 80-7184-311-3.

7.2 Elektronické zdroje

- BIOINSTITUT, O.P.S. et al. *Ročenka ekologického zemědělství v ČR 2009* [on-line]. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2010 [cit. 2010-11-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.bioinstitut.cz/documents/Rocenka-web-komplet.pdf>>.
- ČESKO. *Zákon č. 242/2000 ze dne 29. června 2000 o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů* [on-line]. [cit. 2010-09-16]. 2000 Dostupný z WWW: <<http://www.sagit.cz/pages/sbirkatxt.asp?zdroj=sb00242&cd=76&typ=r>>.
- EVROPSKÁ KOMISE. *Ekologické zemědělství – Kvalita potravin* [on-line]. 2010 [cit. 2010-11-10]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/food-quality_cs>.
- EVROPSKÁ KOMISE. *Ekologické zemědělství - Legislativa* [on-line]. 2010 [cit. 2010-11-06]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/legislation_cs>.
- EVROPSKÁ KOMISE. *Ekologické zemědělství - Poptávka spotřebitelů* [on-line]. 2010 [cit. 2010-10-12]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/consumer-demand_cs>.
- EVROPSKÁ KOMISE. *Logo a označování* [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-19]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/consumer-confidence/logo-labelling_cs>.
- EVROPSKÁ KOMISE. *NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) č. 271/2010 ze dne 24. března 2010, kterým se mění nařízení (ES) č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007, pokud jde o logo Evropské unie pro ekologickou produkci* [on-line]. 2010 [cit. 2010-12-11]. Dostupný z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:084:0019:0022:CS:PDF>>.
- EVROPSKÝ HOSPODÁŘSKÝ A SOCIÁLNÍ VÝBOR. *Model Společenství v oblasti zemědělství – jakost produkce a informování spotřebitelů jako součást konkurenceschopnosti* [on-line]. Evropská unie, 2010 [cit. 2010-10-25]. Dostupný z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:018:0005:0010:CS:PDF>>.
- MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015* [on-line]. 2010 [cit. 2011-02-10]. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/93837/AP_na_web.doc>

- MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *NARŘZENÍ RADY (ES) č. 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) č. 2092/91* [on-line]. 2007 [cit. 2010-12-09]. Dostupný z WWW: <http://www.biokont.cz/images/z242nr834nk889-710_web1.pdf>.
- MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Počet ekologických zemědělců již dosahuje čísla 3 000* [on-line]. 2010 [cit. 2010-10-10]. Dostupný z WWW: <<http://eagri.cz/public/eagri/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktuality/pocet-ekologickych-zemedelcu-jiz.html>>.
- MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Povědomí a nákupní chování v oblasti biopotravin* [on-line]. 2010 [cit. 2011-03-01]. Dostupný z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/file/94198/BIOzpravanaweb.ppt>>.
- SVAZ EKOLOGICKÝCH ZEMĚDĚLCŮ ČR. *Svaz PRO-BIO – Kdo jsme?* [on-line]. 2008 [cit. 2010-11-21]. Dostupný z WWW: <<http://www.pro-bio.cz/cms/sekce/25/ziju-bio/svaz-pro-bio/kdo-jsme?PHPSESSID=4b5d5486d831240e1b3a9dae387964b5>>.
- VÁCLAVÍK, T., ČÍTKOVÁ, Z., BYSTRICKÁ Š. *Český trh s biopotravinami 2008* [on-line]. Praha: Green Marketing a České a slovenské odborné nakladatelství, 2008 [cit. 2011-02-18]. Dostupný z WWW: <http://www.greenmarketing.cz/soubory/Rocenska_Cesky_trh_s_biopotravinami_2008.pdf>.
- ZAGATA, L. *Description of the Czech organic certification system* [on-line]. CERTCOST Project, 2009 [cit. 2010-10-05]. Dostupný z WWW: <http://organicrules.org/1634/2/Description_of_the_Czech_organic_certification_system.pdf>.
- ZAGATA, L. *Organic Rules and Certification* [on-line]. CERTCOST Project, 2010 [cit. 2010-10-26]. Dostupný z WWW: <<http://organicrules.org/view/CountryCertification/3CertByC.html>>.
- ZEMANOVÁ, H. a PRŮŠOVÁ, J. *Proč jsou bioprodukty dražší než produkty z konvenčního zemědělství* [on-line]. Abeceda Zdraví s.r.o., 2004 [cit. 2011-01-14]. Dostupný z WWW: <<http://bio-potraviny.abecedazdravi.cz/proc-jsou-bioprodukty-drazsi-nez-produkty-z-konvencniho-zemedelstvi>>.
- ZORN, A. et al. *Economic concepts of organic certification, Deliverable 5* [on-line]. CERTCOST Project, 2009 [cit. 2010-08-24]. Dostupné z WWW: <http://www.certcost.org/Lib/CERTCOST/Deliverable/D11_D5.pdf>.

8 PŘÍLOHY

8.1 Příloha

Dotazovací nástroj pro nákupní experimenty v rámci projektu CERTCOST

Poznámka: Návody psané kurzívou nesmí být respondentům čteny ani jinak dostupné

“Dobrý den, jmenuji se [...] a pracuji na Provozně ekonomické fakultě České zemědělské univerzity v Praze, kde se zabývám výzkumem spotřebitelského chování. Tento výzkum není financován žádnou soukromou firmou, jeho podpora je z prostředků naší univerzity a dalších veřejných zdrojů. Výzkum je zaměřen na sledování názorů spotřebitelů na některé aspekty, které se týkají potravin. Mohu se Vás zeptat na několik otázek?”

ČÁST I. Filtrační otázky

Nezmiňuje pobídku v penězích a experimenty simulující volbu nákupu před Částí II

1. Jste tou osobou, která ve Vaší domácnosti hlavně rozhoduje nebo spolurozhoduje o nákupu potravin?

(Dotazovaný/á by měl být odpovědný/á nejméně za polovinu nákupů potravin v domácnosti)

- Ano Ne → Poděkujte respondentovi/respondentce a ukončete rozhovor

Když se budete ptát na následující otázky, přečtěte také navržené odpovědi, pokud není stanoveno jinak.

2. Jak často nakupujete jablka pocházející z ekologického zemědělství (biojablka)?

- Nikdy → Poděkujte respondentovi a ukončete rozhovor
 Méně než jedenkrát za měsíc → Poděkujte respondentovi a ukončete rozhovor
 Asi jedenkrát až dvakrát za měsíc
 Asi jedenkrát za týden
 Několikrát za týden

3. Jak často nakupujete vejce z ekologického zemědělství (tzv. biovejce)?

- Nikdy → Poděkujte respondentovi a ukončete rozhovor
 Méně než jedenkrát za měsíc → Poděkujte respondentovi a ukončete rozhovor
 Asi jedenkrát až dvakrát za měsíc
 Asi jedenkrát za týden
 Několikrát za týden

4. Jak rozpoznáte potraviny z ekologického zemědělství (biopotraviny), když je nakupujete?

Jedná se o otevřenou otázku, toto nečtete, protože se jedná o odpovědi, které by měly zaznít: Zde jsou správné odpovědi, které by měly zaznít:

- *Značka produktů ekologického zemědělství (certifikační značka), např. Evropské označení biovýrobků, česká zebra atd., označení biovýrobků z jiné země*
- *Číslo kódu certifikačního orgánu*

- *Privátní značky biopotravin (např. TESCO organic, ALBERT Bio atd.)*
 - *Slovo potravina z ekologického zemědělství (biopotravina), nebo organic na dané potraviny nebo na označení tohoto produktu na regále*
 - *Nakupují ve specializovaných obchodech s biovýrobky*
- Když se žádná z možných identifikací biovýrobků neobjeví, poděkujte dotazovanému a ukončete rozhovor*

5. Pohlaví respondenta/ky (tazatel vyplní bez dotazu)

- žena muž

6. Do které věkové skupiny patříte?

- 18 až 44 let
 45 až 75 let
 Do žádné z těchto skupin → Poděkujte respondentovi a ukončete rozhovor

ČÁST II: Experimenty simulující volbu nákupu

Rád/a bych Vás požádal/a o zodpovězení několika dalších otázek. Tyto otázky se týkají nákupních zvyklostí a postojů k potravinám. Rozhovor nebude delší než 15 minut. Za Vaši účast dostanete poukaz v hodnotě 200 korun. Všechny zjišťované údaje budou analyzovány anonymně a budou použity pouze pro účely vědeckého výzkumu. Chcete se zúčastnit?




- Ano
 Ne → Poděkujte respondentovi a ukončete rozhovor




Prosím představte si, že si chcete koupit jablka a vejce. Před sebou vidíte sadu jablek a sadu vajec. V každé sadě jsou různé produkty, které jsou vždy čtyři vedle sebe. U každé sady se rozhodnete, který ze čtyř nabízených produktů si chcete koupit. Neexistuje dobré nebo špatné rozhodnutí. Jestliže jste se nerozhodl/a koupit nějaký z nabízených produktů v sadě jablek nebo v sadě vajec, tak je to také v pořádku, když si žádný nekoupíte. Prosím učiňte svou volbu jak u jablek, tak u vajec dvakrát. Potom náhodně vybereme, která z oněch dvou voleb bude závazná, to znamená, že si budete muset tato jablka a vejce koupit. Jako v opravdovém obchodě dostanete jablka a vejce, které jste si koupil/a a budete muset za tyto potraviny zaplatit. Suma, kterou budete muset zaplatit, Vám bude odečtena ze zmíněného poukazu v hodnotě 200 Kč, který získáte za účast v tomto výzkumu. Chtěl/a byste se ještě na něco zeptat?

Teď bych Vás rád/a požádal/a, abyste si koupil/a jablka a vejce. Vyberte si prosím z nabízených produktů a označte jej papírkem.

Tazatel: Předává samolepící papírek. Vyplní číslo bloku volby a zaznamená volbu do níže uvedené tabulky odpovídající rámeček. **Pozor: Sada 1 a Sada 2 se nesmí zaměnit!!**

ČÍSLO BLOKU VOLBY

	Číslo sady				BEZ LOGA	Produkt nebyl vybrán
Jablka	A1	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:
	A2	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:

	Číslo sady				BEZ LOGA	Produkt nebyl vybrán
Vejce	E1	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:
	E2	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:	<input type="radio"/> CENA:

ČÁST III: Rozhovor

Velice Vám děkuji za provedenou volbu. Nyní bych Vás ještě rád/a požádal/a o zodpovězení několika otázek.

Na následující otázku se ptejte **POUZE**, jestliže dotazovaný/á si nevolil/a ke koupi žádná jablka (tj. v obou sadách volby jablek si dotazovaný/á nevolil/a žádný produkt):

7. Můžete uvést důvody, které Vás vedly k tomu, že jste si nevybral/a žádné z nabízených jablek?

Nečtěte možné odpovědi dotazovanému/dotazované (může být odpovězeno více důvodů)

Nemám rád (nemám v oblíbenosti) tuto variantu, tento druh




Nelíbí se mi vzhled těch jablek

Teď právě nechci žádná jablka

Ta jablka jsou příliš drahá

Jiný důvod: Prosím uveďte: _____

Kdybyste si teď ale musel/a koupit nějaké z nabízených druhů jablek, které z nich by to bylo, které byste si zvolil/a ?

Číslo sady				BEZ LOGA
A1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Na následující otázku se ptejte **POUZE**, jestliže dotazovaný/á si nevolil/a ke koupi žádná vejce (tj. v obou sadách volby vajec si dotazovaný/á nevolil/a žádný produkt):

8. Můžete uvést důvody, které Vás vedly k tomu, že jste si nevybral/a žádné z nabízených vajec?

Nečtěte možné odpovědi dotazovanému/dotazované (může být odpovězeno více důvodů)




Nelíbí se mi vzhled těch vajec/vzhled té krabice, v níž jsou

Teď právě nechci žádná vejce

Ta vejce jsou příliš drahá

Jiný důvod: Prosím uveďte: _____




Kdybyste si teď ale musel/a koupit nějaké z nabízených krabic vajec, která z nich by to byla, které byste si zvolil/a ?

Číslo sady				BEZ LOGA
A1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Na těchto kartách můžete vidět různé značky, které lze nalézt na biopotravinách. Následující otázky budou směřovat právě k těmto označením

Tazatel: ukáže karty se značkami a šablony pro otázky 9-15. Prosím měňte pořadí mezi jednotlivými rozhovory tak ,aby u každého rozhovoru bylo jiné pořadí. Přečtěte otázku uvedenou nahoře na šabloně a dále si v níže uvedené tabulce,poznamenejte hodnocení pro každou ze značek certifikace, kterou přidělil/a dotázaný/á). Pak se posuňte k dalšímu archu a přečtěte otázku. Takto postupujte se všemu 7 otázkami.

Kdyby se dotazovaný/á ptal/a, co znamená "jedinečnost", tazatel by měl odpovědět: Jedinečnost znamená "jasně odlišný od jiných")

OTÁZKA				BEZ LOGA
9. Povědomí				
10. Důvěra				
11. Skutečně bio (ekologické)				
12. Standardy				
13. Kontrola				
14. Domácí původ				
15. Jedinečnost				

Nové evropské označení biopotravin

Nyní si, prosím, přečtěte následující informaci a odpovězte na následující otázky

*Tazatel/ka: předá dotazník dotazovanému/dotazované a nechá jí/jeho samotnou/samotného vyplnit zbývající otázky. Jestliže dotazovaný/dotazovaná nemůže přečíst otázky, protože potřebuje brýle, potom přečte otázky a zaznamená odpovědi sám/sama tazatel/ka. **Následující text by měl začínat na nové stránce!***

Prosím, přečtěte si následující informaci a odpovězte na otázky, které se nacházejí níže

Od července 2010 bude ve všech členských zemích Evropské unie zavedeno nové označení biopotravin – společné pro všechny země, které nahradí staré evropské logo. Všechny balené potraviny, které jsou vyprodukované nebo zpracovány v EU, budou povinně obsahovat toto označení. Zatím ještě nebylo rozhodnuto, jak konkrétně bude toto společné evropské logo vypadat. Spolu s tímto novým označením biopotravin a bioproduktů, mohou být použity i další značky, včetně těch aktuálně používaných (např. naše „zebra“).

Toto logo bude nové také v tom, že jeho součástí má být informace, odkud pocházejí zemědělské suroviny, z nichž je daný výrobek složen. Jednotlivé případy budou vypadat asi takto:

- “ZE ZEMĚDĚLSTVÍ EU”, jestliže suroviny byly vyrobeny zemědělci v EU
- “ZE ZEMĚDĚLSTVÍ MIMO EU”, jestliže suroviny byly vyrobeny mimo EU
- “ZE ZEMĚDĚLSTVÍ EU A MIMO EU” jestliže suroviny byly částečně vyrobeny v EU a částečně mimo EU.
- V případě, že všechny zemědělské suroviny byly vyrobeny v jedné a té samé zemi, jméno této země může být uvedeno.

Následující tabulka uvádí různá tvrzení. Prosím uveďte, do jaké míry s každým z nich souhlasíte a svou odpověď vyznačte. 1 znamená „určitě nesouhlasím“, 4 znamená „ani nesouhlasím, ani souhlasím (nemohu ani souhlasit ani nesouhlasit)“ a 7 znamená „určitě souhlasím“.

	Rozhodně nesouhlasím			Ani nesouhlasím, ani souhlasím			Rozhodně souhlasím
16. Bez společného evropského loga může být v obchodě obtížné poznat, že se jedná o biopotravinu.	1	2	3	4	5	6	7
17. EU nevytváří nic jiného než novou byrokracii.	1	2	3	4	5	6	7
18. Ke společnému evropskému logu je zbytečné používat další značky biopotravin.	1	2	3	4	5	6	7
19. Plně důvěřuji ekologickým standardům, ze kterých vychází společné evropské logo biopotravin.	1	2	3	4	5	6	7
20. U potravin mi připadá označení „EU“ a „mimo EU“, tedy bez uvedení země původu, dostačující.	1	2	3	4	5	6	7
21. Mít společné evropské logo pro certifikaci biopotravin je dobrá myšlenka.	1	2	3	4	5	6	7
22. Značek biopotravin je již více než dost a nové evropské logo celou situaci na trhu jen zkomplikuje.	1	2	3	4	5	6	7

23. Plně důvěřuji kontrolnímu systému, ze kterého vychází společné evropské logo biopotravin.	1	2	3	4	5	6	7
24. Mít stejné standardy pro produkci biopotravin v celé EU je dobrá myšlenka.	1	2	3	4	5	6	7
25. Hodnotím pozitivně skutečnost, že nové společné logo rozlišuje mezi „ZE ZEMĚDĚLSTVÍM EU“ a „ZE ZEMĚDĚLSTVÍ MIMO EU“	1	2	3	4	5	6	7

Nyní, prosím, vyplňte několik posledních obecných otázek, které nám pomohou osvětlit zjištěné informace.

26. Prosím, ohodnoťte, jaký podíl z celkových výdajů vaší domácnosti na potraviny a nápoje tvoří nákupy biopotravin.

- 0 – 10 %
- 11 – 20 %
- 21 – 30 %
- 31 – 40 %
- 41 – 50 %
- 51 – 60 %
- 61 – 70 %
- 71 – 80 %
- 81 – 90 %
- 91 – 100 %

27. Kde především nakupujete biopotraviny? (je možno zvolit více odpovědí)

- Ve specializovaných obchodech, kde prodávají jen biopotraviny
- V obchodním řetězci (supermarketu) – uveďte prosím ve kterém:
- V diskontním obchodě – uveďte prosím ve kterém:
- Na trhu
- Přímo od zemědělců (v jejich obchodech, na farmě, prostřednictvím tzv. biobedýnek)
- Ve specializovaných obchodech typu pekařství, řeznictví, ovoce-zelenina
- V obchodech zdravé výživy
- Jinde – uveďte prosím, kde:

28. Kolik osob, včetně Vás, žije ve Vaší domácnosti?

(jestliže sdílíte s někým byt, kdo s Vámi netvoří domácnost, jako třeba studenti, kteří si dohromady pronajímají byt, napište "1")

Počet:

29. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání.

- Základní
- Středoškolské bez maturity (vyučení bez maturity)
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

30. Jaký je čistý disponibilní měsíční příjem celé Vaší domácnosti? To jest, jaká je celková suma všech peněžních zdrojů, které můžete každý měsíc utratit (čistý příjem všech členů domácnost včetně sociálních a dalších dávek)

- méně než 15.000,- Kč
- od 15.000,- Kč do 30.000,- Kč
- od 30.000,- Kč do 45.000,- Kč
- od 45.000,- Kč do 60.000,- Kč
- od 60.000,- Kč do 70.000,- Kč
- od 70.000,- Kč do 85.000,- Kč
- od 85.000,- Kč do 105.000,- Kč
- od 105.000,- Kč do 120.000,- Kč
- od 120.000,- Kč do 135.000,- Kč
- více jak 135.000,- Kč

31. Ve kterém roce jste se narodil/a? Rok _____

Velice Vám děkujeme za rozhovor!

Poznámky tazatele/tazatelky:

Tazatel poděkuje dotazovaným a podá jim informaci ohledně odměny za rozhovor:

Ještě jednou Vám děkuji za účast v našem výzkumu. Musím Vás nyní informovat, že Vám nemůžeme dát produkt, který jste si zvolil/a během experimentu. Velice se omlouváme, že Vám nemůžeme dát ani jablka ani vejce s oněmi různými označeními. Místo toho Vám však dáme poukázku v celkové hodnotě 350 Kč na nákup biopotravin v této prodejně bez toho, abychom Vám strhávali peníze za nákup během experimentu.

Předejte poukázku/peníze a požádejte účastníka/účastnici, aby podepsal/a příjmový doklad.

Tazatel dále vyplní:

<i>Datum rozhovoru</i>	
<i>Místo rozhovoru (jméno obchodu):</i>	
<i>Jméno tazatele</i>	

Identifikační číslo dotazovaného/dotazované:

Tazatel ještě aktualizuje seznam záznamů jak často různé bloky byly použity. Také aktualizuje seznam, v němž jsou záznamy o kvótách podle pohlaví a věku.