

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA HUMANITNÍCH VĚD



DIPLOMOVÁ PRÁCE

Sociální souvislosti produkce a spotřeby biopotravin v ČR

Bc. Ivana Galbačová

©2011 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Ivana Galbačová

obor Veřejná správa a regionální rozvoj nav.- Sez. Ústí - Tábor

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

Název práce: **Sociální souvislosti produkce a spotřeby biopotravin**

Osnova diplomové práce:

1. Úvod
2. Cíl práce a metodika
3. Biopotraviny jako sociální jev
4. Produkce a spotřeba biopotravin ve světě a v ČR
5. Empirická studie
6. Závěr
7. Seznam použitých zdrojů
8. Přílohy

Rozsah hlavní textové části: 60 - 80 stran

Doporučené zdroje:

BIOINSTITUT, Kvalita a bezpečnost biopotravin: srovnání způsobu bioprodukte, 2008, ISBN 978-80-904174-3-4

DITTRICHOVÁ, Š., HERMANSKÁ, I., ROZSYPAL, R., Lištičky na vinici, Galém, 2008, ISBN 978-80-7262-571-0

HAIŠLOVÁ, J., SCHULZOVÁ, V., Porovnání produktů ekologického a konvenčního zemědělství, Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2006, ISBN 80-7271-181-4

TICHÁ, K., Ekologické zemědělství v kostce, 2008, ISBN 978-80-7084-716-9

Kolektiv autorů, Ekologické zemědělství, Jihočeská universita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 1. vydání, 2007, ISBN 978-80-7394-046-1,


MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 1. vydání, 2001, ISBN 80-7040-526-0

MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing, Ministerstvo zemědělství ČR – odbor strukturální politiky, ekologie a koordinace platebních agentur, 2002, ISBN 80-7271-111-3

VÁCLAVÍK, T., Ročenka Český trh s biopotravinami 2009, Greenmarketing, 2009

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

Termín odevzdání diplomové práce: duben 2011


.....
Vedoucí katedry




.....
Děkan

V Praze dne: 23. 3. 2011

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci "Sociální souvislosti produkce a spotřeby biopotravin v ČR" 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 Českých Budějovicích dne 30. 1. 2011

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala panu Mgr. Ing. Lukášovi Zagatovi, Ph.D. za odborné vedení, rady a poskytnuté informace při zpracování této diplomové práce.

SOCIÁLNÍ SOUVISLOSTI PRODUKCE A SPOTŘEBY BIOPOTRAVIN V ČR

SOCIAL RELATIONS WITHIN ORGANIC FOOD PRODUCTION AND CONSUMPTION IN THE CZECH REPUBLIC

SOUHRN

Tato diplomová práce se zabývá zkoumáním sociálních souvislostí produkce a spotřeby biopotravin v České republice. Ekologické zemědělství a produkce biopotravin jsou nové fenomény ve výživě ve státech Evropské unie i v České republice. Současná populace hledá díky udržitelnému rozvoji stále častěji zdroje obživy, které by byly nejen prospěšné zdraví a splňovaly kritéria zdravého životního stylu, ale zároveň by jejich výroba měla být co nejšetrnější k životnímu prostředí. Do takové kategorie spadají biopotraviny. Pokud jsou produkovány podle jasně daných kritérií, mají podle výzkumů kladný vliv na zdraví spotřebitele, ale jejich výroba také nezatěžuje životní prostředí více, než je nezbytně nutné. Bohužel je produkce biopotravin nákladnější, než produkce potravin konvenčních (běžných). Spotřebitel tedy musí rozhodnout, do jaké míry je v jeho možnostech kupovat (případně samostatně produkovat) biopotraviny, které jsou, přes všechny své nesporné výhody, dražší. Je zde také nastolena otázka, co je motivací k nákupu biopotravin a jaké skupiny obyvatelstva tyto potraviny preferují.

KLÍČOVÁ SLOVA

Ekologické zemědělství, biopotravina, bioprodukt, BIO, ekofarma, produkce, spotřebitel, spotřební chování

SUMMARY

This thesis examines the social relations of production and consumption of organic food in the Czech Republic. Organic farming and organic products are new phenomena in nutrition in the countries of the European Union and in the Czech Republic. The current population through sustainable development is looking more and more sources of income that would not only benefit the health and meet the criteria of a healthy lifestyle, but their production should be as environmentally friendly as possible. In this category are organic. If they are produced according to clearly defined criteria, according to research have a positive impact on consumer health, but their production also does not burden the environment more than is absolutely necessary. Unfortunately, organic food production is more expensive than conventional food production (normal). Therefore, the consumer must decide to what extent is it able to buy (or self-producing) organic food, which, despite all its advantages, more expensive. It also raised the question, what is the motivation for buying organic food and what food groups they prefer.

KEY WORDS

Organic farming, organic food, organic product, organic, farm to production, consumer, consumer behavior

ÚVOD	10
CÍL PRÁCE A METODIKA	11
1. VYMEZENÍ POJMŮ	12
1.1 EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ	12
<i>1.1.1 Právní úprava ekologického zemědělství</i>	<i>13</i>
1.2 EKOFARMA	14
1.3 BIOPOTRAVINA	16
2. EKOLOGICKÉ ZEMĚDĚLSTVÍ A BIOPOTRAVINY V EVROPSKÉ UNII	17
A ČESKÉ REPUBLICCE	17
2.2 VÝVOJ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ A PRODUKCE BIOPOTRAVIN VE STÁTECH EVROPSKÉ UNIE.....	18
2.1 VÝVOJ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ A PRODUKCE BIOPOTRAVIN V ČESKÉ REPUBLICCE	20
2.3 SPOTŘEBITELÉ NA TRHU S BIOPOTRAVINAMI.....	25
3. CÍL PRÁCE A HYPOTÉZY	29
3.1 CÍL PRÁCE	29
3.2 HYPOTÉZY	29
4. METODIKA	32
4.1 METODICKÝ POSTUP	32
4.2 CHARAKTERISTIKA ZKOUMANÉHO SOUBORU	32
4.3 VOLBA OTÁZEK.....	33
5. VÝSLEDKY VÝZKUMU	34
5.1 ANALÝZA VÝSLEDKŮ VYPLNĚNÝCH DOTAZNÍKŮ U JEDNOTLIVÝCH OTÁZEK	34
5.2 OTÁZKY 2 A 11	58
5.3 OTÁZKY 4 A 11	60
5.4 OTÁZKY 6 A 11	61
5.3 OTÁZKY 7 A 11	62
5.4 OTÁZKY 2 A 10	63
DISKUZE	66

ZÁVĚR	70
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	72
PŘÍLOHY	75

Úvod

V době, kdy člověk stále více zasahuje a ovlivňuje prostředí kolem sebe, se stále častěji ve všech oblastech lidského působení setkáváme s požadavkem udržitelného rozvoje. Je tomu tak i v oblasti, která je pro člověka životně důležitá a tou je oblast výživy. Stále rostoucí populace má samozřejmě stále větší nároky na množství potravin, které je třeba vyrobit.

S rostoucí potravinářskou produkcí roste i potřeba vyprodukovaných zemědělských surovin. Zde však nastává konflikt mezi množstvím, které je potřebné pro výživu obyvatelstva a zároveň udržitelností, tedy tím, aby zemědělská výroba byla v souladu se životním prostředím a nedocházelo k jeho devastování.

Biopotraviny a ekologické zemědělství jsou stále častěji diskutovaným tématem v naší společnosti a stávají se předmětem zájmu stále většího počtu spotřebitelů. Pro některé spotřebitele jsou ekologicky pěstované bioprodukty a biopotraviny dobrou alternativou místo konvenčních produktů a potravin, nebo alespoň jejich částečným doplněním.

Další názor na produkty ekologického zemědělství je však zcela opačný. Jeho zastánci bioprodukcí pokládají jen za šikovný marketingový tah, který spotřebitelům připomíná jejich zdraví, zdraví jejich dětí a udržitelný rozvoj. Pokládají biopotraviny za kvalitativně rovnocenné potravinám konvenčním a jejich výrobu ve srovnání s výsledky za neekonomickou a tím i neekologickou.

Cíl práce a metodika

Teoretická část mé práce se bude zabývat vymezením pojmů vztahujících se k ekologickému zemědělství a k biopotravinám a bioprodukcí v zemích Evropské unie a v České republice.

Cílem praktické části mé diplomové práce je analýza spotřebitelského chování v oblasti biopotravin. Kdo je spotřebitelem biopotravin a proč, jaké jsou motivační faktory a jaké jsou naopak bariéry při nákupu biopotravin. Jsou to vysokoškoláci, vyšší sociální třídy? Co očekávají od takto formované spotřeby? Nakupují spotřebitelé biopotraviny s ohledem k životnímu prostředí, nebo jejich zdraví, nebo je to jejich životní styl? Zaměřím se také na sociální souvislosti spotřeby biopotravin a na hledisko důvěryhodnosti produktů označených BIO. Budu sledovat zejména vliv vzdělání, přítomnost dětí v domácnosti a příjmy domácnosti na nákup biopotravin. Dále se zaměřím na motivační faktory nákupu či naopak nenakupování biopotravin a na důvěru dotazovaných ve značku BIO. K získávání potřebných dat a informací od spotřebitelů jsem použila dotazníky s otázkami uzavřenými, polootevřenými a filtračními.

V praktické části této diplomové práce jsou respondenti výzkumu rozděleni podle toho, zda biopotraviny využívají či nikoliv a z tohoto pohledu jsou pak i analyzovány a interpretovány výsledky výzkumu.

1. Vymezení pojmů

V této části diplomové práce bych ráda seznámila čtenáře s některými pojmy, které se tématu dotýkají, a které jsou mnohdy laickou veřejností vnímány zkresleně nebo nepřesně.

1.1 Ekologické zemědělství

Ekologické zemědělství je založené na lokálních a obnovitelných zdrojích. Povinností člověka je provozovat zemědělství takovým způsobem, aby se kulturní krajina stala harmonickou součástí přírody, která je chápána jako jednotný celek se svou vnitřní hodnotou.¹ *Evropská unie (i OSN) oficiálně uznávají sociální a ekonomické výhody ekologického zemědělství. Rada EU ve svém „European Action Plan for Organic Food and Farming“ konstatuje, že ekologické zemědělství zajišťuje „kombinaci pozitivních, ekologických, sociálních a ekonomických prvků“. Ekologické zemědělství nabízí více pracovních příležitostí než jakýkoli jiný zemědělský systém, setkává se na trhu se stále stoupající poptávkou a je tak nejperspektivnějším modelem hospodaření.*²

Prioritou ekologického zemědělství je péče o půdu, snaha o zvýšení přirozené úrodnosti, přičemž koloběh živin v podniku by měl být co nejuzavřenější a vnější vstupy (chemické a energetické) co nejvíce omezené. Předpokladem pro takovéto hospodaření je samozřejmě potřebná dobrá znalost biologických cyklů rostlin a živočichů, lepší pozorovací schopnosti, soustavné vyhodnocování informací a volba metod, které přírodě škodí co nejméně.³

¹ Srov. ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005. ISBN 80-213-1404-4, s.5.

² DITTRICHOVÁ, Š. ; HEŘMANSKÁ, I.; ROZSYPAL, R. *Lištičky na vinici : Program rozvoje venkova a příčiny stagnace bioprodukce*. Vyd.1. Praha : Galén, 2008. ISBN 978-80-7262-571-0., s. 19

³ Srov. NEUERBURG, W., PADEL, S. *Ekologické zemědělství v praxi*. Praha: Nadace pro organické

Ekologičtí zemědělci uplatňují techniku šetrnou k životnímu prostředí, uplatňují biologické a mechanické pěstitelské metody a nepoužívají nebo omezují umělá hnojiva a chemikálie.⁴ U nás i v Evropě je ekologické zemědělství uznávanou metodou, která je také definována zákonem. Označení BIO či EKO mohou na své výrobky používat pouze ekologičtí zemědělci.⁵ *Jedním z hlavních cílů ekologického zemědělství je produkce dostatečného množství zdravotně nezávadných potravin s vysokou vnitřní kvalitou (biokvalitou) při respektování mnoha pravidel, mezi něž patří například minimalizace spotřeby neobnovitelné energie a zdrojů a udržování přírodní krajiny a agrosystému.*⁶

1.1.1 Právní úprava ekologického zemědělství

Od roku 1991 byly v celé Evropské unii dána pravidla ekologického zemědělství na úrovni Nařízení Rady Evropské komise. K ekologickému zemědělství se vztahovalo Nařízení Rady č. 2092/91/EHS, *o ekologickém zemědělství a k němu se vztahujícímu označování zemědělských produktů a potravin*. Do té doby si členské státy EU upravovaly směrnice pro ekologické zemědělství samy. Průběžně dále docházelo k doplňování a úpravám tohoto nařízení a jednotlivé státy podobu Nařízení prostřednictvím svých zástupců na úrovni státu a nevládních organizací ovlivňovali.⁷

Výsledkem detailní revize tohoto Nařízení se staly dva návrhy Evropské komise z prosince 2005 týkající se na jedné straně řady zjednodušených a vylepšených pravidel pro dovoz bioproduktů a na straně druhé ekologické produkce a jejího označování. Oba návrhy byly Evropskou radou přijaty. Nařízení o dovozu Nařízení Rady (ES) č. 1991/2007 z 21. prosince 2006, kterým se mění Nařízení (EHS) č. 2092/91 o ekologické produkci

zemědělství FOA. Ministerstvo zemědělství ČR, 1994. ISBN 978-80-903583-0-0 s. 16.

⁴ Srov. ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005, s.9.

⁵ Srov. ŠARAPATKA, B., URBAN, J. a kol. *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, 2006. ISBN 978-80-903583-0-0, s. 13.

⁶ ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005. ISBN 80-213-1404-4, s.9.

⁷ Srov. ŠARAPATKA, B., URBAN, J. a kol. *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, 2006. ISBN 978-80-903583-0-0, s. 49-52.

zemědělských výrobků a označování zemědělských produktů a potravin, které vešlo v platnost 1. lednu 2007. Definice ekologické produkce, její logo a systém označování jsou obsahem nového Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 z 28. června 2007 o ekologické produkci a systému označování a vstoupilo v platnost 1. ledna 2009.⁸ Soubor nové legislativy doplňuje nařízení Komise (ES) 1235/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla pro dovoz biopotravin ze třetích zemí. Dále platí národní zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Od 1. července 2010 se také změnilo evropské logo pro biovýrobky.

1.2 Ekofarma

Na ekofarmě musí rostlinná produkce sloužit ve velké míře jako krmná základna pro užitková zvířata, která jsou převážně živena kmením z vlastních prostředků. Základnou pro výživu půdy je chlévská mrva. Ekologická farma se nezaměřuje na pěstování pouze několika druhů rostlin. Široký osevní postup slouží k udržení úrodnosti půdy a je samoregulujícím mechanismem v agrosystému.⁹ Samozřejmě, že produkce a činnost jednotlivých ekofarm se liší svým zaměřením, existují ekofarmy specializované na rostlinnou výrobu, na živočišnou výrobu i farmy smíšené. Farmy zaměřené na živočišnou výrobu produkují i plodiny, které dále slouží k výživě chovaných hospodářských zvířat. Rostlinné ekofarmy většinou živočišnou výrobu neprodukují, a výživa rostlin je zajišťována zeleným hnojením, zaoráváním posklizňových zbytků a důležitou roli zde také hraje střídání pěstovaných rostlin na jednotlivých pozemcích.¹⁰

⁸ *Ekologické zemědělství* [online]. 2011 [cit. 2011-02-23]. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming/what-organic_cs>.

⁹ Srov. NEUERBURG, W., PADEL, S. *Ekologické zemědělství v praxi*. Praha: Nadace pro organické zemědělství FOA. Ministerstvo zemědělství ČR, 1994, s. 50.

¹⁰ Srov. ŠARAPATKA, B., URBAN, J. a kol. *Ekologické zemědělství v praxi, II.díl*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, 2006. ISBN 978-80-903583-0-0, s. 279 - 309.

Vývoj celkové plochy a počtu farem v ekologickém zemědělství v České republice lze porovnat v následující tabulce:

<i>Rok</i>	<i>Počet farem</i>	<i>Celková plocha (ha)</i>
1990	3	480
1991	132	17.507
1992	135	15.371
1993	141	15.667
1994	187	15.818
1995	181	14.982
1996	182	17.022
1997	211	20.239
1998	348	71.621
1999	473	110.756
2000	563	165.699
2001	654	218.114
2002	721	235.136
2004	836	263.299
2005	829	254.982
2006	963	281.535
2007	1.318	321.890
2008	1946	341.632
2009	2686	398.407

Zdroj: MZe ČR¹¹

¹¹ Ročenka Ekologické zemědělství v České republice. *eAgri* [online]. MZe. Praha : 2009 [cit. 2011-02-23]. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/48172/statistika_zakladni_31_12_2009.pdf>.

1.3 Biopotravina

Produktem ekologického zemědělství jsou tzv. biopotraviny. Hovoříme-li o biopotravinách, máme na mysli potravinářské výrobky, vyrobené z produktů ekologického zemědělství a dalších povolených surovin.¹²

*Bioprodukt je podle zákona o ekologickém zemědělství surovina rostlinného nebo živočišného původu, získaná v ekologickém zemědělství a určená na základě osvědčení k výrobě biopotravin. Biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními předpisy, na něž bylo vydáno osvědčení o biopotravině.*¹³

Určování kvality bioproduktů resp. biopotravin je odlišné od produktů běžných zemědělských komodit. Kvalitu produktů s předponou bio určuje kvalita celého zemědělského systému a zpracovatelského postupu. Důraz je kladen na způsob pěstování resp. chovu, způsobem zpracování, skladování a v neposlední řadě i způsob distribuce.¹⁴

¹² Srov. ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005. ISBN 80-213-1404-4, s.5.

¹³ MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2001. ISBN 80-7040-526-0, s. 29.

¹⁴ Srov. ŠARAPATKA, B., URBAN, J. a kol. *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, 2006. ISBN 978-80-903583-0-0, s. 23.

2. Ekologické zemědělství a biopotraviny v Evropské unii a České republice

Na konci roku 2008 bylo v Evropě v rámci ekologického zemědělství obhospodařováno téměř 8,2 milionu hektarů, což je téměř 1,7% zemědělské půdy v Evropě a 23% celosvětového ekologického zemědělství. Existuje zde více než 220.000 ekologických farem. V Evropské unii bylo v roce 2008 ekologicky obhospodařováno 7,5 milionů hektarů, což představuje zhruba 4,3 % zemědělské půdy. Podle výsledků celosvětového průzkumu v kontrolovaném ekologickém zemědělství (většina údajů do konce roku 2008) je 350 mil hektarů zemědělské půdy spravováno ekologicky a to téměř 1,4 mil výrobci. Mezi regiony s největší plochou ekologicky spravované zemědělské půdy patří Oceánie (12,1 mil. hektarů), Evropa (8,2 mil. hektarů) a Latinská Amerika (8,1 mil.hektarů). Mezi země s největším ekologickým zemědělstvím patří Austrálie, Argentina a Čína. Nejvyšší podíl ekologicky spravované zemědělské půdy mají Falklandské ostrovy (36,9 %), Lichtenštejnsko (29,8 %) a Rakousko (15,9 %). Mezi země s nejvyšším počtem ekologických výrobců patří Indie (340 tis.), Uganda (180 tis.) a Mexiko (130 tis.). Více než 1/3 ekologických producentů pochází z Afriky. 12 mil. hektarů ekologicky spravované zemědělské půdy se nachází v rozvojových zemích, hlavně v Latinské Americe, Asii a v Africe.¹⁵

Evropa má největší a nejrozvinutější trh s biopotravinami na světě. V roce 2008 evropský trh s bioprodukty zaznamenal v prodeji téměř 10 % nárůst oproti roku 2007. V roce 2008 se prodalo za 17,9 miliard euro. V roce 2007 za 16,2 miliard euro. Nejvyšší nárůst prodeje byl ve Francii (+ 700 tis. €). Největší prodeje jsou v Německu, Francii, Itálii a Velké Británii (téměř 75% celkového obrátu). Česká republika a skandinávské země zaznamenaly nejvyšší tempo růstu v prodeji bioproduktů.¹⁶

¹⁵ *Global organic farming statistics and news*. [online],[cit. 1.2.2011]. Dostupné na WWW: <http://www.organic-world.net/470.html>

¹⁶ *Statisiken zum Biolandbaum*. [online],[cit. 21.1.2011]. Dostupné na WWW: <http://www.organic-world.net/470.html>

V roce 2009 bylo ve světě ekologicky obhospodařováno 37,2 milionů hektarů půdy – v Evropě 25%, v Oceánii 33%, v Latinské Americe 23%. V Evropě se ekologicky obhospodařuje 9,3 milionů hektarů (v roce 2008 8,2 mil.ha) a počet ekofarem vzrostl na 260.000. Ve světě je 1,8 milionů ekofarem – nejvíce opět v Indii, Ugandě a Mexiku. V roce 2009 se ve světě prodalo za 40 miliard € za bioprodukty – to je o 5% více než v roce 2008. V Evropě se prodalo za 18,4 miliard € - nejvíce v Německu (5,8 miliard €), ve Francii (3 miliardy €), Velká Británie (2,1 miliardy €). Na osobu za bioprodukty nejvíce utratili v Dánsku a ve Švýcarsku, a to přes 130 €/rok.¹⁷

2.2 Vývoj ekologického zemědělství a produkce biopotravin ve státech Evropské unie

Za kolébku ekologického zemědělství se považuje Rakousko, kde byl roku 1924 vytvořen rakouským polyhistorikem, zakladatelem Antroposofické společnosti Rudolfem Steinerem, nový filozofický systém hospodaření, v pozdějším období nazývaný biologicko-dynamický, či biodynamický. V základním díle *Zemědělský kurz* Steiner definoval základní principy organického hospodaření a duchovního přístupu k přírodě. Byly tím položeny základy pro rozvoj ekologického hnutí na území Rakouska a Německa.

V 30. letech se ve Švýcarsku vytvořilo organicko - biologické hnutí, navazující na dílo Dr. Rushe. V tomto období dozrávaly myšlenky nových koncepcí v Anglii, které vytvořily základ pro nový systém hospodaření na farmách. Nositeli byli Albert Howard a Eva Balfour. Prvotním zájmem hospodaření byla zdravá půda, rostliny a zvířata, vztahy mezi nimi a následně i zdraví člověka.

V 40. letech se hnutí šířilo ve Francii, Holandsku a USA. Z dnešního pohledu se vyznačovalo malým, téměř zanedbatelným rozšířením organických systémů, nárůst je registrován až s uvědomováním si nutnosti ochrany životního prostředí v období 70-80. let.

¹⁷ *Organic-world.net* [online]. 2010 [cit. 2011-03-23]. Dostupné z WWW: <<http://www.organic-world.net/statistics-eurostat.html#c2521>>.

Dříve byla zemědělská politika ve všech evropských zemích orientována na to, aby produkce zemědělství byla zvyšována pro dosažení plné soběstačnosti v produkci potravin. Poté, co během 80. let bylo v Evropě tohoto plně dosaženo, vstoupily do popředí další cíle – především ve smyslu zvýšení kvality produkce i zavedení zásad ochrany přírody do zemědělských technologií. Právě aktivity jsou realizovány v rámci ekologického zemědělství, které až do této doby mělo v celém agrokomplexu pouze okrajovou roli. Tím samozřejmě získaly zcela nové možnosti růstu a podpory. Nové výrobní metody a zájem spotřebitelů postupně získaly na svém významu nejenom ve většině evropských zemí, nýbrž také v dalších zemích jako v USA, Kanadě, Austrálii a Japonsku. Ve všech těchto zemích potřeba ekologických potravin stále narůstala. Jako v klasickém tržním hospodářství stál za tím především tlak požadavků spotřebitelů na zdravé potraviny, jejichž produkce nezatěžuje životní prostředí. Tyto záležitosti byly stále hlouběji zkoumány a staly se součástí řady vnitřních právních předpisů v té době především v Rakousku, Francii a v Dánsku. Další vývoj podporoval i zájem některých států poskytovat na národní a regionální úrovni subvence pro tyto formy zemědělské produkce. Vytvoření právních norem ekologického zemědělství umožnilo provádět certifikace ekologických zemědělských podniků, kterými se ověřuje schopnost vyhovět právním předpisům. Absolutně největší počty certifikovaných podniků ekologického zemědělství lze nalézt v Itálii (již koncem 90. let téměř 50 000 ekologických podnikatelů), Rakousku (asi s 20000 ekologických podnikatelů), v Německu i Španělsku bylo do roku 2000 certifikováno okolo 10 000 ekofarem a zpracovatelských podniků.¹⁸

¹⁸ Srov. MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2001. ISBN 80-7040-526-0, s. 14-23.

Porovnání základních statistických ukazatelů EZ s okolními státy v roce 2009

Ukazatel	Rakousko	Německo	Polsko	Slovensko	ČR
Počet ekofarem	20 000	20 000	15 000	1 000	2 689
Výměra zemědělské půdy v EZ	493 000	908 000	314 000	141 000	398 407
Podíl EZ (%)	15,5	5,4	2,0	7,3	9,38
Výměra orné půdy (%)	18,3	29,7	25,8	12,2	11,38
Výměra TTP (%)	68,7	49,7	37,6	69,1	82,63

Zdroj: Mze, Akční plán 2015

2.1 Vývoj ekologického zemědělství a produkce biopotravin v České republice

Vznik ekologického zemědělství v České republice je datován od roku 1990. O rok později vzniklo pět svazů, které sdružují ekologické zemědělce. Tyto svazy původně vypracovaly vlastní směrnice a prováděly kontrolu a certifikaci produktů svých členů. Celý systém však byl nejednotný a s potřebou vytvoření jednotné směrnice, kontroly i certifikace se počet svazů zredukoval na dva: PRO-BIO (136 tisíc hektarů zemědělské půdy) a LIBERA (27 tisíc hektarů zemědělské půdy). V roce 1993 byl po dohodě svazů s Ministerstvem zemědělství vydán Metodický pokyn pro ekologické zemědělství č. 655/93-340, který je ministerstvem každoročně aktualizován.¹⁹ Na ministerstvu zemědělství vznikl odbor pro privatizaci a alternativní zemědělství. Pro rozvoj alternativního zemědělství byla v té době určena částka 100 mil. Kč. Díky reformě se v letech 1993 – 1997 nezvyšoval rozsah ekologického zemědělství, neboť došlo ke zrušení přímých podpor, změny však byly kvalitativní, jako např. zlepšení kontrolních mechanismů, zapojení do mezinárodní kontroly, příprava akreditace u IFOAM (Mezinárodní federace hnutí ekologického zemědělství) a Evropské unie apod. Ke zvýšení ekologicky obhospodařovaných ploch došlo opět po roce 1998, kdy byly podpory

¹⁹ Srov. ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005. ISBN 80-213-1404-4, s.10 - 11.

opětovně zavedeny a do roku 2000 nastává v České republice druhá vlna rozvoje ekologického zemědělství. V tomto období přibývá zejména zatravněných ploch. Převládá zde pastevní výkrm ovcí a skotu bez tržní produkce mléka.²⁰

Hlavními oblastmi EZ jsou tradičně méně příznivé horské a podhorské oblasti ČR. Největší plochy ekologicky obhospodařované půdy se nacházejí v pohraničních hornatých okresech Jihočeského, Karlovarského, Moravskoslezského a Ústeckého kraje. V těchto krajích se nachází více jak polovina ploch v EZ (51,8 %) a je zde také dosahována nejvyšší průměrná velikost ekofarem v rozmezí od 173 ha v Jihočeském kraji po 328 ha v kraji Karlovarském.

V počtu ekologických farem vede dlouhodobě kraj Jihočeský následovaný v roce 2009 krajem Zlínským a Plzeňským. Naopak kraj Karlovarský s počtem 176 ekofarem, který byl na druhém místě v roce 2006, klesl na osmé místo. Z pohledu vývoje došlo od roku 2006 k největšímu nárůstu v počtu ekofarem i ploch v EZ ve třech krajích, a to kraji Vysočina, Středočeském a Jihomoravském. Toto potvrzuje i vyšší podíl ploch v přechodném období. Přesto tyto kraje představující silné produkční oblasti mají trvale nejnižší zastoupení EZ v ČR.²¹

Nárůst podniků hospodařících systémem ekologického zemědělství je patrný zejména po roce 1998. Vlivem příznivé dotační politiky státu tento trend dále pokračuje.

Vyplacené finanční prostředky v rámci agroenvironmentálního opatření „Ekologické zemědělství“ - dotace na plochu zařazenou do ekologického zemědělství nebo přechodného období v letech 1998 – 2008.

²⁰ Srov. MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2001. ISBN 80-7040-526-0, s. 7- 11.

²¹ Ročenka Ekologické zemědělství v České republice. *eAgri* [online]. MZe. Praha : 2009 [cit. 2011-02-23]. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/file/48172/statistika_zakladni_31_12_2009.pdf>.

Nárůst státních dotací ilustruje následující tabulka:²²

Rok	Vyplaceno (mil. Kč)
1998	48
1999	84
2000	89
2001	168
2002	211
2003	231
2004	292
2005	286
2006	305
2007	536
2008	688

Zdroj: Mze ČR

Od roku 2007 je podpora ekologickým zemědělciům na plochu vyplácena v rámci Programu rozvoje venkova 2007 – 2013. Výše dotace byla pro rok 2009 následující²³:

- a) 155 EUR/ha při hospodaření na orné půdě, s výjimkou pěstování zeleniny nebo speciálních bylin,
- b) 89 EUR/ha při hospodaření na travních porostech pro 100% ekologického zemědělce (bez souběhu s konvenčním zemědělstvím), 71 EUR/ha pro zemědělce se souběhem
- c) 849 EUR/ha, při obhospodařování vinic, ovocných sadů nebo chmelnic
- d) 564 EUR/ha při pěstování zeleniny nebo speciálních bylin na orné půdě

Přestože Česká republika nedosahuje počtem ekofarek ani poměrem ekologicky obhospodařované půdy špičkových evropských zemí (Rakousko, skandinávské země), je mezi deseti členy, kteří přistoupily do Evropské unie v roce 2004 na čelním místě.²⁴

²² Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2009 [online],[cit. 1.12.2010]. Dostupné na WWW: http://eagri.cz/public/web/file/48172/statistika_zakladni_31_12_2009.pdf

²³ Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2009 [online],[cit. 1.12.2010]. Dostupné na WWW: http://eagri.cz/public/web/file/48172/statistika_zakladni_31_12_2009.pdf

V roce 2004 byl vládou schválen dokument „Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství v ČR do roku 2010“. V roce 2006 přijalo Ministerstvo zemědělství dokument „Program podpory ekologického zemědělství v ČR do roku 2010“, který kritizoval neúčinnost Akčního plánu. Program podpory stanovil m.j., aby cílem Akčního plánu²⁵ bylo do konce roku 2010 dosáhnout 10 % podílu zemědělské půdy obhospodařované ekologicky nebo v přechodu na ekologické zemědělství. Tohoto cíle bylo dosaženo. V srpnu 2010 byl podíl 10,42% (viz tabulka).

Porovnání základních statistických údajů ekologického zemědělství

	leden 2004	leden 2010	srpen 2010
Počet ekologických zemědělců	810	2 689	3 494
Výměra zemědělské půdy v EZ (ha)	254 982	398 407	442 869
Podíl ZP v ekologickém zemědělství (%)	5,97	9,38	10,42
Počet výrobců biopotravin	96	497	643

Zdroj: Mze, Akční plán 2015

Dalšími cíly tohoto Akčního plánu bylo posílit povědomí veřejnosti o EZ tak, aby v roce 2010:

1. alespoň 80 % spotřebitelů znalo značku “BIO” ,vědělo co znamená a dokázalo definovat principy ekologického zemědělství
2. alespoň 25 % českých občanů pravidelně (min. 1x týdně) kupovalo biopotraviny
3. do konce roku 2010 byl zajištěn alespoň 60% podíl biopotravin vyrobených v České republice na celkové spotřebě biopotravin v ČR

²⁴ Srov. ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005. ISBN 80-213-1404-4, s.19.

²⁵ DITTRICHOVÁ, Š. ; HEŘMANSKÁ, I.; ROZSYPAL, R. *Lištičky na vinici : Program rozvoje venkova a příčiny stagnace bioprodukce*. Vyd.1. Praha : Galén, 2008. ISBN 978-80-7262-571-0., s. 19

V prosinci 2010 byl vládě předložen „Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011 - 2015“. V materiálu je popsána strategie rozvoje ekologického zemědělství v ČR do roku 2015. Cílem nového Akčního plánu²⁶ je dosáhnout podíl 3% biopotravin na trhu s potravinami do roku 2015 (nyní 0,75%). Nejvyšší podíl biopotravin je v současné době v Dánsku (6%), Rakousku (5,3%), Švýcarsku (4,5%) a Německu (3,2%). Mezi další cíle patří např.:

- Dosažení 60% podílu české bioprodukce (v současné době se téměř 60% bioprodukce do ČR dováží)
- 15% podíl EZ z celkové plochy zemědělské půdy
- Nárůst spotřeby biopotravin ročně o 20%
- Zvýšit důvěru spotřebitele
- Ekonomická udržitelnost
- Přínosy EZ pro životní prostředí a pohodu zvířat

Počet ekologických zemědělců dynamicky narůstá. K 20. 8. 2010 jich hospodařilo již 3 494 a to na výměře téměř 450 000 ha, což představuje podíl 10,42% z celkové výměry zemědělské půdy. Výměra orné půdy se v poslední době stabilně zvyšuje až na současných 55 000 ha, vzrůstá výměra vinic a sadů v ekologickém zemědělství a v režimu ekologického zemědělství jsou registrovány první chmelnice. Ve struktuře užití půdy v ekologickém zemědělství nadále převažují travní porosty, které v současné době představují zhruba třetinu všech travních porostů v ČR. Se zvyšující se poptávkou narůstá počet výrobců biopotravin, kterých je nyní téměř 650. Ačkoliv na českém trhu stále převažuje podíl zahraničních biopotravin, nabídka českých biopotravin se postupně rozšiřuje. V poslední době stoupá také obliba různých forem přímého prodeje z ekofarem, zejména prostřednictvím farmářských trhů a biobedýnek.

²⁶ Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015. *EAgri* [online]. 2010 [cit. 2011-02-24]. Dostupné z WWW: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zivotni-prostredi/ekologicke-zemedelstvi/akcni-plan/>>.

2.3 Spotřebitelé na trhu s biopotravinami

Podle statistické ročenky Český trh s biopotravinami 2009²⁷ spotřeba biopotravin v České republice dosáhla v roce 2008 1,8 miliardy korun, což je nárůst o 40 % oproti roku 2007 (+ 510 mil. Kč). Od roku 2005 se obrat s biopotravinami v ČR zvýšil více než 3,5 krát. V současné době činí spotřeba biopotravin cca 2 mld. Kč ročně. Průměrná spotřeba na osobu v roce 2008 činila 176 korun a biopotraviny se na celkové spotřebě potravin a nápojů podílely 0,75 % (+36 % oproti roku 2007).

V roce 2008 se zastavil podíl biopotravin z dovozu na celkové spotřebě, tento podíl klesl o 5 % na 57 %. Podíl v České republice vyrobených biopotravin tak dosáhl podílu 43 %. Nárůst v České republice vyrobených biopotravin v letech 2006 a 2007 byl meziročně o 42 %, respektive o 47 %, ale v 2008 již o 58 %. Počet domácích výrobců biopotravin roste a s tím i objem české bioprodukce. Zejména v kategoriích hovězího masa, pečiva, mléka a koření je vysoký podíl domácích biopotravin. Výrazně roste podíl nadnárodních maloobchodních řetězců na úkor všech ostatních prodejních míst s výjimkou gastronomie. Nejvíce biopotravin nakoupili čeští spotřebitelé v supermarketech, hypermarketech a drogériích, a to za 1 332 mil.Kč (+461 mil.Kč než v roce 2007). V prodejnách zdravé výživy a biopotravin utratili Češi v roce 2008 celkem 324 mil. Kč, což představuje druhý největší podíl na trhu, a to 18 %.

Třetím největším prodejním místem jsou lékárny, které představují podíl 4 % na celkovém obratu. V roce 2008 výrazně vzrostl obrat s biopotravinami v gastronomických provozovnách, a to o celých 66 %, na téměř 11 mil. Kč. Podíl tohoto místa odbytu tak v 2008 dosáhl 0,6 %. Přibližně za 25 mil. Kč se prodá biopotravin přímo na farmách či tržištích, což přímému marketingu ekologických zemědělců dává podíl na celkovém trhu ve výši 1,4 %. V roce 2010 byl realizován projekt farmářských trhů v Praze a dalších velkých městech, na kterých se výrazně uplatňuje přímý prodej biopotravin.

²⁷ *Ročenka ekologického zemědělství v České republice*. Ministerstvo zemědělství. [s.l.] : Bioinstitut, 2010. 44 s. ISBN 978-80-7084-927-9.

Vliv na spotřebu biopotravin v České republice má také samozřejmě cena. Ceny biopotravin jsou většinou výrazně vyšší než u běžných potravin. Podle průzkumů činí rozdíl mezi cenou tradičně vyráběných potravin a biopotravin v průměru 110%.²⁸

Vyšší cena biopotravin je dána následujícími skutečnostmi:²⁹

- *Suroviny na výrobu bioproduktů se svážejí do výroby z celé republiky od ekologických zemědělců, což znamená podstatné zvýšení dopravních nákladů.*
- *Suroviny od drobných rolníků mnohdy nevytíží rovnoměrně celý dopravní prostředek a z toho plyne další zvýšení ceny za dopravu.*
- *Výkup surovin od zemědělců probíhá v měsících září a říjnu a po zbytek roku se musí uskladnit (některá surovina i 10 měsíců). Teprve potom je surovina zpracována. Skladovací náklady jsou podstatnou nákladovou položkou. U zpracovatelů konvenčních surovin je skladovací doba podstatně kratší.*
- *Vlastní zpracování probíhá v malých partiích a to v závislosti na odbytu. Široký sortiment výrobků předpokládá časté obměny na výrobní lince.*
- *Vyšší výkupní ceny za biosuroviny (o 15 - 30% vyšší než za konvenční, u některých dokonce až o 100%).*
- *Kvalita zpracování a náročnost pěstování, čerstvost.*
- *I přes stoupající ceny energie ceny biopotravin nerostly.*

²⁸ *Spotřeba biopotravin loni vzrostla o dvě pětiny.* [online], [cit. 6.9.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.pro-bio.cz/cms/clanek/21201/spotreba-biopotravin-loni-vzrostla-o-dve-petiny>

²⁹ ŠÁNOVÁ, P. *Cvičení z biopotravin.* Praha: Česká zemědělská univerzita, 2006. ISBN 80-213-1460-5, s. 60.

Český spotřebitel utratí za biopotraviny v průměru 176 Kč ročně a na celkové spotřebě potravin se biopotraviny podílí 0,75%. Největší podíl na celkové spotřebě potravin mají biopotraviny v Dánsku, pohybuje se kolem 6% a spotřebitel za ně utratí průměrně 110 eur. V České republice však stále převažují exportní biopotraviny.³⁰ Typickým jevem trhu s biopotravinami je i to, že během roku kolísá. Tento trend je dán zejména sezónností některých druhů biopotravin. Biozrniny, biomouky a biovločky se více prodávají v zimě a biozelenina a bioovoce naopak v létě.³¹

Výzkum ohledně spotřebitelů biopotravin prováděla společnost INCOMA GfK v roce 2009 v rámci projektu Shopping Monitor 2009. Shrnutí tohoto výzkumu je uveden v ročence Český trh s biopotravinami 2009³². Z tohoto výzkumu vyplývá, že biopotraviny zná přes 87% domácností. Nakupuje je přes 30% domácností, ale pouze 5% je nakupuje pravidelně. 26% je nakupuje občas. S biopotravinami se vůbec neseťkalo 12,8% domácností, 57% se s nimi setkalo, ale biopotraviny nenakupují. Podle tohoto výzkumu také existuje spojitost mezi věkem a nakupováním biopotravin. Lidé mezi 60-69 lety byla největší skupina (25,6%), která se s biopotravinami ještě neseťkala. Naopak běžně biopotraviny nakupují lidé ve věku mezi 30-39 lety (31,9%). Vzdělání také hraje roli při nákupu biopotravin. Největší skupinou, která je běžně nakupuje jsou středoškoláci s maturitou (48,9%) a vysokoškoláci. S biopotravinami se ještě neseťkalo pouhé 1,6% vysokoškoláků, ale naopak 41,9% středoškoláků bez maturity nebo vyučených a 31,7% se základním vzděláním. Při členění respondentů podle příjmů bylo zjištěno, že nejvíce nakupují biopotraviny domácnosti, které mají měsíční čistý příjem minimálně 25 tis. Kč a více (46,6 %). 61,4% domácností s příjmem pod 20 tis. a méně se s nimi ještě neseťkalo. I velikost bydliště respondentů ukázalo zajímavé rozložení spotřebitelů. Nejvíce běžně biopotraviny nakupují obyvatelé Prahy (21,3%). Naopak v malých obcích pod 5 tis. obyvatel a méně, se více domácností s biopotravinami vůbec neseťkalo (47,3%). Více než 45% domácností, které nakupují biopotraviny běžně, je nakupuje v hypermarketech. Více také nakupují biopotraviny víceosobové domácnosti, převážně s dětmi.

³⁰ *Spotřeba biopotravin loni vzrostla o dvě pětiny.* [online], [cit. 6.9.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.pro-bio.cz/cms/clanek/21201/spotreba-biopotravin-loni-vzrostla-o-dve-petiny>

³¹ Srov. ŠÁNOVÁ, P. *Cvičení z biopotravin.* Praha: Česká zemědělská univerzita, 2006. ISBN 80-213-1460-5, s. 58.

³² VÁCLAVÍK, T. *Český trh s biopotravinami 2009.* : Green marketing, 2009., s.52-55.

Další výzkum týkající se zájmu obyvatel ČR o tematiku biopotravin prováděla agentura DEMA³³ v roce 2010. Z tohoto výzkumu vyplývá, že 51% obyvatel ČR získává informace o biopotravinách nesystematicky. 8% obyvatel ČR sleduje téma biopotravin pozorně (z tisku, televize, knih, rozhlasu) a pouhá 4% obyvatel si aktivně vyhledává informace, účastní se různých akcí, zkoušejí nové produkty. 37% obyvatel nemá žádný zájem o tematiku biopotravin. Z demografického hlediska mají celkově větší zájem o biopotravinu ženy (75 %) než muži (50 %), občané středního (67 %) než mladšího (60 %) a seniorského (61 %) věku, osoby s maturitou (71 %) nebo s vysokoškolským diplomem (76 %) než ti, co mají nižší vzdělání (51 %). Pokud jde o příjmovou stránku, častěji se jedná o občany z domácností disponujících středními (od 10 do 15 tisíc Kč; 72 %) a vyššími příjmy (nad 15 tisíc Kč; 66 %) čistého na hlavu než těch, kteří spadají do nižší kategorie, tj. méně než 10 tisíc Kč měsíčně na jednoho člena (56 %). O tematiku biopotravin se zajímá 70 % rodičů dětí předškolního nebo školního věku.

³³ Bio Info. *Výzkum DEMA potvrdil, že většinu nákupu biopotravin obstará 12 procent Čechů..* [online]. 2010 [cit. 2011-03-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.bio-info.cz/zpravy/vyzkum-dema-potvrdil-ze-vetsinu-nakupu-biopotravin-obstara>>.

3. Cíl práce a hypotézy

3.1 Cíl práce

Jak již bylo řečeno, cílem mé práce je analýza spotřebitelského chování v oblasti nákupu biopotravin. Budu sledovat zejména vliv vzdělání, přítomnost dětí v domácnosti a příjmy domácnosti na nákup biopotravin. Dále se zaměřím na motivační faktory nákupu či naopak nenakupování biopotravin a na důvěru dotazovaných ve značku BIO. Výzkum bude proveden v oblasti Jihočeského kraje a Prahy a porovnán.

3.2 Hypotézy

Obecná hypotéza: BIO produkty kupuje v České republice méně než 1/3 respondentů, přičemž hlavními spotřebiteli jsou především vysokoškolsky vzdělaní lidé žijící ve větších městech.

Pracovní hypotéza: Při pilotáži provedené v mém okolí jsem zjistila následující data: BIO produkty jsou veřejností považovány za zdravější, ale jejich nákupu brání často vysoká cena, která je pro mnoho respondentů nepřijatelná a nevyváží ji ani přesvědčení o zdravějším složení BIO produktů. Ochrana životního prostředí je u respondentů na druhém místě za zdravotními přednostmi BIO produktů. BIO produkty častěji kupují rodiče malých dětí. Podle výsledků pilotní studie jsem sestavila také dotazník, který je rozdělen do třech oblastí výzkumu (viz dále).

Dále jsem při stanovení hypotéz a sestavování dotazníků vycházela ze strašících výzkumů Ministerstva zemědělství.

Srovnání výsledků hlavních postojů a znalostí spotřebitelů v letech 2006 a 2008:

Postoj spotřebitelů	Červenec 2006 (%)	Listopad 2008 (%)	Nárůst (%)
Kupuji biopotraviny	29	39	+10
Kupuji biopotraviny pravidelně	3	14	+11
Cena je pro mě největší překážkou pro nákup biopotravin	31	29	-2
Nedostatek informací je pro mě největší překážkou pro nákup biopotravin	32	2	-30
Vím, jak se biopotraviny označují, znám národní BIO logo	32	54	+22
Znám ve svém okolí ekologického farmáře	6	15	+9
Znám ve svém okolí prodejce biopotravin	22	74	+52

Zdroj: MZe

Základní hypotézy výzkumu:

H1: Biopotraviny kupují častěji ženy než muži.

H2: Biopotraviny kupují lidé více s vyšším dosaženým vzděláním.

H3: Biopotraviny kupují více lidé, s nimiž žijí v domácnosti děti.

H4: Biopotraviny kupují více lidé žijící ve větších městech.

H5: Biopotraviny jsou nakupovány zejména ve velkých obchodních střediscích specializovaných odděleních.

H6: Výše měsíčního příjmu domácnosti má vliv na nákup biopotraviny. Pokud se však lidé rozhodnout kupovat biopotraviny, jsou připraveni šetřit v jiných oblastech.

H7: Důvěra lidí ve značku BIO je v daném regionu vysoká.

H8: Motivačními faktory pro nákup biopotravin jsou zejména snaha o zdravý životní styl a ochrana životního prostředí.

H9: Lidé používající potraviny BIO si je v daném regionu často produkují sami

4. Metodika

4.1 Metodický postup

Před započítím samotného výzkumu byla v přípravné fázi vytvořena pilotní studie, podle které byly vytvořeny obecné a pracovní hypotézy a byl sestaven dotazník o 20 otázkách (Příloha 1). Samotný sběr dat probíhal zasláním dotazníků dotazovaným elektronickou poštou nebo předán přímo. Dále byla provedena evidence a kontrola dotazníků (analýza dat) a odpovědi z dotazníků byly převedeny do tabulek. Na základě zjištěných údajů zaznamenaných do tabulek byly vytvořeny grafy. Grafy sloužily k interpretaci dat a potvrzení či vyvrácení daných hypotéz, ze kterých byly vyvozeny závěry výzkumu.

4.2 Charakteristika zkoumaného souboru

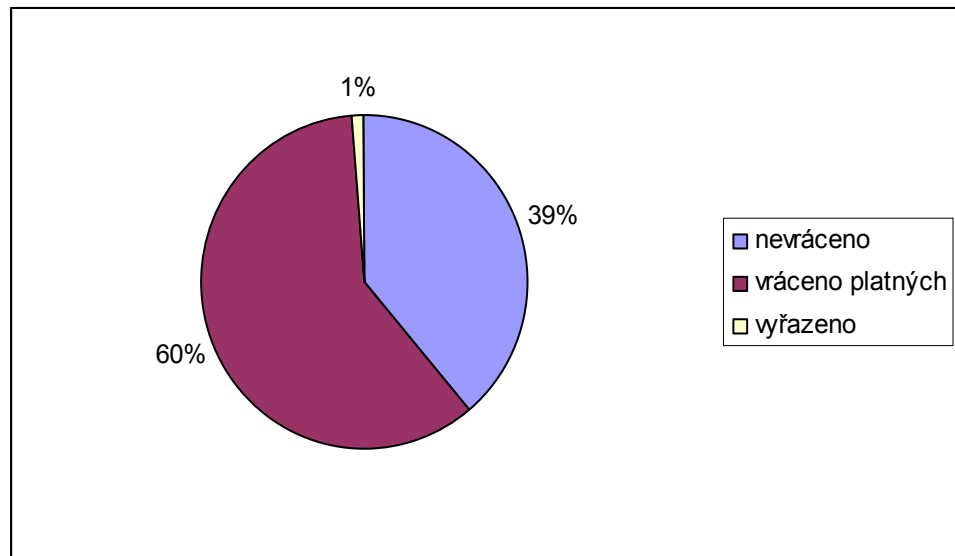
Zkoumaný soubor byl vybrán náhodně s dolní věkovou hranicí 20 let. Byly vyhledávány různé typy osob. Celkem bylo rozdáno 200 dotazníků, přičemž cílem bylo zařadit do výzkumu nejméně 100 respondentů. Návratnost dotazníků byla 61% (122 dotazníků), 2 dotazníky byly vyřazeny pro nedodržení zadání. Data byla sesbírána převážně v okresech České Budějovice a Praha.

Tabulka 1 – návratnost dotazníků

nevráceno	78
vráceno platných	120
vyřazeno	2

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 1 – procentuelní rozložení návratnosti dotazníků



Zdroj: vlastní výzkum

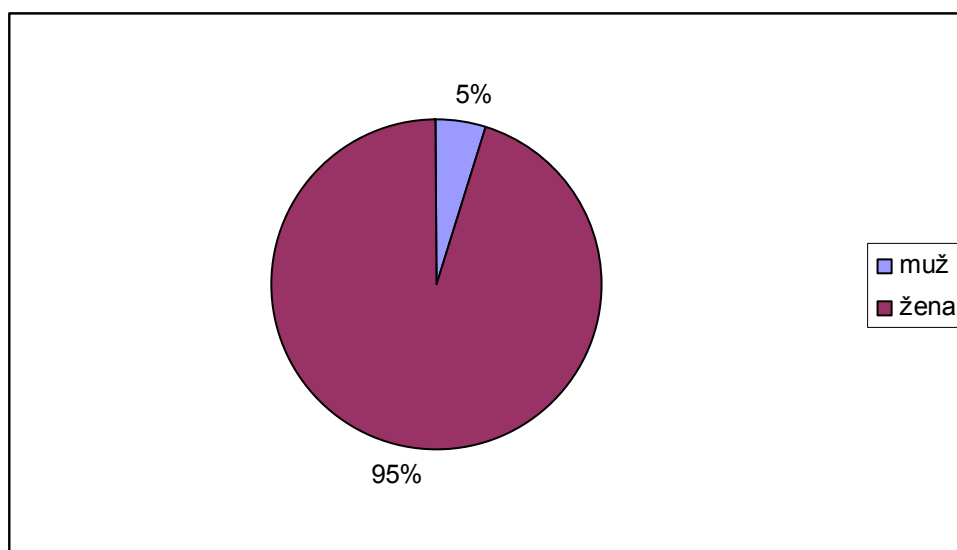
4.3 Volba otázek

V dotazníku byly použity otázky uzavřené, polootevřené a filtrovací. První část dotazníku tvoří otázky identifikační. V další části se pak otázky zaměřují na informovanost o BIO produktech a motivaci při jejich spotřebě, přičemž v poslední části jsou již respondenti kupující biopotravin a respondenti, kteří biopotraviny nekupují posuzováni odděleně.

5. Výsledky výzkumu

5.1 Analýza výsledků vyplněných dotazníků u jednotlivých otázek

Graf 2 – procentuelní vyjádření poměru návratnosti dotazníků od respondentů mužského a ženského pohlaví



Zdroj: vlastní výzkum

Z grafu vyplývá, že návratnost dotazníku u respondentů – žen činila 114 dotazníků, to je 95% z celkového počtu 120 platných vrácených dotazníků. Od mužů byla návratnost dotazníků pouze 5%, tedy 6 dotazníků. Nemohla být proto přímo potvrzena ani vyvrácena hypotéza, že biopotraviny nakupují převážně ženy. Již samotná návratnost dotazníků (více od žen než od mužů) však naznačuje, že o bioprodukty a jejich nákup se ženy zajímají podstatně více, než muži. Aby nebylo další šetření a analýza výsledků ovlivněna nízkou účastí mužů ve výzkumu, budou dále zpracovávána pouze data získaná od žen. Do výzkumu budou tedy nadále zařazeny pouze výsledky šetření u respondentů – žen, tj. 114 dotazníků.

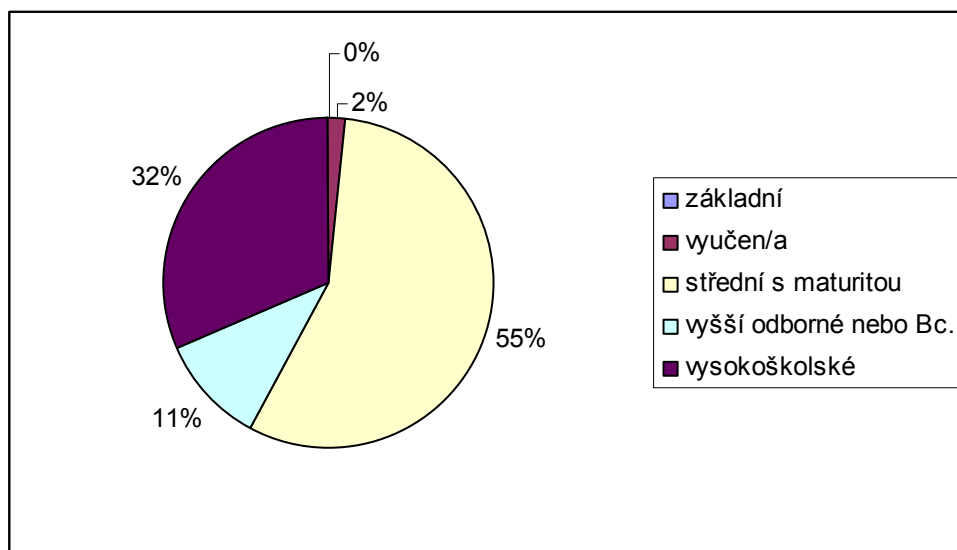
Dalším sledovaným faktorem výzkumu bylo nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Z navracených dotazníků vyplývá, že nejvíce respondentů dosáhlo středoškolského vzdělání zakončeného maturitní zkouškou. Druhá nejpočetnější skupina dosáhla vzdělání vysokoškolského.

Tabulka 2 – nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

základní	0
vyučen	2
střední s maturitou	64
vyšší odborné, bakalářské	14
VŠ	40

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 3 – procentuelní rozdělení respondentů podle dosaženého vzdělání



Zdroj: vlastní výzkum

Do výzkumu bylo zahrnuto 114 respondentů. 55% dotazovaných dosáhlo středoškolského vzdělání zakončeného maturitní zkouškou. 43% respondentů má vzdělání vyšší odborné, bakalářské nebo vysokoškolské. Vyučena jsou 2% dotazovaných a nejvýše základní dokončené vzdělání nemá žádný z dotazovaných.

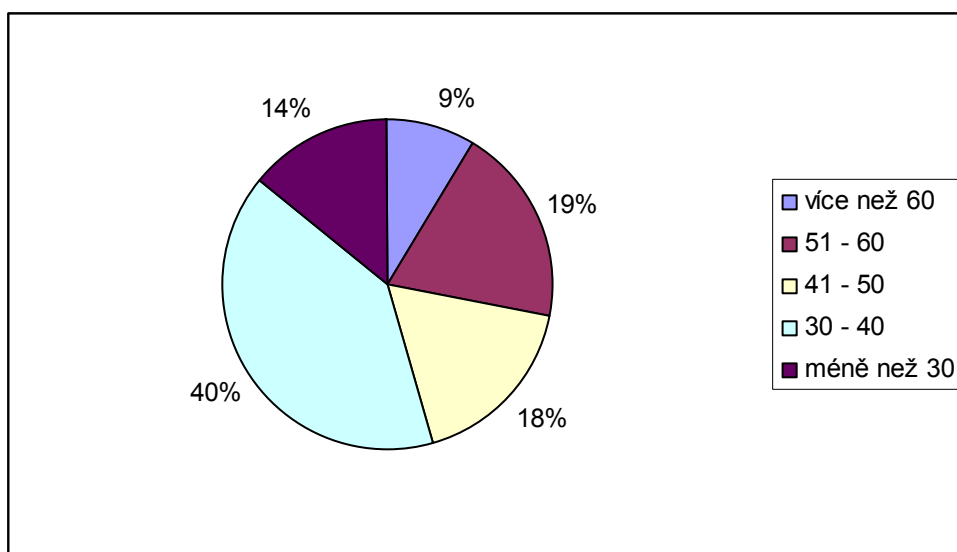
Pro výzkum byl důležitý i věk dotazovaných. Nejvíce z nich náleží do věkové skupiny 30 – 40 let. Můžeme tedy říci, že výzkumu se zúčastnily převážně ženy v produktivním věku.

Tabulka 3 – dotazování dle věku

více než 60	10
51 - 60	22
41 - 50	20
30 - 40	46
méně než 30	16

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 4 – procentuelní rozložení dle věku



Zdroj: vlastní výzkum

9% respondentů bylo starších 60 let. Ostatní respondenti (tj. 91%) jsou v produktivním věku. Nejvíce z nich, 40% je ve věku mezi 30 a 40 lety. Předpokládám tedy, že výzkum nebude zkreslený faktory jako je např. důchodový věk respondentů nebo studium a pobyt u rodičů. Ve věku mezi 30 a 40 roky je také pravděpodobné, že řada respondentů již má svou vlastní rodinu s jedním nebo dvěma dětmi, lze tedy dále zkoumat i to, jaký vliv má péče o děti na nákup biopotravin.

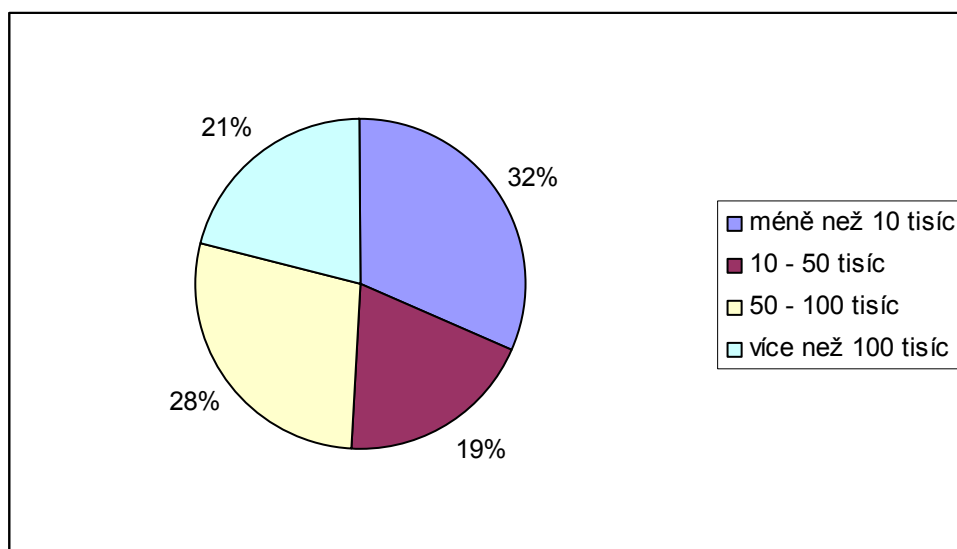
Jedna ze stanovených hypotéz zní, že biopotraviny nakupují spíše lidé žijící ve větších městech. Dotazovaní proto odpovídali na otázku, jaká je velikost sídla, kde žijí.

Tabulka 4 – velikost sídla

méně než 10 tisíc	36
10 - 50 tisíc	22
50 - 100 tisíc	32
více než 100 tisíc	24

Zdroj: vlastní výzkum

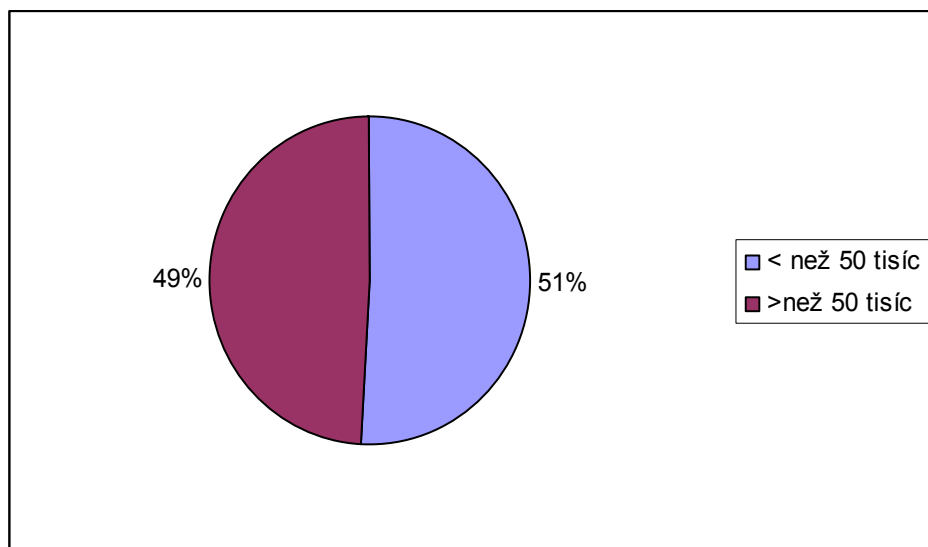
Graf 5 – procentuální rozložení dle místa pobytu



Zdroj: vlastní výzkum

Jak z tohoto grafu vyplývá, podařilo se do výzkumu téměř rovnoměrně zařadit respondenty z obcí různých velikostí. Nejvíce, 32%, respondentů je z obcí, které mají méně než 10 tisíc obyvatel. To je způsobeno zejména tím, že část výzkumu probíhal v Jihočeském kraji, především v okrese České Budějovice, kde se obyvatelstvo soustřeďuje spíše do malých obcí a do větších sídel za prací většinou dojíždí. Přesto však další výzkum bude moci probíhat i ve směru sledování, zda biopotraviny kupují spíše obyvatelé menších či větších obcí. Pro další výzkum pak použijí graf pouze dvouhodnotový, z nichž jedna část zobrazí obyvatelstvo v obcích do 50 tisíc obyvatel a druhá nad 50 tisíc obyvatel.

Graf 6 – procentuelní rozložení dle velikosti obce < než 50 tisíc obyv. a > než 50 tisíc obyv.



Zdroj: vlastní výzkum

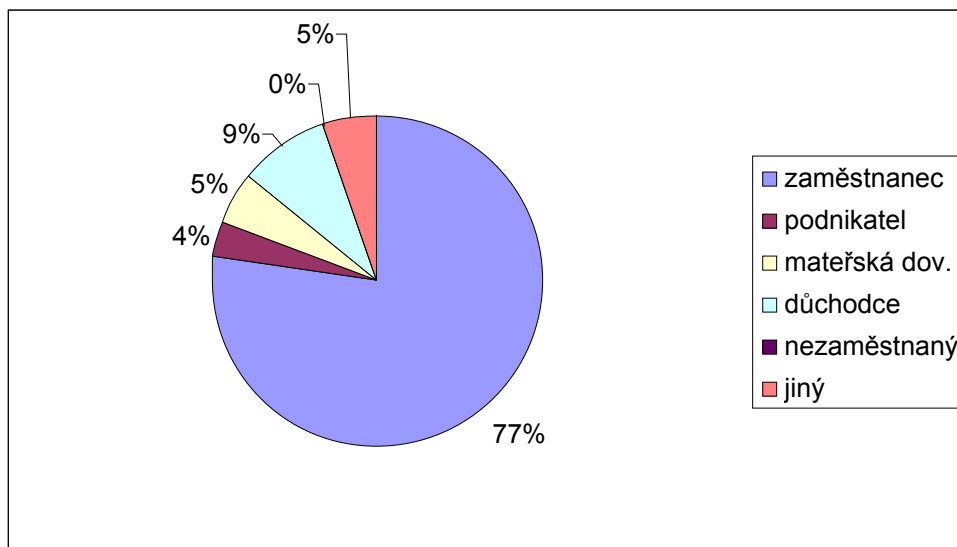
Do dotazníku byla zařazena otázka na pracovní poměr respondenta. Převážná většina dotazovaných je v zaměstnaneckém poměru, proto nelze ze získaných výsledků vyvodit, zda bioprodukty nakupují např. více lidé zaměstnaní než důchodci, neboť výsledky by byly v tomto případě zkreslené.

Tabulka 5 – zaměstnanecký poměr

zaměstnanec	94
podnikatel	4
MD	6
důchodce	10
nezaměstnaný	0
jíný	6

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 7 – zaměstnanecký poměr respondentů



Zdroj: vlastní výzkum

Vzhledem k tomu, že je převážná část respondentů v zaměstnaneckém poměru, nebude při dalším vyhodnocování docházet ke zkreslování údajů, jako by tomu bylo, kdyby největší zastoupení respondentů tvořili např. důchodci jako nízkopříjmová skupina či podnikatelé jako vysokopříjmová skupina. Mezi respondenty se nevyskytl ani jeden nezaměstnaný a ostatní skupiny podle zaměstnání jsou ve vybraném vzorku rovnoměrně zastoupeny.

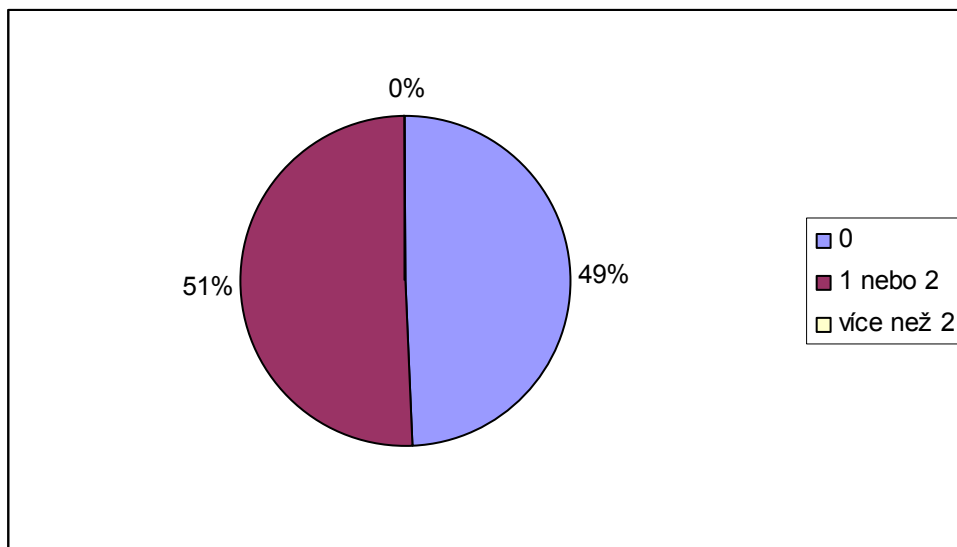
Hypotéza o častějším nákupu biopotravin v domácnostech, kde jsou přítomné děti bude moci být zkoumána nezkresleně díky tomu, že se podařilo shromáždit dotazníky, kdy respondenti uvádějí své domácnosti jako bezdětné, přibližně ve stejném poměru jako domácnosti, ve kterých děti žijí.

Tabulka 6 – bezdětné domácnosti v poměru k domácnostem s dětmi

0	56
1 nebo 2	58
více než 2	0

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 8 – procentuelní rozložení počtu dětí v domácnostech respondentů



Zdroj: vlastní výzkum

V 51% domácností respondentů je jedno nebo dvě děti, ve 49% domácností děti nežijí. To opět umožní poměrně přesnou analýzu dat při zkoumání, zda více nakupují biopotraviny domácnosti bezdětné či domácnosti s dětmi.

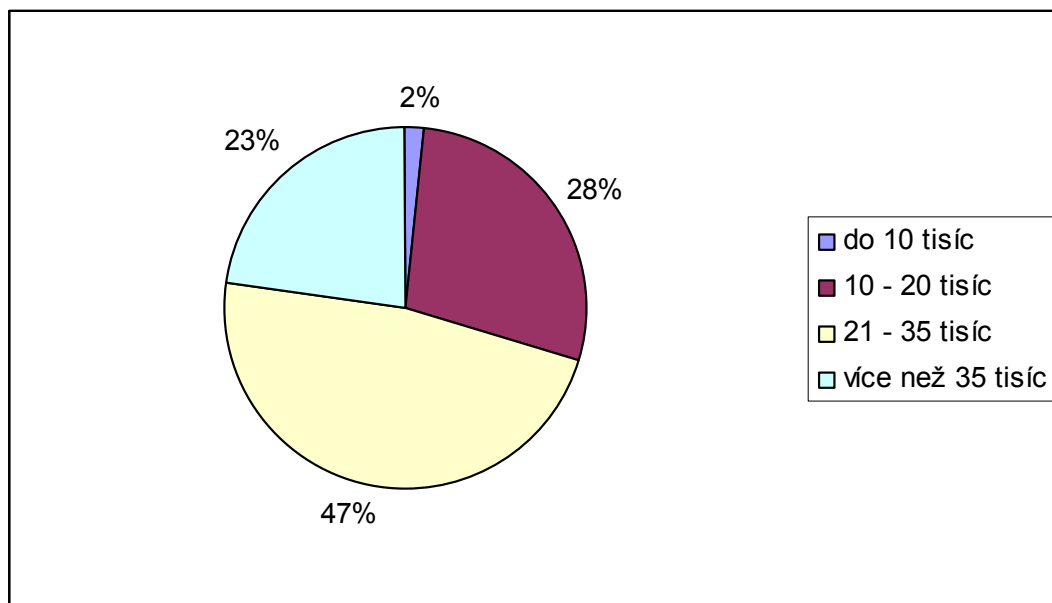
Výše příjmu domácnosti respondentů úzce souvisí s možností nakupovat biopotraviny, které jsou dražší než potraviny konvenční.

Tabulka 7 – výše příjmu

do 10 tisíc	2
10 - 20 tisíc	32
21 - 35 tisíc	54
více než 35 tisíc	26

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 9– procentuelní vyjádření výše příjmů domácností respondentů



Zdroj: vlastní výzkum

Pouze 2% domácností respondentů mají měsíční příjem nižší než 10 tisíc korun. Naopak největší skupina respondentů, 47%, má měsíční příjem domácnosti 21 – 35 tisíc korun. Toto zjištění bude dále použito při zkoumání souvislostí příjmu domácnosti a nákupu biopotravin.

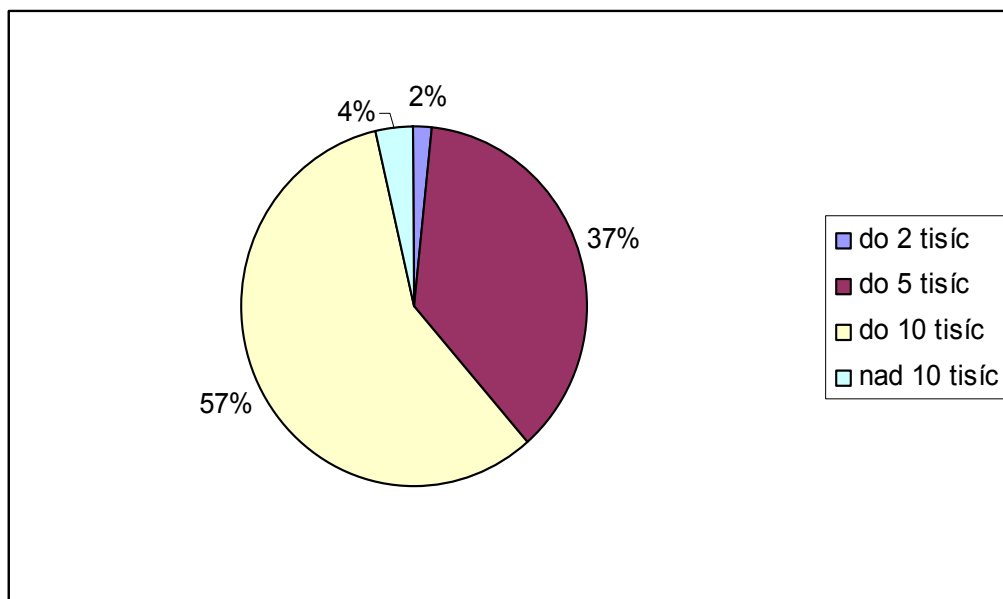
Částka určená na nákup potravin tvoří podstatnou část rozpočtu každé rodiny. Dotazovaní uváděli své měsíční náklady na nákup potravin takto:

Tabulka 8 – měsíční výdaje na nákup potravin

do 2 tisíc	2
do 5 tisíc	42
do 10 tisíc	66
nad 10 tisíc	4

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 10 – procentuelní vyjádření měsíční částky určené na nákup potravin



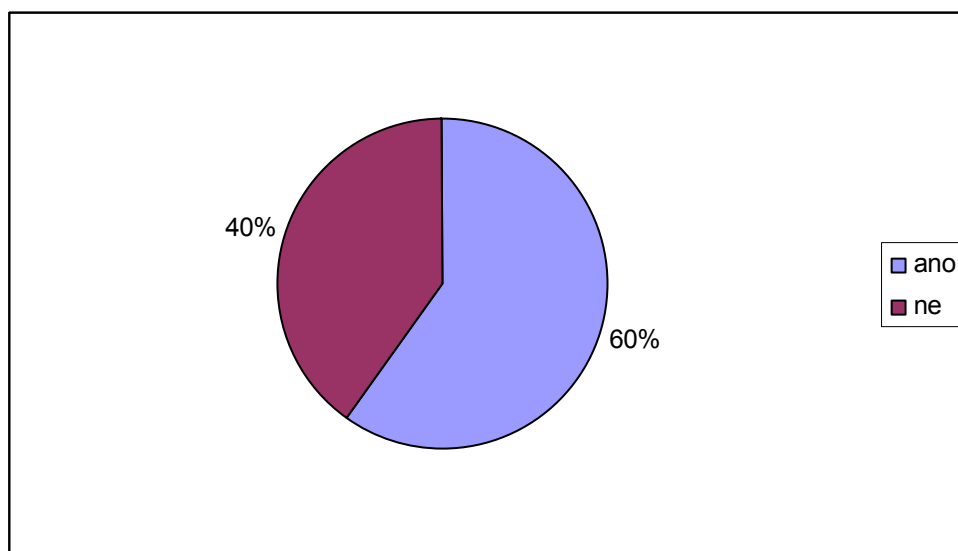
Zdroj: vlastní výzkum

Nejvíce respondentů vynaloží na nákup potravin měsíčně mezi 5 a 10 tisíci korunami. Obě hraniční hodnoty jsou ve zkoumaném vzorku velmi nízké, do 2 tisíc korun vynaloží na nákup potravin pouhá 2 % respondentů a naopak nad 10 tisíc korun měsíčně zaplatí za potraviny 4% respondentů.

9. a 10. otázka jsou zaměřeny na zjištění zájmu respondentů o biopotraviny a na to, zda se respondenti domnívají, že mají o biopotravinách dostatek informací. Z grafu 9 je patrné, že 60% dotázaných se o biopotraviny zajímá a 40% ne, z grafu 10 pak můžeme vyčíst, že 65% respondentů je podle jejich názoru o oblasti biopotravin informováno výborně až dobře. 35% dotazovaných je pak o biopotravinách informováno nedostatečně nebo vůbec.

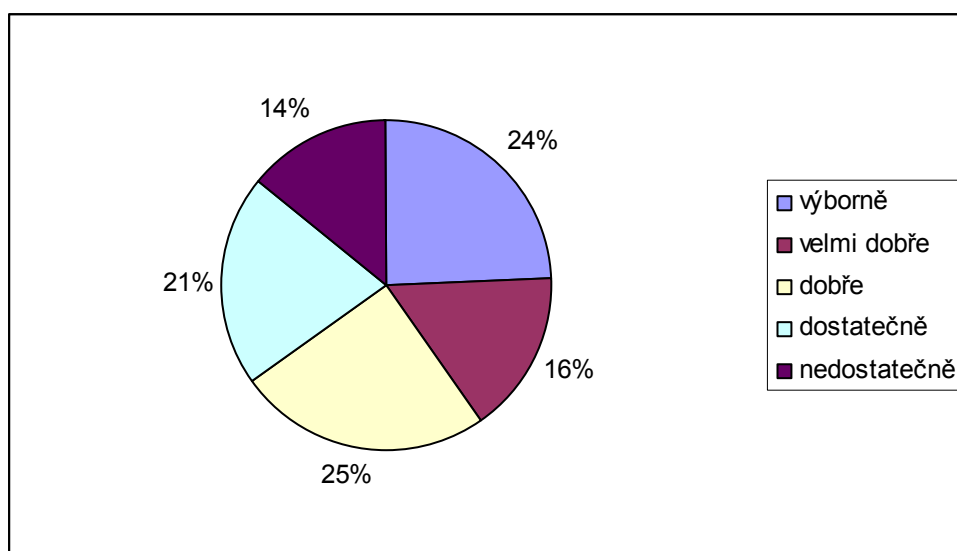
Zájem respondentů o biopotraviny zkoumá otázka č. 9. Jak ukazuje níže uvedený graf, o biopotraviny se zajímá 60% respondentů. Z grafu 13 pak vyplývá, že biopotraviny nakupuje 49% z celkového vzorku dotazovaných.

Graf 11 – procentuelní vyjádření zájmu respondentů o biopotraviny



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 12– procentuelní vyjádření informovanosti respondentů o bioproduktech

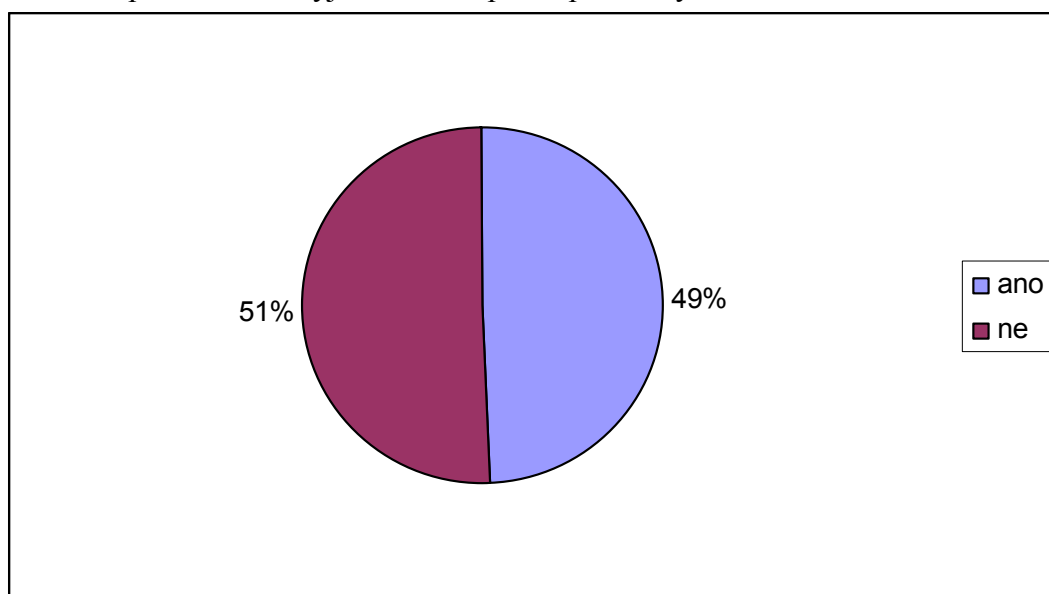


Zdroj: vlastní výzkum

11. otázka je pak polootevřená a filtrační. Podle zjištění (graf 13) 49% respondentů z celkového vzorku biopotravin nakupuje, 51% respondentů pak biopotravin nenakupuje. Jak ukazuje graf 11, o biopotravině se zajímá o 11% více dotazovaných, než je kupuje. Někteří dotazovaní tedy přestože biopotravině nekupují, zajímají se o ně. Z doplňující otázky pak bylo zjištěno, že respondenti nakupující biopotravině kupují nejčastěji tyto biopotravině (pořadí je určeno četností výskytu v dotaznících).

- ovoce a zelenina
- mléko a mléčné výrobky
- vejce
- maso
- džusy
- potraviny pro děti (dětské výživy, přesnídávky)
- pečivo

Graf 13 – procentuální vyjádření nákupu biopotravin



Zdroj: vlastní výzkum

Otázka číslo 11. tedy filtrovala respondenty kupující biopotravině, z celkového počtu 114 dotazovaných uvedlo 49%, že biopotravině kupuje. Otázky 12. – 16. tedy budou zpracované pro počet respondentů odpovídající 49% ze 114, tj. 56 respondentů. Otázky 12. – 16. se zabývají motivací spotřebitelů k nákupu biopotravin, četností místem kde

spotřebitelé biopotraviny nakupují i ekonomickou stránkou rozhodnutí nakupovat biopotraviny.

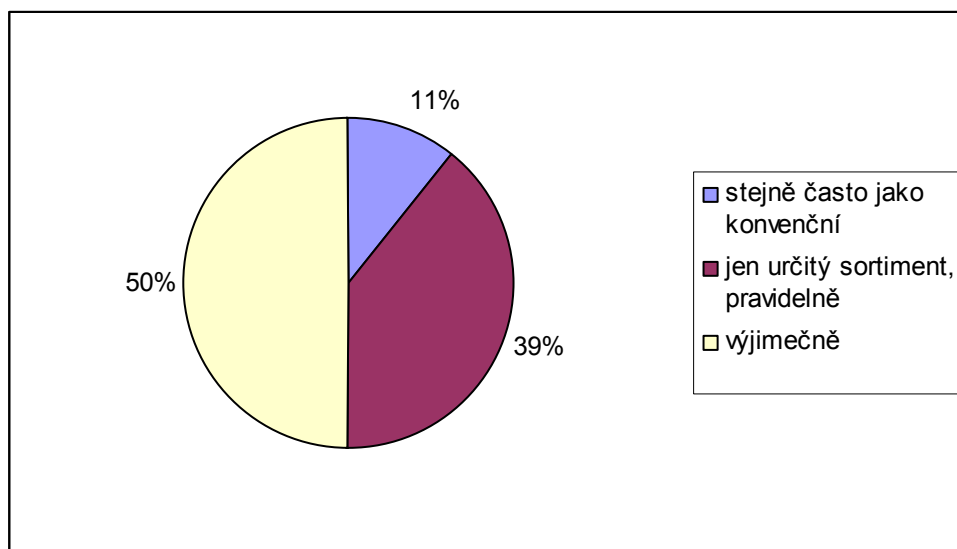
Z celkového počtu dotazovaných, kteří uvedli, že biopotraviny nakupují, jich polovina nakupuje biopotraviny jen výjimečně, nejsou tedy pravidelnými spotřebiteli, druhá polovina biopotraviny nakupuje pravidelně buď stejně často, jako potraviny konvenční, nebo jen určitý sortiment.

Tabulka 12 – četnost nákupu biopotravin

stejně často jako konvenční	6
jen určitý sortiment, pravidelně	22
výjimečně	28

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 14 – procentuální vyjádření četnosti nákupu biopotravin



Zdroj: vlastní výzkum

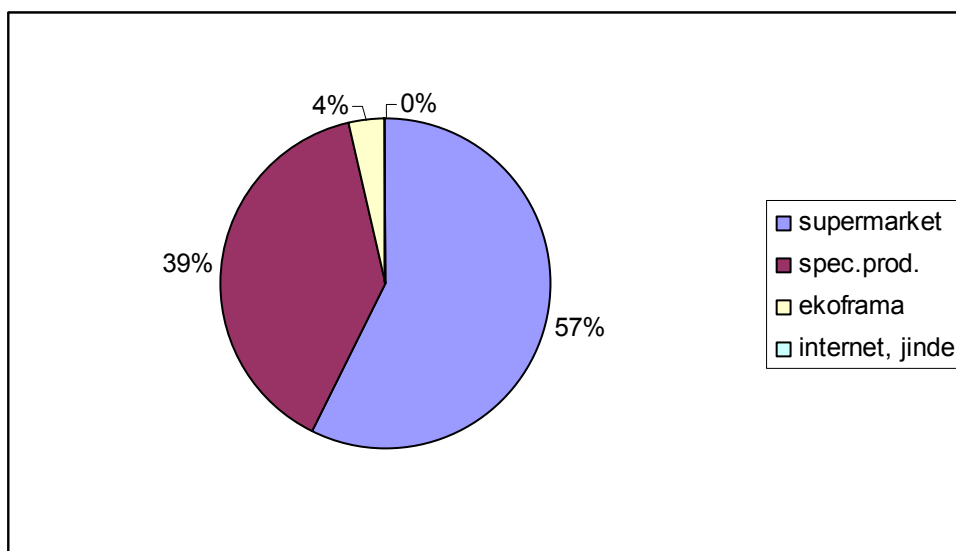
Otázka, kde spotřebitelé biopotravin nejčastěji nakupují zjišťovala, zda dávají dotazovaní přednost snazší dostupnosti biopotravin např. v supermarketech, nebo zda si vybírají specializované výrobce bioproduktů.

Tabulka 13 – místo nákupu biopotravin

supermarket	32
spec.prod.	22
ekoframa	2
internet, jinde	0

Zdroj: vlastní výzkum

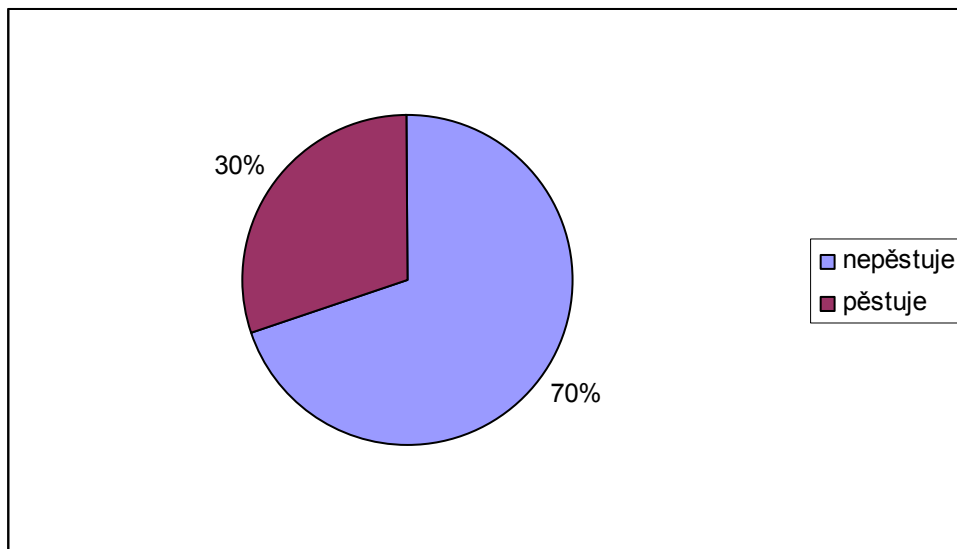
Graf 15 – percentuelní vyjádření místa nákupu biopotravin



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 15 zobrazuje místa, kde dotazovaní spotřebitelé biopotravin nejčastěji získávají. Jak je patrné, mají stále největší zastoupení velké obchodní řetězce, které jsou pro řadu lidí nejdostupnější a v současné době sortiment nabídky biopotravin neustále rozšiřují. Nejméně dotazovaných pak získává biopotravin přímo z ekofarem, což je dáno často značnou vzdáleností těchto specializovaných farem od místa bydliště respondentů. Z grafu také vyplývá, že dotazovaní nevyužívají možnosti nákupu potravin prostřednictvím internetu. Řada dotazovaných uvedla v odpovědi na otázku číslo 13 kromě místa nákupu biopotravin i to, že se biopotravinami zásobuje z vlastních zdrojů. Pro znázornění nám poslouží následující graf. Je z něj patrné, že 30% dotazovaných není závislých pouze na nákupu biopotravin, ale že se některými samozásobuje.

Graf 16 – procentuální zastoupení samovýrobců biopotravin



Zdroj: vlastní výzkum

Zaměříme-li se na motivační faktory spotřebitelů biopotravin, můžeme konstatovat, že pravděpodobně nejčastěji se bude jako motivace objevovat zdravotní nezávadnost a ekologická výroba těchto produktů. Jak ukazuje následující graf, nejsilnějším motivačním faktorem je pro spotřebitele kvalita bioproduktů (41%), dalším velmi silným motivačním prvkem při nákupu biopotravin je zájem o zdraví spotřebitelů i jejich rodin (32%). 21% spotřebitelů uvádí jako motivaci šetrnost výroby biopotravin k životnímu prostředí. Pouhá 4% spotřebitelů se řídí vzorem ze svého okolí a 2% o své motivaci nepřemýšlela.

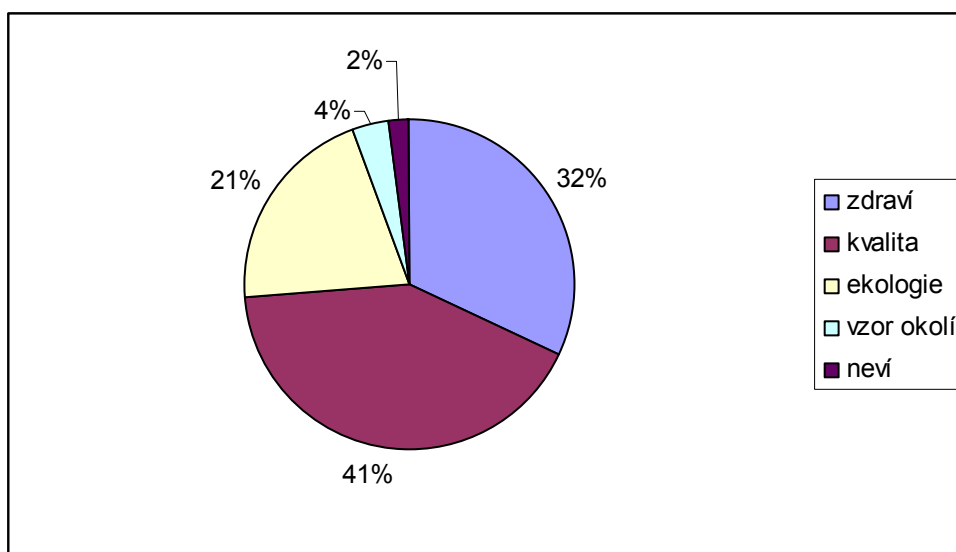
Jaké jsou důvody nákupu biopotravin zjišťuje otázka č. 14. Dotazovaní měli možnost označit až 3 odpovědi, které podle nich nejvíce odpovídají jejich motivaci při nákupu biopotravin.

Tabulka 15 – motivace spotřeby biopotravin

zdraví	34
kvalita	44
ekologie	22
vzor okolí	4
neví	2

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 17 – procentuální vyjádření motivačních faktorů spotřebitelů biopotravin



Zdroj: vlastní výzkum

Zaměříme-li se na motivační faktory spotřebitelů biopotravin, můžeme konstatovat, že nejčastěji se bude jako motivace objevovat zdravotní nezávadnost a ekologická výroba těchto produktů. Jak ukazuje následující graf, nejsilnějším motivačním faktorem je pro spotřebitele kvalita bioproduktů (41%), dalším velmi silným motivačním prvkem při nákupu biopotravin je zájem o zdraví spotřebitelů i jejich rodin (32%). 21% spotřebitelů uvádí jako motivaci šetrnost výroby biopotravin k životnímu prostředí. Pouhá 4% spotřebitelů se řídí vzorem ze svého okolí a 2% o své motivaci nepřemýšlela.

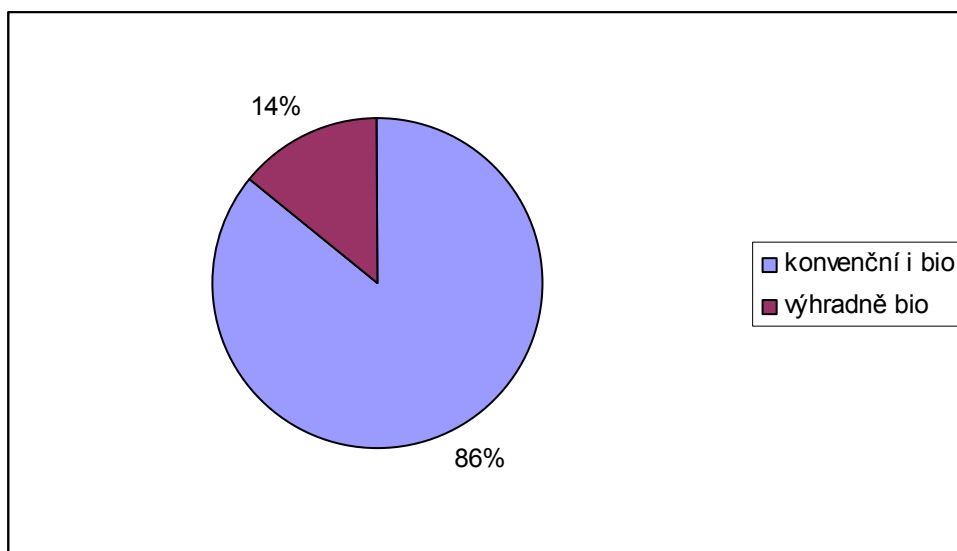
Další otázka byla směřována k tomu, zda jsou spotřebitelé, kteří biopotraviny kupují, ochotni nahradit je i potravinami konvenčními, nebo zda trvají v určitých potravinách výhradně na bio kvalitě.

Tabulka 16 – výhradně bioprodukty

konvenční i bio	48
výhradně bio	8

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 18 – procentuelní vyjádření spotřebitelů trvajících výhradně na bio kvalitě některých produktů



Zdroj: vlastní výzkum

Z výzkumu vyplývá, že 14% dotazovaných trvá na některých produktech pouze v bio kvalitě. Naproti tomu 86% respondentů je ochotno nahradit biopotraviny potravinami konvenčními, přestože přednost dává bio kvalitě. Převážná většina dotazovaných je tedy stále schopna nahradit některé bioprodukty, které používá produkty konvenčními. Tento stav je způsoben pravděpodobně i tím, že na našem trhu jsou bioprodukty a zejména některé jejich druhy, stále ještě poměrně obtížně dostupné.

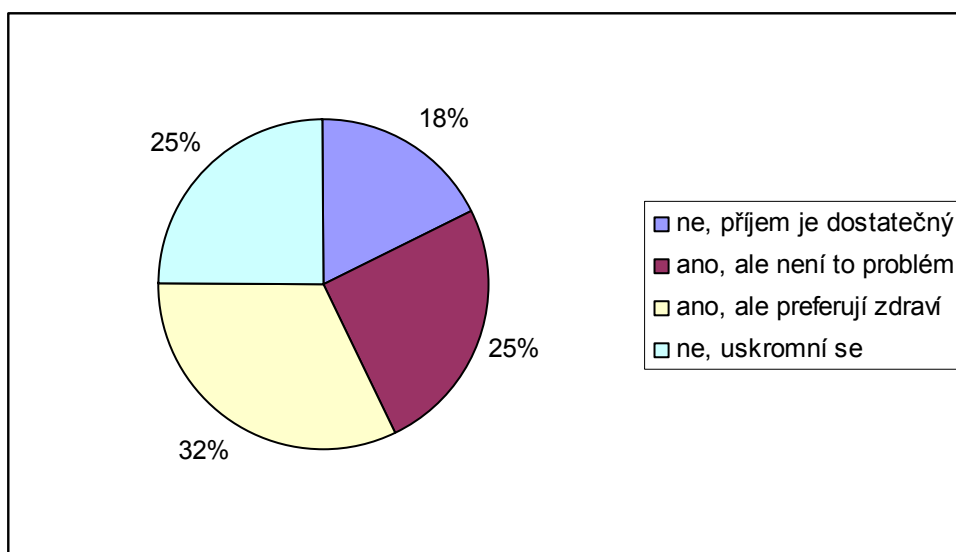
V 16. otázce spotřebitelé bioproduktů odpovídali, na otázku, zda pro ně je či není nákup biopotravin zátěží jejich rozpočtu. Kromě toho bylo otázkami zjišťováno, zda respondenti jsou či nejsou ochotni biopotraviny nakupovat i přes větší finanční zatížení, protože je to vyváženo jinými klady.

Tabulka 17 – zatížení rozpočtu domácnosti nákupem biopotravin

ne, příjem je dostatečný	10
ano, ale není to problém	14
ano, ale preferují zdraví	18
ne, uskromní se	14

Zdroj: vlastní výzkum

Graf 19 – procentuální vyjádření zátěže rozpočtu respondentů při nákupu biopotravin



Zdroj: vlastní výzkum

Z výzkumu vyplývá, že pro 57% dotazovaných je nákup biopotravin zátěží pro rozpočet, ale přesto biopotraviny kupují. Pro 25% respondentů jsou vyšší výdaje za biopotraviny, sice citelnou zátěží pro jejich rozpočet, ale tento výdaj pro ně není problém. Pro 32% je nákup biopotravin, zátěží, ale uskutečňují jej kvůli zdraví svému a své rodiny. Pro 43% dotazovaných nákup biopotravin zátěž pro rozpočet nepředstavuje, 25% je

ochotno uskomnit se v jiných oblastech, 18% respondentů má dostatečný příjem, takže nákup biopotravin nevyžaduje omezení v jiných výdajích.

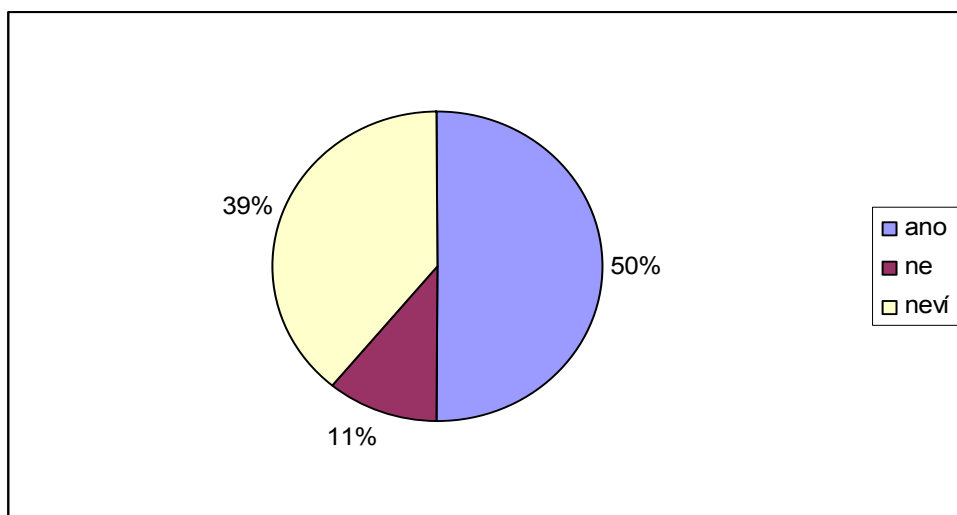
Od otázky číslo 17 opět odpovídali všichni dotazovaní, bez ohledu na to, zda jsou spotřebiteli bioproduktů či nikoliv. Jak jsem již uvedla v úvodu své práce, někteří z dotazovaných v pilotní studii uvedli, že nevěří kvalitě bioproduktů. 17. otázku jsem proto zpracovala do dvou grafů, z nichž jeden představuje názor na kvalitu biopotravin respondentů, kteří je kupují a druhý respondentů, kteří biopotraviny nekupují. Otázka zněla, zda je, podle respondentů, kvalitativní rozdíl mezi konvenčními a biopotravinami.

Tabulka 18 – názor na kvalitu biopotravin respondentů biopotraviny kupujících i nekupujících

	kupují biopotraviny	nekupují biopotraviny
ano	28	16
ne	6	20
neví	22	22

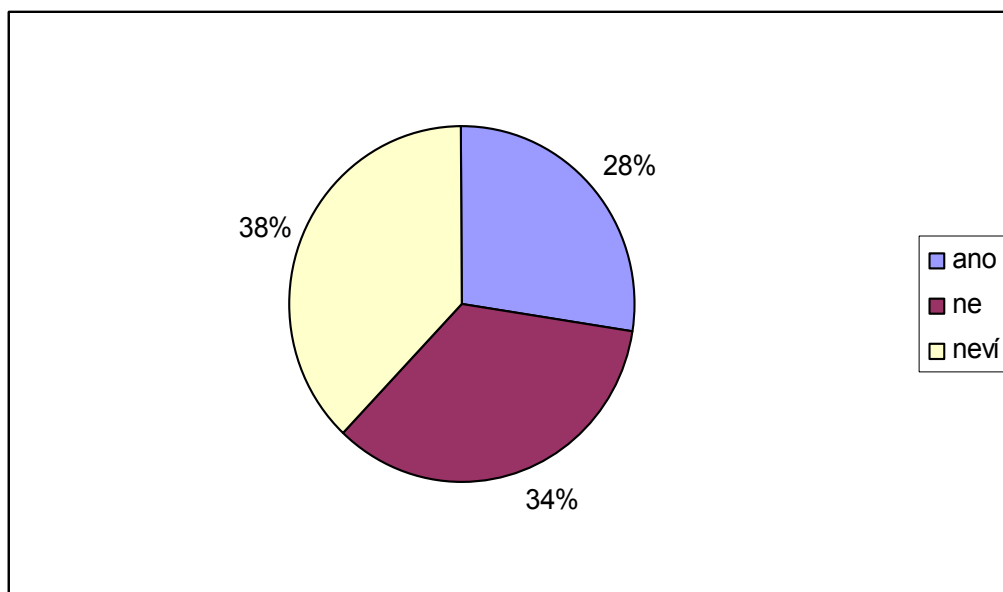
Zdroj: vlastní výzkum

Graf 20 – procentuální vyjádření názoru na kvalitu biopotravin u respondentů, kteří je kupují



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 21 – procentuální vyjádření názoru na kvalitu biopotravin u respondentů, kteří je nekupují



Zdroj: vlastní výzkum

Jak je patrné při porovnání obou grafů a tabulky, dotazovaní, kteří bioprodukty kupují jim věří v 50% případů, naopak respondenti bioprodukty nekupující jejich kvalitě důvěřují ve 28%. Respondenti kupující biopotravin jejich kvalitě pak v 11% nedůvěřují, zatímco dotazovaní, kteří bioprodukty nekupují jejich kvalitě nedůvěřují ve 34%. Velmi podobné je u obou skupin procento respondentů, kteří na kvalitu biopotravin nemají žádný názor, nevědí, zda jsou biopotravin kvalitnější či nikoliv.

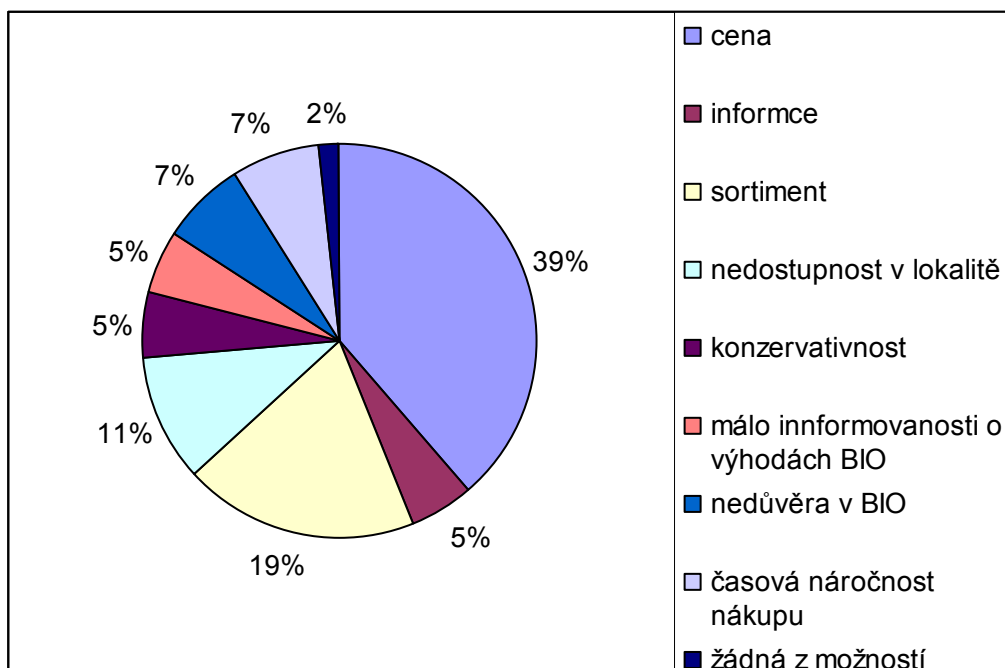
Otázka č. 18 analyzuje, co je pro respondenty největší překážkou při nákupu biopotravin, přičemž vzorek dotazovaných bude rozdělen na respondenty biopotravin kupující a nekupující. Dotazovaní měli opět možnost výběru nejvíce třech možností, které nejlépe definují jejich názor.

Tabulka 19 – překážky při nákupu biopotravin

	kupují biopotraviny	nekupují biopotraviny
cena	22	30
informace	3	4
sortiment	11	10
nedostupnost v lokalitě	6	8
konzervativnost	3	8
málo informovanosti o výhodách bio	3	8
nedůvěra v BIO	4	22
časová náročnost nákupu	4	6
žádná z možností	1	8

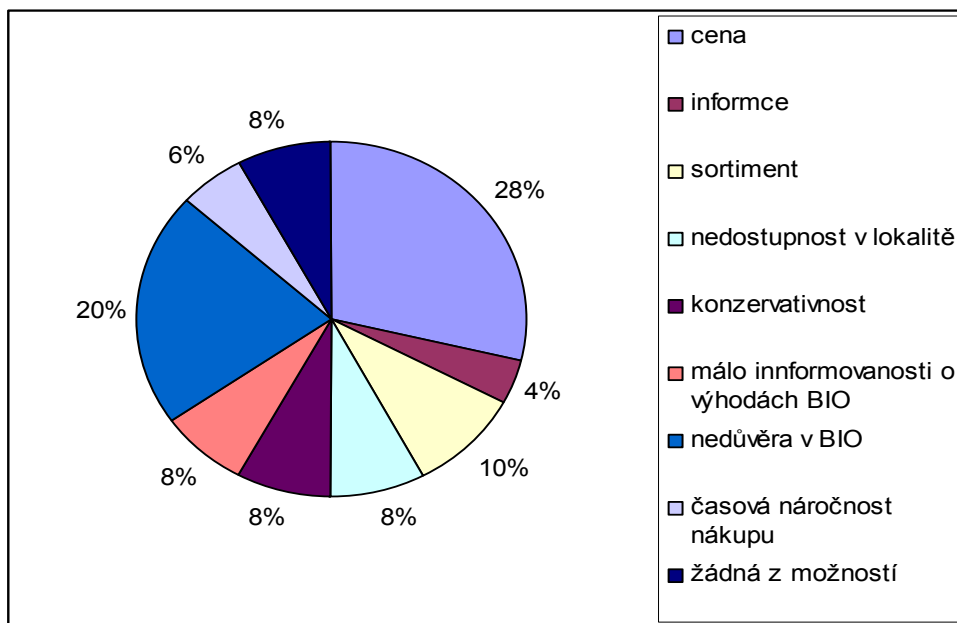
Zdroj: vlastní výzkum

Graf 22 – procentuální vyjádření překážek – respondenti kupující biopotraviny



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 23 – procentuální vyjádření překážek – respondenti nekupující biopotraviny



Zdroj: vlastní výzkum

Při porovnání obou grafů lze pozorovat, že pro obě skupiny respondentů je největší překážkou při nákupu biopotravin jejich vyšší cena, jako jednu z překážek to uvedlo 39% resp. 28% dotázaných. U respondentů kupujících biopotraviny je jako druhá nejčastější překážka (19%) uveden malý sortiment zboží s označením bio, dotazovaní nekupující biopotraviny jako druhou nejčastější překážku jejich nákupu uvádí nedůvěru v biopotraviny (20%). Nedůvěra jako překážka při nákupu biopotravin je uváděna pouze u 7% dotazovaných, kteří biopotraviny kupují. Shodné u obou skupin je názor na informovanost o biopotravinách (5%, resp. 4%) i o informovanosti o výhodách biopotravin (5%, resp. 8%). Na nedostupnost biopotravin v místě bydliště si stěžuje 11% resp. 8% dotazovaných. Velmi podobný je také názor na časovou náročnost nákupu biopotravin (7%, resp. 6%). Některé potraviny lze získat ve velkých nákupních řetězcích jiné naopak pouze ve specializovaných prodejnách. Nakoupit celý sortiment potravin, které dotazovaný potřebuje, vyžaduje proto více času, než nákup konvenčních potravin, který lze obvykle uskutečnit na jednom místě. 5% resp. 8% dotazovaných uvádí jako překážku nákupu biopotravin svou konzervativnost, nechuť vzdát se oblíbených značek konvenčních potravin.

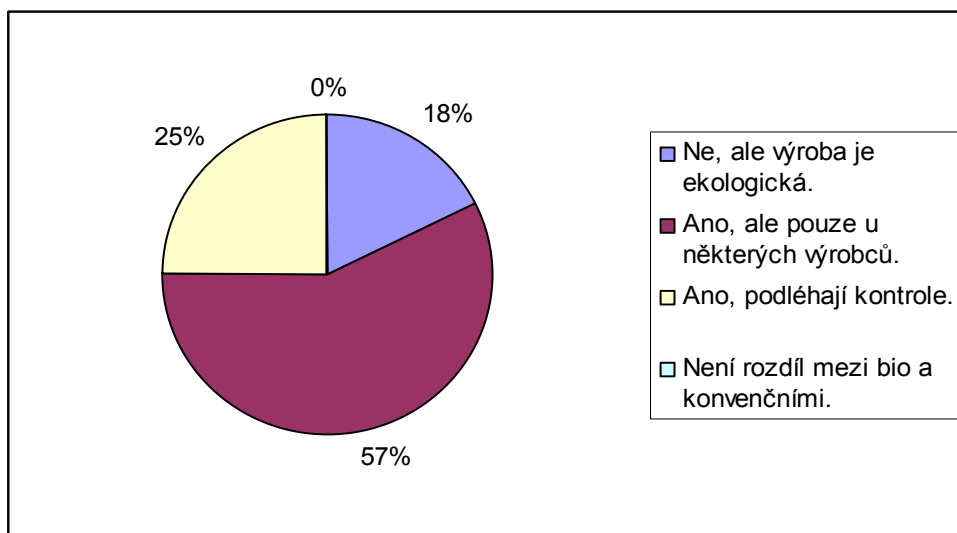
19. otázka dotazníku se zaměřila na názor respondentů na výrobu a zdravotní nezávadnost bioproduktů. I u této otázky zobrazím zvlášť názory respondentů kupujících a nekupujících biopotraviny. Otázka zněla, zda se respondent domnívá, že jsou biopotraviny zdravější než potraviny konvenční.

Tabulka 20 – biopotraviny jsou zdravější – názor dotazovaných

	kupují biopotraviny	nekupují biopotraviny
Ne, ale výroba je ekologická	10	20
Ano, ale pouze u některých výrobců	32	20
Ano, podléhají kontrole	14	4
Není rozdíl	0	14

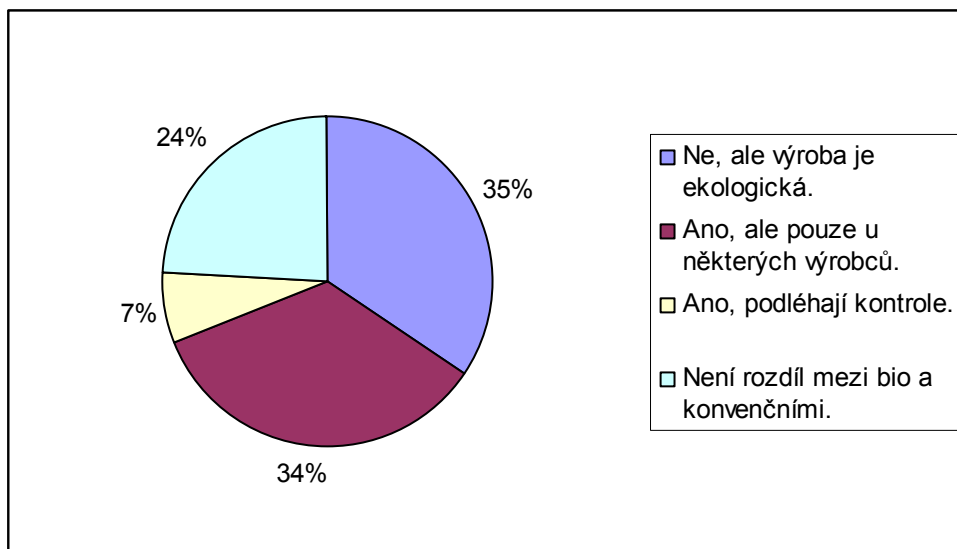
Zdroj: vlastní výzkum

Graf 24– respondenti kupující biopotraviny – názor



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 25 – respondenti nekupující biopotraviny – názor



Zdroj: vlastní výzkum

Názor, že biopotraviny nejsou zdravější než potraviny konvenční zastává 18% respondentů kupujících biopotraviny. U dotazovaných, kteří biopotraviny nekupují tento názor zastává 35%. Jen určitým výrobcům naopak důvěřuje 57% dotazovaných, kteří kupují biopotraviny. To, že jsou biopotraviny zdravější pouze u některých výrobců si myslí

34% dotazovaných, kteří biopotraviny nekupují. Důsledné kontrole biopotravin věří jedna čtvrtina dotazovaných, kteří biopotraviny kupují. Naproti tomu jen 7% respondentů, kteří biopotraviny nekupují, věří kontrole výroby biopotravin. Překvapivě jedna čtvrtina obou dotazovaných skupin nepředpokládá mezi biopotravinami a konvenčními potravinami žádný rozdíl (24%, resp. 25%).

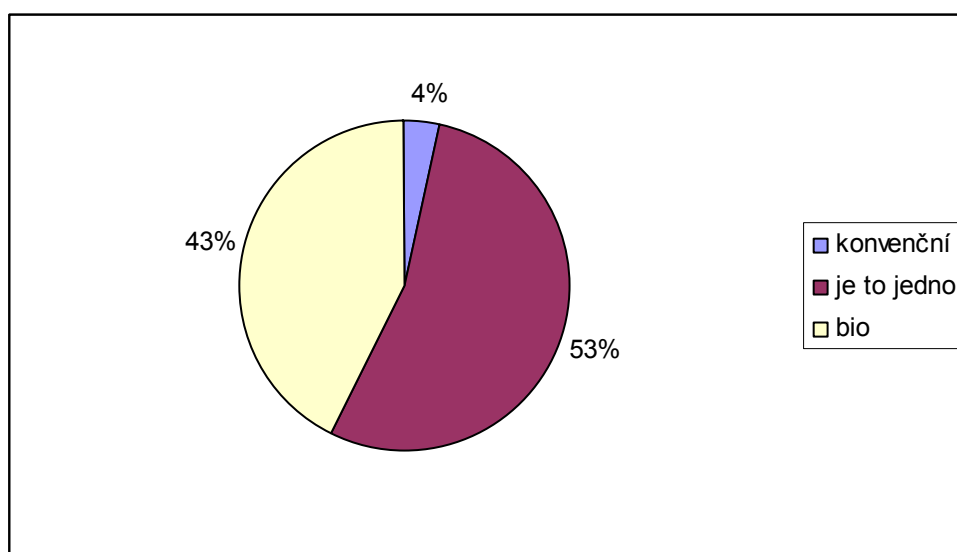
I vyhodnocení poslední otázky bude rozděleno na dvě skupiny podle toho, zda respondenti biopotraviny kupují nebo nekupují. Otázka zjišťuje, zda respondenti při stejné ceně bioprojektu (tato překážka byla vyhodnocena jako nejčastěji se vyskytující v obou skupinách dotazovaných) upřednostní konvenční produkt, bioprojekt, nebo zda výběru nepřikládají důležitost.

Tabulka 21– vztah ceny preferencí produktů

	kupují biopotraviny	nekupují biopotraviny
konvenční	2	6
je to jedno	30	48
bio	24	4

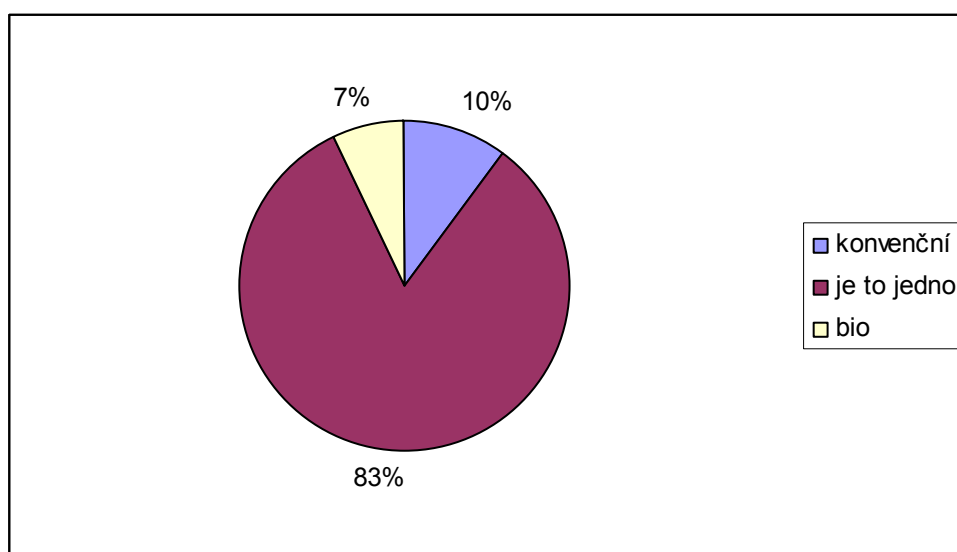
Zdroj: vlastní výzkum

Graf 26– preference produktů – respondenti kupující biopotraviny



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 27– preference produktů – respondenti nekupující biopotraviny



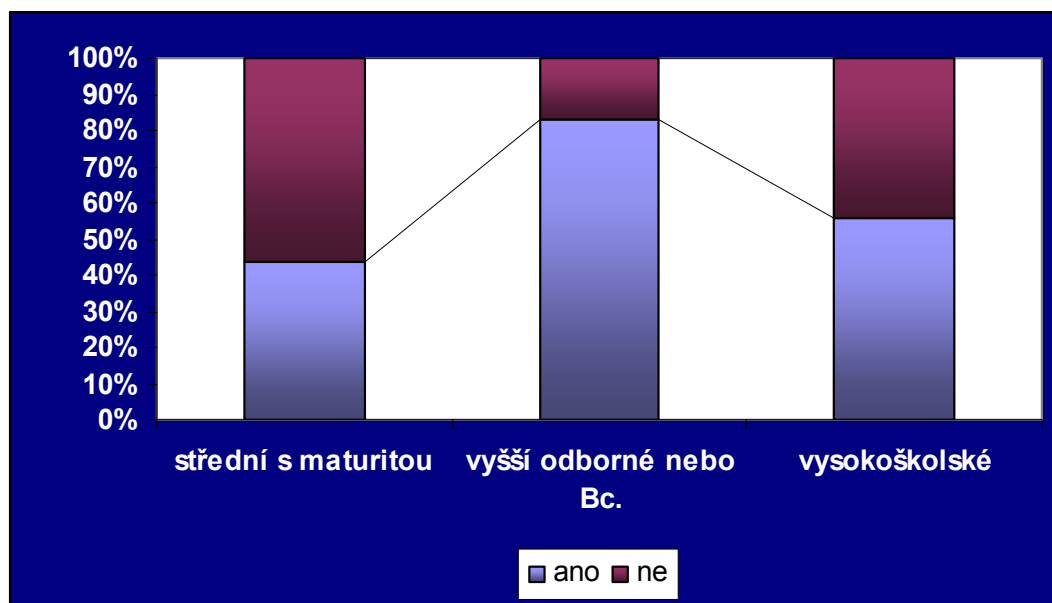
Zdroj: vlastní výzkum

Z výzkumu je patrné, že konvenční potraviny by upřednostnilo 10% respondentů, kteří biopotraviny nekupují. 4% dotazovaných, kteří biopotraviny kupují by se rozhodlo pro produkt konvenční, pokud by to byla jejich oblíbená značka. Zda je produkt v bio kvalitě či nikoliv by nemělo vliv na rozhodování 53%, resp. 83% dotazovaných. 43% respondentů, kteří již biopotraviny kupují, by rádo kupovalo pouze bioprodukty, pokud by jejich cena byla srovnatelná s produkty konvenčními, to samé kritérium by k nákupu výhradně biopotravin přesvědčilo 7% respondentů, kteří biopotraviny dosud nekupují.

5.2 Otázky 2 a 11

Jaký má vliv dosažené vzdělání na rozhodnutí nakupovat biopotraviny je uvedeno v této kapitole. Do této části výzkumu byli zařazeni pouze respondenti s vyšším než středním odborným vzděláním bez maturity, neboť jak je patrné z Grafu 3, respondentů vyučených byla ve výzkumném vzorku jen 2% a respondent s pouze základním vzděláním se ve zkoumaném vzorku nevyskytoval žádný.

Graf 28 – procentuální vyjádření vlivu výše dosaženého vzdělání na nákupu biopotravin



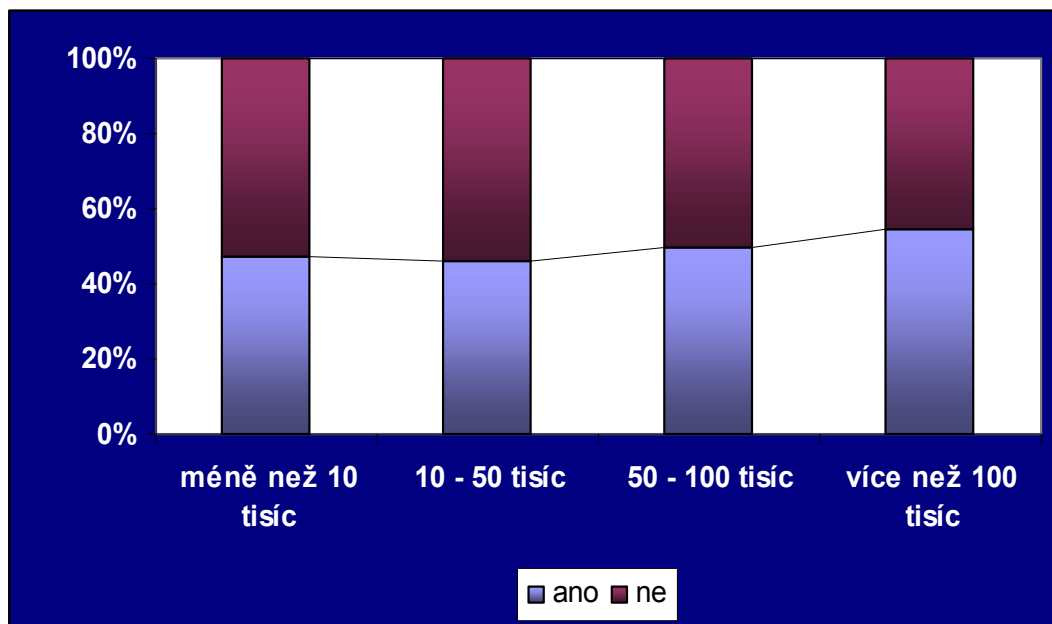
Zdroj: vlastní výzkum

Graf 28 znázorňuje poměr dosaženého vzdělání respondentů a nakupování biopotravin. Z grafu vyplývá, že u obou dvou skupin dotazovaných s vyšším nebo vyšším odborným vzděláním poměr respondentů nakupujících biopotraviny převyšuje poměr respondentů, kteří biopotraviny nenakupují. U dotazovaných s vyšším odborným nebo bakalářským vzděláním nakupuje biopotraviny 83% dotazovaných a u respondentů s vysokoškolským vzděláním tato hodnota činí 55%. U respondentů se středním vzděláním 44% biopotraviny kupuje, 56% nekupuje.

Je samozřejmé, že pokud je v grafu uvedeno ano, respondenti kupují biopotraviny, neznamená to, že tato část kupuje výhradně biopotraviny. Není zde zohledněno, zda jsou biopotraviny respondentem kupovány, běžně, pravidelně, či výjimečně.

5.3 Otázky 4 a 11

Graf 29 – procentuelní vyjádření nákupu biopotravin v závislosti na velikosti obce

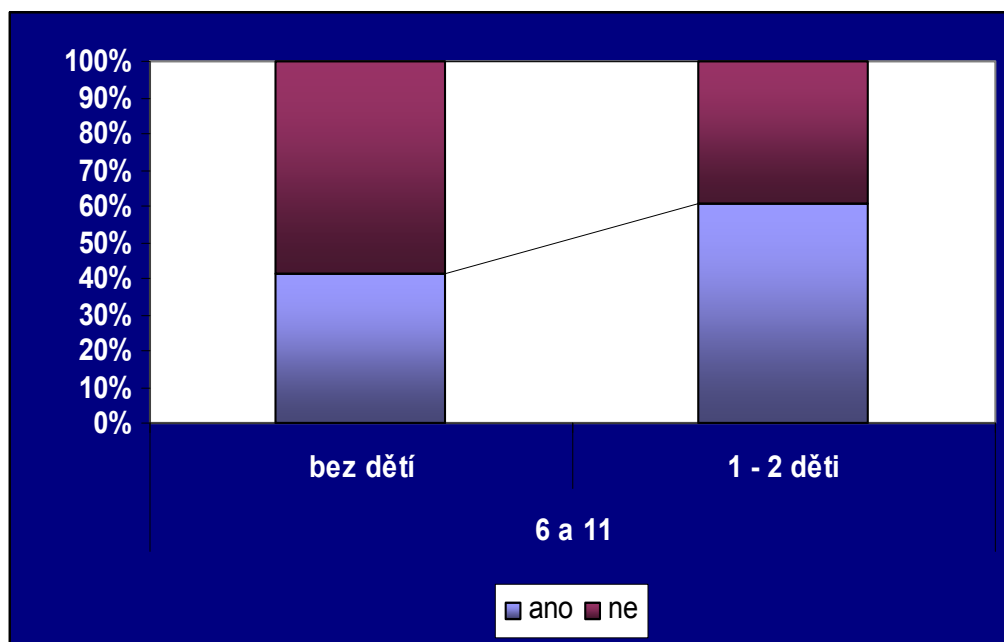


Zdroj: vlastní výzkum

Z výzkumu je patrné, že mírně větší nárůst nákupu biopotravin vidíme u obyvatel větších měst. Tento nárůst však není tak markantní, jak jsem předpokládala ve své hypotéze. Zatímco u obyvatel obcí do 50 tisíc obyvatel je procento obyvatelstva nakupující biopotraviny 47%, resp. 46%, u obyvatel žijících v sídlech nad 50 tisíc obyvatel je tento poměr 50%, resp. 54%.

5.4 Otázky 6 a 11

Graf 30 – procentuelní vyjádření nákupu biopotravin v závislosti na počtu dětí v domácnosti

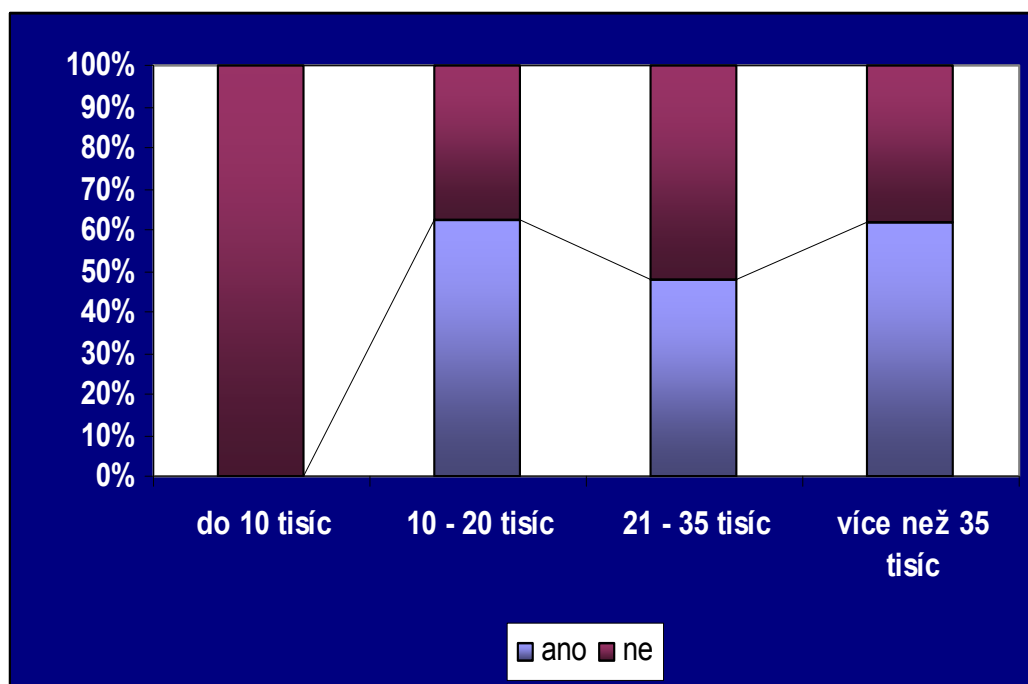


Zdroj: vlastní výzkum

Z výzkumu spotřebního chování dotazovaných v závislosti na počtu dětí v rodině vyplývá, že domácnosti bez dětí nakupují biopotraviny ve 40% případů. Naproti tomu domácnosti s dětmi biopotraviny nakupují v 60% případů. Domácnosti s dětmi se tedy snaží více dbát na zdravý životní styl a dětem zabezpečovat potraviny, o kterých jsou přesvědčeny, že jsou pro jejich zdraví prospěšnější a jejich výroba je ekologicky šetrnější a přispívají tak k udržitelnému rozvoji

5.3 Otázky 7 a 11

Graf 31 - procentuální vyjádření nákupu biopotravin v závislosti na výši příjmu domácnosti

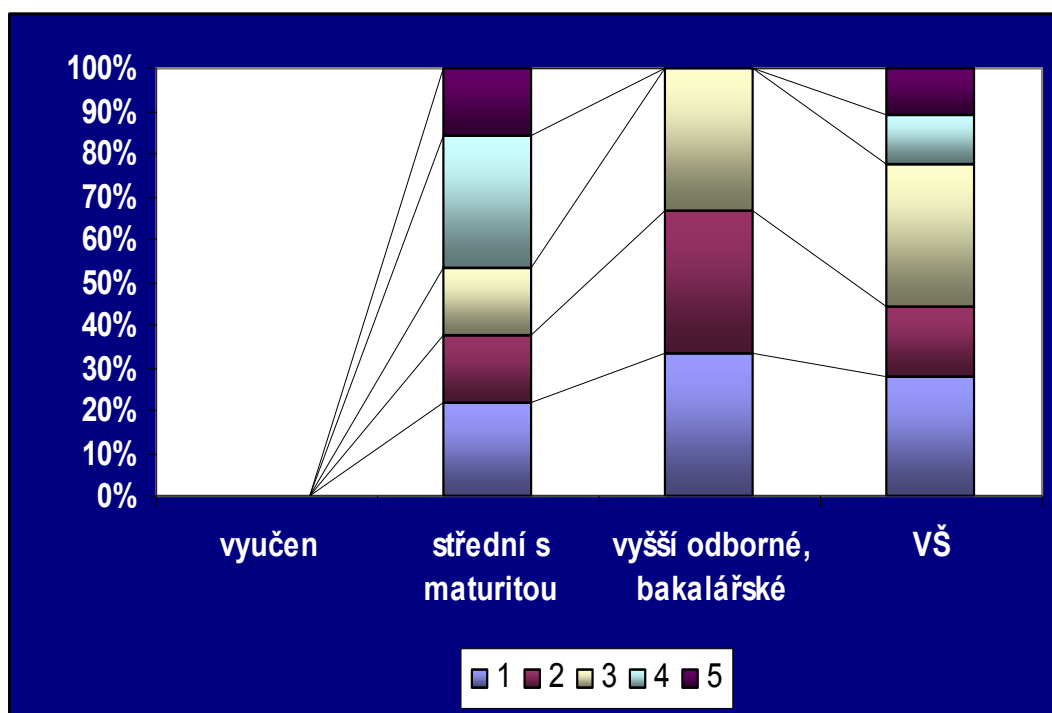


Zdroj: vlastní výzkum

Z této části mého výzkumu vyplynulo, že bioprodukty kupují nejčastěji lidé, jejichž příjem v domácnosti je v rozmezí 10 a 20 tisíci (63%). V rozmezí příjmu domácnosti, které se pohybuje mezi 21 a 35 tisíci se poměr kupujících a nekupujících respondentů mění. 48% respondentů z celkové počtu uvádí, že biopotraviny kupuje, 62 % biopotraviny nekupuje. V dalším rozmezí příjmu nad 35 tisíc se poměr opět vrací do hodnot, které jsou předpokládány hypotézou. 62% respondentů z této příjmové skupiny biopotraviny kupuje.

5.4 Otázky 2 a 10

Graf 32 – procentuelní vyjádření vzdělání respondentů a jejich povědomí o biopotravinách



Zdroj: vlastní výzkum

Graf 32 zobrazuje souvislost vzdělání respondentů s tím, jak ohodnotili své povědomí o bioproduktech. Vzhledem k nízkému počtu respondentů, kterých nejvyšším dosaženým vzděláním je vyučení, se budu zabývat jen respondenty se středoškolským, vyšším odborným a vysokoškolským vzděláním.

V následujících tabulkách je celý graf pro větší přehlednost zobrazen s hodnotami a procenty tak, jak je uvedli respondenti.:

Dotazovaní, jejichž nejvyšším dosaženým vzděláním je středoškolské zakončené maturitní zkouškou ohodnotili svou informovanost v oblasti biopotravin takto:³⁴

Tabulka 22

1	21,9%
2	15,6%
3	31,3%
4	15,6%
5	15,6%

Zdroj: vlastní výzkum

Dotazovaní s dosaženým vzděláním bakalářským či vyšším odborným jsou informováni o biopotravinách takto:

Tabulka 23

1	28,6%
2	42,8%
3	28,6%
4	0%
5	0%

Zdroj: vlastní výzkum

³⁴ Škála hodnocení byla zvolena jako ve škole 1 – 5, přičemž 1 znamená výborná informovanost, 5 – žádná informovanost.

Vysokoškolsky vzdělaní respondenti ohodnotili svoje znalosti z oblasti biopotravin následujícím způsobem:

Tabulka 24

1	30%
2	15%
3	35%
4	10%
5	10%

Zdroj: vlastní výzkum

Z uvedeného grafu i tabulek vyplývá, že respondenti se středním vzděláním se cítí být informováni výborně až dobře v 68,8% případů. Dotazovaní s vyšším odborným a bakalářským vzděláním jsou výborně až dobře informováni ze 100%, nikdo z dotázaných nevedl, že by byl nedostatečně informován. A vysokoškolsky vzdělaní respondenti ohodnotili množství svých informací o biopotravinách z 80% jako výborné až dobré. Neinformováno nebo velmi málo informováno se cítí pouze 20%.

Diskuze

Dotazník použitý k šetření je sestaven ze tří částí. První část, tedy otázky 1 – 8, jsou otázky identifikační. Otázky 9 a 10 zjišťují zájem respondentů o biopotraviny. 11. otázka je otázkou filtrační. Respondenti, kteří na ní odpověděli záporně pokračovali až otázkou číslo 17. Respondenti odpovídající kladně byli požádáni o upřesnění, které biopotraviny nejčastěji kupují. Otázky 12 – 16 pak byly určeny pouze pro respondenty, kteří biopotraviny kupují. Jsou zde tázáni na četnost nákupů biopotravin, na místo, kde biopotraviny nakupují, na důvěru v bioprodukty či na motivaci a ekonomickou stránku nákupu biopotravin. Na otázky 17 – 20 pak opět odpovídají obě skupiny z respondentů. Jejich odpovědi jsou však zpracovávány a analyzovány odděleně. Následné porovnávání výsledků obou skupin pak slouží k interpretaci poznatků o překážkách, kvalitě a ceně biopotravin z pohledu jednotlivých skupin respondentů.

H1: Biopotraviny kupují častěji ženy než muži

Protože návratnost dotazníků byla podstatně větší u mužů, než u žen (Graf 2), nebyli respondenti muži zařazeni do dalšího výzkumu, aby nedocházelo ke zkreslování výsledků. Již samotná návratnost dotazníků a tím ochota mužů odpovídat na dotazy týkajících se biopotravin mi však potvrdila mou hypotézu 1, tedy že biopotraviny kupují častěji ženy, než muži.

H2: Biopotraviny kupují lidé více s vyšším dosaženým vzděláním.

Z vybraného vzorku respondentů kupuje potraviny 44% dotázaných, kteří dosáhli středoškolského vzdělání. 83% dotázaných respondentů s vyšším odborným nebo bakalářským vzděláním také kupuje biopotraviny a u vysokoškolsky vzdělaných respondentů činí poměr nakupování biopotravin 55% : 45%.

Uvedené údaje potvrzují mou hypotézu, že biopotraviny kupují více lidé s vyšším dosaženým vzděláním.

H3: Biopotraviny kupují více lidé, s nimiž žijí v domácnosti děti.

Z Grafu 30 je patrné, že biopotraviny kupují především domácnosti, ve který se nachází jedno nebo dvě děti. Žádný účastník výzkumu neuvedl, že by počet dětí v jeho domácnosti byl vyšší než 2. Rozložení bezdětných a „dětských“ domácností bylo naproti tomu v mém výzkumu téměř ideální. Mohu proto konstatovat, že biopotraviny kupují lidé, v jejichž domácnosti žijí děti, poměr rozložení odpovědí však není tak markantní, jak jsem v počátku výzkumu přepokládala.

H4: Biopotraviny kupují více lidé žijící ve větších městech.

Tato hypotéza se potvrdila jen částečně, neboť lidé ve větších městech sice podle výsledků výzkumu kupují biopotraviny častěji, ale rozdíl mezi první a poslední hodnotou není tak markantní, jak bylo předpokládáno na začátku výzkumu.

H5: Biopotraviny jsou nakupovány zejména ve velkých obchodních střediscích specializovaných odděleních.

Z celkového počtu dotazovaných, kteří uvedli, že biopotraviny nakupují jich 50% nakupuje bioprodukty často nebo pravidelně a 50% jen výjimečně. Nejčastěji uváděli respondenti jako místo nákupu biopotravin velká obchodní střediska, na druhém místě specializované prodejny. Hypotéza 5 se tedy potvrdila. Nezanedbatelné množství respondentů však uvádělo jako zdroj bioproduktů samovýrobu.

H6: Výše měsíčního příjmu domácnosti má vliv na nákup biopotraviny. Pokud se však lidé rozhodnou kupovat biopotraviny, jsou připraveni šetřit v jiných oblastech.

Hypotéza 6 byla potvrzena jen částečně. Jak je patrné z Grafu 31, více nakupují biopotraviny respondenti s příjmem 10 – 20 tisíc korun měsíčně a pak respondenti s příjmem nad 35 tisíc korun měsíčně. Naopak u respondentů s průměrným měsíčním příjmem domácnosti mezi 21 a 35 tisíci jsem zaznamenala pokles v procentuálním vyjádření nákupu biopotravin.

Z další části výzkumu (Graf 19) vyplynulo, že rozložení respondentů pro něž nákup biopotravin znamená a neznamená zátěž rozpočtu je zhruba rovnoměrný, největší část respondentů uvedla, že nákup biopotravin znamená pro rozpočet domácnosti zátěž, ale jejich preferenční hodnotou je zdraví jejich rodiny i jich samotných. Shodně čtvrtina respondentů uvedla, že pro ně znamená nákup biopotravin zátěž, ne však problém nebo že jsou schopni se kvůli nákupu biopotravin uskromnit v jiných oblastech. Nejméně respondentů uvedlo, že nákup biopotravin jejich rozpočet neovlivňuje, protože jejich příjem je dostatečný.

H7: Důvěra lidí ve značku BIO je v daném regionu vysoká.

Z Grafů 24 a 25 vyplývá, že důvěra lidí v biopotraviny je vysoká, ale vázána pouze na některé značky a výrobce. Hypotéza 7 tedy byla potvrzena jen částečně.

H8: Motivačními faktory pro nákup biopotravin jsou zejména snaha o zdravý životní styl a ochrana životního prostředí.

Pro respondenty jsou hlavními motivačními faktory tyto okolnosti (v pořadí podle počtu preferencí):³⁵

- Biopotraviny jsou kvalitnější než potraviny konvenční.
- Biopotraviny jsou zdravější pro mne (mou rodinu).
- Výroba biopotravin je šetrná k životnímu prostředí.

Hypotézu 8 se tedy podařilo potvrdit, neboť první dvě preference můžeme zahrnout do zdravého životního stylu a třetí preference zcela odpovídá hypotéze.

³⁵ Graf 17

H9: Lidé používající potraviny BIO si je v daném regionu často produkuje sami.

Jak ukazuje Graf 16, 70% dotázaných, kteří bioprodukty kupují si je zároveň sami produkuje. Tato hypotéza se tedy potvrdila.

Závěr

Cílem mé diplomové práce byla analýza spotřebního chování obyvatel a sociální souvislosti spotřeby biopotravin. V teoretické části práce jsem se zabývala nejprve vymezením pojmů vztahujících se k biopotravinám a k ekologickému zemědělství. Dále jsem se stručně věnovala zmapování ekologické produkce biopotravin v zemích Evropské unie i v České republice.

Praktická část mé práce je zaměřena na výzkum spotřebitelského chování vybraného vzorku respondentů ve vztahu k biopotravinám.

Většina stanovených hypotéz se v průběhu výzkumu buď částečně nebo zcela potvrdila.

Ženy kupují biopotraviny častěji než muži (tato hypotéza byla výzkumem potvrzena jen nepřímo, vzhledem k nízkému zájmu dotazovaných mužů o vyplnění dotazníku).

Přestože některé obecné hypotézy vyplývající z předešlých výzkumů tvrdí, že biopotraviny kupují častěji lidé s vyšším dosaženým vzděláním, můj výzkum tuto hypotézu potvrdil jen částečně. Neměla jsem k dispozici dostatečně velký vzorek respondentů s nižším vzděláním (základní, vyučen) a i u výběru respondentů se středním a vyšším vzděláním se hypotéza potvrdila jen v některých směrech. Podle mého názoru to může být způsobeno tím, že si lidé stále více uvědomují hodnotu svého zdraví a již nejen vzdělanější lidé na toto hledisko kladou značný důraz.

Ani hypotéza, že by domácnosti, ve kterých žijí děti kupovaly biopotraviny častěji se zcela nepotvrdila. Lidé žijící v domácnosti s dítětem či dětmi sice nakupují biopotraviny častěji, rozdíl však, jak jsem již uvedla v diskuzi, není tak markantní, jak jsem předpokládala. Z tohoto faktu opět vyplývá můj předpoklad, že hodnota zdraví se pro lidi stává stále více prioritou.

Nejčastěji lidé kupují biopotraviny ve velkých obchodních centrech, to je způsobeno jejich nejsnazší dostupností i tím, že jsou zde k dispozici i konvenční potraviny. Žádný z účastníků výzkumu totiž nekupuje výhradně biopotraviny, ale většina účastníků uváděla jako překážku při nákupu biopotravin jejich nedostupnost v místě bydliště či jejich úzký sortiment v určitých obchodech a tím i časovou náročnost při obstarávání různých druhů biopotravin. Nakupování biopotravin přímo na biofarmách je stále ještě pro většinu respondentů nedostupné, ať už z hlediska malé informovanosti o možnostech získávání těchto bioproduktů, nebo také z hlediska horší dostupnosti biofarem z místa bydliště respondentů.

Zajímavostí je, že 70% respondentů, kteří pravidelně kupují biopotraviny uvedlo, že se také samo podílí na jejich produkci pro svou potřebu, toto samozásobování však neuvedli jako samostatný zdroj biopotravin, ale jako doplněk k nákupu.

Shrnu-li výsledky mého výzkumu, mohu říci, že všechny mé hypotézy byly zcela nebo částečně potvrzeny. Během výzkumu se mi také potvrdilo, že stále více lidí používá biopotraviny jako běžnou součást svého jídelníčku a že se tedy snad začínají opět dostávat do popředí hodnoty jako jsou lidské zdraví či zdravé životní prostředí.

Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje:

CAMMARATA, A. *Společná zemědělská politika, zemědělství a životní prostředí*. Praha: Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, 1998. ISBN 80-85898-73-X.

ČERVENKA, J., KOLÁŘOVÁ, K. *Biopotraviny*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005. ISBN 80-213-1404-4.

DITTRICHOVÁ, Šárka ; HEŘMANSKÁ, Ivana; ROZSYPAL, Roman. *Lištičky na vinici : Program rozvoje venkova a příčiny stagnace bioprodukce*. Vyd.1. Praha : Galén, 2008. 263 s. ISBN 978-80-7262-571-0.

HUDEČKOVÁ, H. a kol. *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2001. ISBN 80-213-0791-9.

JEDLIČKA, J. *Společná zemědělská politika EU*. Praha: EU Office, 2004.

KONEČNÝ, M., KOPECKÝ, V., MATOUŠEK, L. *Ekologické dopady Společné zemědělské politiky v vstup do EU v českém zemědělství*. Brno: Hnutí DUHA, 2004. ISBN 80-86834-07-7.

MOUDRÝ, J., PRUGAR, J. *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, 2001. ISBN 80-7040-526-0.

NEUERBURG, W., PADEL, S. *Ekologické zemědělství v praxi*. Praha: Nadace pro organické zemědělství FOA. Ministerstvo zemědělství ČR, 1994. ISBN 978-80-903583-0-0.

Ročenka ekologického zemědělství v České republice. Ministerstvo zemědělství. : Bioinstitut, 2010. 44 s. ISBN 978-80-7084-927-9.

ŠARAPATKA, B., URBAN, J. a kol. *Ekologické zemědělství v praxi, II. díl*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, 2005. ISBN 80-903583-0-6.

ŠÁNOVÁ, P. *Cvičení z biopotravin*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2006. ISBN 80-213-1460-5.

Typicky české biopotraviny. Konference k politice kvality zemědělských produktů a potravin (QPC). Zdroj: Ministerstvo zemědělství ČR.

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

VÁCLAVÍK, T. *Český trh s biopotravinami 2009*. : Green marketing, 2009. 81 s.

Elektronické zdroje:

Bio Info. *Výzkum DEMA potvrdil, že většinu nákupu biopotravin obstará 12 procent Čechů.* [online]. 2010 [cit. 2011-03-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.bio-info.cz/zpravy/vyzkum-dema-potvrdil-ze-vetsinu-nakupu-biopotravin-obstara>>.

Co je ekologické zemědělství a jak se liší od konvenčního. [online], [cit. 1.9.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.pro-bio.cz/bioakademie2005/danube/4.htm#21>

Ekologické zemědělství, [online], [cit. 6.9.2010]. Dostupné na WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/Ekologick%C3%A9_zem%C4%9Bd%C4%9Bstv%C3%AD

Global organic farming statistics and news. [online],[cit. 1.2.2011]. Dostupné na WWW: <http://www.organic-world.net/470.html>

HOZÁKOVÁ, J. *Konvenční zemědělství.* [online],[cit. 1.9.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.bioplanet.cz/blog/konvencni-zemedelstvi/>

Reformy Společné zemědělské politiky, [online], [cit. 5.9.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.euractiv.cz/zemedelstvi0/link-dossier/reformy-spolen-zemdlsk-politiky>

Spotřeba biopotravin loni vzrostla o dvě pětiny. [online], [cit. 6.9.2010]. Dostupné na WWW: <http://www.pro-bio.cz/cms/clanek/21201/spotreba-biopotravin-loni-vzrostla-o-dve-petiny>

Statistiken zum Biolandbaum. [online],[cit. 21.1.2011]. Dostupné na WWW: <http://www.organic-world.net/470.html>

Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2009 [online],[cit. 1.12.2010].Dostupné na WWW: http://eagri.cz/public/web/file/48172/statistika_zakladni_31_12_2009.pdf

Přílohy

Příloha 1

DOTAZNÍK

Vážená paní, vážený pane,

dovolte mi, abych Vás požádat o vyplnění následujícího dotazníku. Dotazník slouží k výzkumu v oblasti biopotravin, který je součástí mé diplomové práce. Údaje, které uvedete budou považovány za důvěrné a nebudou poskytnuty třetí osobě, ani žádné firmě ke komerčním ani jiným účelům. Vyplněný dotazník prosím odešlete zpět na e-mailovou adresu, ze které jste dotazník obdržel/a. Mnohokrát Vám děkuji za čas, který vyplnění věnujete.

Bc. Ivana Galbačová

Při vyplňování a vrácení dotazníku postupujete takto:

- uložte dotazník do Vašeho počítače
- dotazník vyplňte a uložte změny
- přidejte vyplněný dotazník z Vašeho počítače jako přílohu k e-mailu a odešlete

1. Uveďte, prosím, rok Vašeho narození.....

V následujících otázkách označte odpověď **X**.

2. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

základní	
vyučen/a	
střední s maturitou	
vyšší odborné nebo bakalářské	
vysokoškolské	

3. Jste:

muž	
žena	

4. Žijete v obci, která má:

Méně než 10 tisíc obyvatel	
10 – 50 tisíc obyvatel	
50 – 100 tisíc obyvatel	
více než 100 tisíc obyvatel	

5. V současnosti je Váš pracovní poměr:

zaměstnanec	
podnikatel	
mateřská dovolená	
důchodce	
nezaměstnaný	
jiný	

6. Počet dětí do 18 let ve Vaší domácnosti je:

0	
1 nebo 2	
více než 2	

7. Čistý měsíční příjem celé Vaší domácnosti je:

do 10.000 Kč	
10.000 – 20.000 Kč	
21.000 – 35.000 Kč	
nad 35.000 Kč	

8. Na nákup potravin vynaložíte měsíčně:

do 2.000 Kč	
do 5.000 Kč	
do 10.000 Kč	
nad 10.000 Kč	

9. Zajímáte se o ekologické zemědělství a BIO produkty?

ano	
ne	

10. Na škále od 1 do 5 vyberte, jaká je podle Vás Vaše informovanost o BIO produktech. (1 – jsem informován/a výborně.....5 – nemám žádné informace)

1	
2	
3	
4	
5	

11. Kupujete BIO produkty?

ano	
ne (pokračujete, prosím, až otázkou č. 17)	

Pokud ano,

které?.....

12. BIO produkty nakupují:

stejně často, jako konvenční	
kupují jen určitý sortiment, ale pravidelně	
výjimečně	

13. Kde BIO produkty nejčastěji kupujete?

velké obchodní řetězce	
specializované prodejny	
přímo z ekofaremu	
internet	
jinde	
pěstují si je sám/sama	

14. Co je pro Vás motivačním faktorem ke spotřebě BIO produktů? (vyberte, prosím, nejvýše 3 odpovědi, které podle Vás nejvíce odpovídají Vaší motivaci)

Jsou prospěšnější zdraví mému i mé rodiny.	
Jsou kvalitnější než běžné produkty.	
Jejich výroba je šetrná k životnímu prostředí.	
Jsou využívány v mém okolí, proto je využívám také.	
Je to pro mne otázka prestiže.	
Některé BIO produkty jsou levnější než běžné (konvenční) produkty.	
Nevím, nepřemýšlel/a jsem o tom.	

15. Kupujete některé produkty výhradně BIO nebo pro Vás není problém je nahradit konvenčními ?

Některé produkty kupuji výhradně v BIO kvalitě.	
Není pro mě problém koupit konvenční produkt, ale přednost dávám BIO.	

16. Znamená pro Vás nákup BIO produktů citelnou zátěž Vašeho rozpočtu?

Ne, příjem mé domácnosti je dostatečně vysoký, mohu si to dovolit.	
Ano, ale není to pro mne problém.	
Ano, ale zdraví moje a mojí rodiny mi za to stojí.	
Ne, uskromním se v jiných výdajích.	

17. Je, podle Vás, kvalitativní rozdíl mezi běžnými (konvenčními) produkty a BIO produkty?

ano	
ne	
nevím	

18. Co je pro Vás největší překážkou při nákupu BIO produktů? (vyberte, prosím, nejvýše 3 možnosti)

vyšší cena	
nedostatek informací	
úzký sortiment	
nedostupnost BIO produktů v místě, kde žiji	
necht' opustit oblíbené značky konvenčních (běžných) produktů	
malá informovanost o výhodách BIO produktů	
nedůvěra v produkty označené BIO	
musím nákupu BIO produktů věnovat více času (musím navštívit více obchodů, abych sehnal/a všechny produkty, které potřebuji)	
žádná z těchto možností	

19. Domníváte se, že jsou BIO produkty zdravější než běžné (konvenční) produkty?

Ne, ale jejich výroba je šetrnější k životnímu prostředí.	
Ano, ale pouze produkty některé výrobců.	
Ano, ekoprodukce je u nás kontrolována a produkty jsou zdravější.	
Není rozdíl mezi BIO a konvenčními produkty.	

20. Pokud je cena konvenčního a BIO produktu stejného druhu zboží stejná, koupím:

konvenční produkt, pokud mám oblíbenou danou značku	
kterýkoliv z nich, je mi to jedno	
BIO produkt	