

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání



Analýza nabídky biopotravin ve veřejném stravování

Vedoucí bakalářské práce
Ing. Kamil Pícha, Ph.D.

Autor:
Pavčina Kocandová

2008

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta Katedra
obchodu a cestovního ruchu
Akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Pavλίna KOCANDOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Analýza nabídky biopotravin ve veřejném stravování**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Analýzovat nabídku biopotravin v provozovnách veřejného stravování. Navrhnout opatření pro rozšíření nabídky biopotravin v oblasti veřejného stravování. Práce je zahrnuta do řešení výzkumného záměru ZF JU MSM 6007665806.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Příprava a provedení marketingového výzkumu
3. Vyhodnocení práce
4. Závěr

Rámcová osnova:


1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíl a metodika práce, 4. Marketingový výzkum, 5. Návrh opatření, 6. Závěr, 7. Použitá literatura, 8. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby
Rozsah pracovní zprávy: 40-50 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

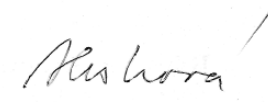
Seznam odborné literatury:

Kozel, R. a kol.: Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. Praha: Grada Publishing, 2006
Majaro, S.: Základy marketingu. Praha: Grada Publishing, 1996
Moudrý, J., Průvar, J.: Biopotraviny: hodnocení kvality, zpracování a marketing. Praha: ÚZPI, 2002
Příbová, M. a kol.: Marketingový výzkum v praxi. Praha: Grada Publishing, 1996
Nařízení Rady 2092/91 ES
Zákon č. 242/2000Sb., o ekologickém zemědělství

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Kamil Pícha, Ph.D.
Katedra obchodu a cestovního ruchu
Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2007
Termín odevzdání bakalářské práce: 20. dubna 2008


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
E.S.
Studentská 13
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658


doc. Ing. Marie Hesková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 26. března 2007

Prohlášení

Prohlašuji, že bakalářskou práci na téma „Analýza nabídky biopotravin ve veřejném stravování“ jsem vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění, a že jsem veškerou použitou literaturu a podkladové materiály, ze kterých jsem čerpala, uvedla v seznamu literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne

.....

Pavlna Kocandová

Poděkování

Děkuji vedoucímu práce Ing. Kamilu Píchovi, Ph.D. za velmi cenné odborné rady, připomínky, návrhy a celkové vedení bakalářské práce.

OBSAH

1 ÚVOD	7
2 LITERÁRNÍ REŠERŠE	9
2.1 Biopotraviny	9
2.1.1 Bioprodukt.....	9
2.1.2 Biopotravina	9
2.1.3 Označování biopotravin.....	10
2.1.4 Označování bioproduktů	10
2.1.5 Zpracování bioproduktů	11
2.1.6 Skladování bioproduktů.....	13
2.1.7 Přeprava bioproduktů	13
2.2 Ekologické zemědělství	14
2.2.1 Definice ekologického zemědělství.....	14
2.2.2 Cíle ekologického zemědělství.....	15
2.2.3 Pojem kvalita v EZ	16
2.2.3 Svaz PRO-BIO	16
2.3 Kontrola a certifikace produkce.....	18
2.3.1 Kontrolní organizace	18
2.3.2 Druhy kontroly	19
2.3.3 Certifikace	19
2.4 Současná legislativa v oblasti ekologického zemědělství a biopotravin.....	20
2.4.1 Nařízení rady č. 2092/91	21
2.5 Společné stravování	22
2.5.1 Restaurační stravování.....	22
2.5.2 Účelové stravování	23
2.5.3 Závodní stravování	23
2.5.4 Školní stravování	24
2.6 Marketingový výzkum.....	24
2.6.1 Definice marketingového výzkumu.....	24
2.6.2 Proces marketingového výzkumu.....	25
2.6.3 Typy výzkumu.....	27
2.6.4 Marketingový informační systém.....	28
3 CÍL A METODIKA PRÁCE	29
3.1 Cíl práce	29
3.2 Pracovní hypotézy	29
3.3 Zkoumaný objekt.....	29
3.4 Metody a techniky zpracování.....	29
4 MARKETINGOVÝ VÝZKUM	31
4.1 Plán výzkumu	31
4.2 Analýza dat.....	31
5 NÁVRH OPATŘENÍ	48
5.1 Potvrzení, vyvrácení hypotéz	48
5.2 Návrhy a doporučení	49
6 ZÁVĚR	52
7 SUMMARY	54
8 LITERATURA	55

1 ÚVOD

V dnešní době jsou biopotraviny velmi aktuálním tématem. Píše a mluví se o nich prakticky denně, v České republice si je můžeme zakoupit ve více než 2 000 prodejen, ale přesto se setkávám s názory, že BIO znamená jídlo bez chuti a bez masa.

Označení BIO znamená, že se jedná o produkt ekologického zemědělství, vypěstovaný nebo vyrobený podle přísných, zákonem stanovených pravidel. Pokud na obalu najdeme takzvanou bio zebra, máme jistotu, že kupujeme opravdovou bio potravinu. Symbol bio zebry zaručuje, že byl výrobek kontrolován po celou dobu jeho cesty od zemědělce až na náš stůl. Jestliže budeme mít zájem o nebalené zboží, jako je například pečivo, ovoce a zelenina, můžeme po prodejci vyžadovat osvědčení o původu zboží.

Většina biopotravin vzniká na ekofarmách. Uchazeči o titul ekofarmáře musí splnit náročné podmínky a projít přechodným obdobím dvou až tří let. Po uplynutí této doby může žadatel získat certifikát, který jej opravňuje označovat své produkty jako „produkty ekologického zemědělství“.

Pokud se někdo zajímá o své zdraví a není mu jedno, co jí a co jídlo obsahuje, a jakou výživovou hodnotu má, biopotraviny lze jen doporučit, protože v podstatě se jedná o jídlo bez chemie. Obsahují v průměru větší množství vitamínů a nezbytných minerálních látek (vápník, hořčík, železo, chróm) a zároveň méně dusičnanů. Biopotraviny jsou dražší než běžné potraviny, každý se tedy musí sám rozhodnout, zda dá přednost levným nebo zdravým potravinám. Investice do zdraví se ale jistě vyplatí.

Cena biopotravin je zpravidla dvojnásobně až čtyřnásobně vyšší než cena běžných potravin. Ekologické hospodaření šetří krajinu a vyžaduje mnohem více péče než konvenční hospodaření. Z toho pramení i vyšší cena biopotravin. Biofarmář například nepoužívá postřiky na plevel, ale vytrhává ho ručně. Brambory a zelenina neobsahují zbytky pesticidů a herbicidů, protože farmáři používají chlévský hnůj. Zvířata jsou chována přirozeným způsobem a mají možnost volného pohybu a pastvy a nepodávají se jim žádné růstové hormony. U nás je ekologicky obhospodařováno přibližně 6-7 % veškeré zemědělské půdy a většinou se jedná o chráněná území nebo

horské oblasti. Na vyšší ceně se také projevuje to, že některé biopotraviny je nutné dovážet ze zahraničí (např. zelenina).

Bakalářská práce se skládá ze dvou částí. První část je věnována teorii, čerpá z odborné literatury a jiných dostupných zdrojů. Tato část se zabývá biopotravinami, řeší, co jsou biopotraviny a jak se označují, jejich zpracování, skladování, evidenci a přepravu. Dále je tato část věnována ekologickému zemědělství, jeho cílům, kontrole a certifikaci produkce. Řeší i otázku společného stravování a v neposlední řadě se zabývá definicí a teorií marketingového výzkumu.

Druhá část bakalářské práce je praktická a zahrnuje vlastní výzkum. Tento výzkum je zaměřen na zjištění nabídky biopotravin ve veřejném stravování a je proveden pomocí dotazníkového šetření. Dotazníky byly umístovány do různých stravovacích zařízení. Některé z těchto zařízení byly dotazovány osobně, jiné telefonicky.

Cílem praktické části je zjistit, zda dotazované stravovací zařízení nabízí biopotraviny či ne. Pokud stravovací zařízení biopotraviny používá, řeší výzkum např. jak dlouho s nimi již pracuje, o kolik jsou jídla z biopotravin dražší než běžná jídla a které biopotraviny používají nejčastěji. Pokud stravovací zařízení biopotraviny nevyužívají, zaměřuje se dotazník na důvody, proč nezařazují biopotraviny do svého jídelníčku. Závěr práce výsledky šetření shrnuje.

2 LITERÁRNÍ REŠERŠE

2.1 Biopotraviny

2.1.1 Bioprodukt

V příloze časopisu Bio – Bio speciál (2005) se dočteme, že bioprodukt je surovina rostlinného nebo živočišného původu získaná v ekologickém zemědělství a určená k výrobě biopotravin, krmiv, osiva a sadby a dalších ekologických výrobků, na niž bylo vydáno osvědčení o původu bioproduktu. Může to být například zelenina, ovoce, obiloviny, luskoviny, olejnin, přadné a aromatické rostliny, ale také syrové mléko, vejce nebo živá zvířata. Stejnou definici bioproduktu a biopotraviny jako v Bio speciálu můžeme nalézt na internetové stránce www.biopotraviny.info.

Bioprodukt je podle zákona o ekologickém zemědělství surovina rostlinného nebo živočišného původu, získaná v ekologickém zemědělství a určená na základě osvědčení k výrobě biopotravin (Moudrý J., Prugar J., 2001). Moudrý, J. a kol. (1995) dále definují bioprodukt jako přímý zemědělský produkt ze systému hospodaření podléhajícímu zvláštnímu předpisu a režimu kontroly pro ekologické zemědělství (KEZ).

2.1.2 Biopotravina

Časopis Bio speciál (2005) nám o biopotravině řekne, že se jedná o potravinu vyrobenou ze surovin pocházejících z ekologického zemědělství za podmínek uvedených v Nařízení Rady 2092/91 a v zákoně č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství (o kterých si povíme později), na kterou bylo vydáno osvědčení o původu biopotraviny.

Moudrý J. a Prugar J. (2001) uvádějí, že biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a splňující požadavky na jakost a zdravotní nezávadnost stanovené zvláštními předpisy, na niž bylo vydáno osvědčení o biopotravině. Tato definice je přesnou citací z § 3 zmíněného zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství.

Podle další dostupné definice považujeme za biopotravinu potravinářský výrobek získaný z bioproduktů a omezeného množství povolených přísad vymezeným

technologickým postupem dle zvláštního předpisu a pod kontrolním režimem. (Moudrý J. a kol., 1995)

2.1.3 Označování biopotravin

Biopotraviny musí být označovány, což mají jednoznačně stanoveno. Každý se už jistě někdy setkal s logem BIO, na kterém je malý nápis Produkt ekologického zemědělství. Logo je někdy také označováno jako biozebra.

Moudrý J. a Prugar J. (2001) uvádějí, že biopotravinu, při jejíž výrobě bylo použito více než 95 % hmotnosti nebo objemu bioproduktů, přídatných látek a na kterou kontrolní orgán vydal osvědčení o biopotravině, označí výrobce biopotravin slovem „bio“ nevyklučují-li to název biopotraviny a také grafickým znakem a identifikačním kódem kontrolního orgánu (CZ-CR-KEZ-001-BIO). Označovat potraviny, na kterou nebylo vydáno osvědčení o biopotravině, slovem „bio“ nebo „eko“ nebo grafickým znakem nebo jakýmikoli údaji poukazujícími na ekologický, organický, přírodní nebo biologický způsob výroby je zakázáno (platí to i u označování bioproduktů).

2.1.4 Označování bioproduktů

V publikaci České biopotraviny (Moudrý J. a kol., 1995) popisující dočteme, že bioprodukty mají označení původu z ekologického zemědělství nebo mají druhové názvy vytvořené předponou bio- k obvyklému názvu tradičního výrobku nebo název obsahující předponu bio- nebo adjektivum ekologický (biologický, organický). Při uvádění na trh musí být, kromě tohoto značení opatřeny stanovenou značkou pro bioprodukty.

Obrázek č.1: Národní značka



(www.bydlení.cz)

Tento znak sám o sobě s příslušným doplňkem vepsaným do spodního rámečku půlkruhu je hlavním označením ekologické produkce. Znamená, že produkce tohoto výrobku byla kontrolována KEZ tj. pověřenou organizací. (Moudrý J. a kol., 1995)

2.1.5 Zpracování bioproduktů

2.1.5.1 Předpisy IFOAM, EU

Pokyny pro výrobu a zpracování IFOAM určují mj. všeobecné principy výroby biopotravin a nakládání s nimi. Veškeré manipulace a zpracování bioproduktů mají být co nejšetrnější s cílem zachovat kvalitu a neporušenost produktu a usilovat o minimální výskyt škůdců a chorob. Přednostně mají být využívány mechanické, fyzikální a biologické procesy zpracování. Užití přídatných a pomocných látek má být co nejvíce omezeno. Biopotraviny by měly mít 100 % složek s certifikovaným ekologickým původem. Škodliví činitelé mají být regulováni prevencí (hygiena, čistota) a šetrnými a fyzikálními postupy. (Moudrý J., Prugar J., 2001)

2.1.5.2 Výroba biopotravin

Podle přijaté definice (Červenka J., Kovářová K., 2005) je výrobcem biopotravin každá osoba, která vyrábí biopotraviny za účelem jejich uvádění do oběhu. Výrobou biopotravin se rozumí čištění, třídění, upravování nebo zpracování bioproduktů, popřípadě přidávání dalších látek povolených zákonem a prováděcí vyhláškou, včetně balení a dalších úprav biopotravin za účelem uvádění do oběhu. Při získávání bioproduktů, z nichž se biopotraviny vyrábějí, je nezbytné dodržovat zákonem stanovené podmínky, které jsou vymezené pro rostlinnou i živočišnou výrobu.

Při zpracování bioproduktů na biopotraviny je nutné používat šetrné postupy, způsobující minimální fyzikální, chemické a biologické změny. Prováděcí vyhláška k zákonu o ekologickém zemědělství vyjmenovává povolené zpracovatelské postupy:

- mechanické zpracování (mletí, drcení, stloukání)
- tepelné zpracování (odpařování, sušení, pečení, pasterizace, sterilizace)
- uzení bez použití chemikálií, chlazení a mrazení, homogenizace
- lisování, extruze, fermentace, síření, destilace
- filtrace či čiření, emulgace, extrakce parou, alkoholem

Naopak jsou zakázány operace, které nepatří k přirozeným postupům:

- výměna kationtů a aniontů
- bělení, nakládání s použitím chemikálií
- působení hormonů, mikrovlnný ohřev
- hydrogenace, ozařování
- uzení s použitím chemikálií

Výrobce biopotravin smí zpracovávat bioprodukty pouze takovými postupy, které vedou k zajištění ekologické integrity produktů. To znamená:

- veškeré zpracování produktů musí probíhat v provozech zcela a zřetelně prostorově nebo časově oddělených od provozů, kde se zpracovávají suroviny vyrobené konvenčními postupy
- během skladování a dopravy bioproduktů musí být učiněna nezbytná opatření, zajišťující ochranu bioproduktů před možnou kontaminací a jejich oddělení od surovin vyráběných konvenčními postupy

2.1.5.3 Evidence

Ekologický podnikatel, výrobce biopotravin a osoba, která uvádí bioprodukty nebo biopotraviny do oběhu, je povinen vést evidenci o druhu, množství a odběratelích všech prodávaných bioproduktů a biopotravin. To se nevztahuje na osoby, které skladují, distribuují nebo prodávají biopotraviny v balení určeném pro konečného spotřebitele a na případy, kdy je biopotravina odvažována nebo oddělována z většího balení přímo před konečným spotřebitelem.

Ekologický podnikatel, výrobce biopotraviny a osoba, která bioprodukty či biopotraviny uvádí do oběhu, jsou povinni tuto evidenci spolu s věcnými a finančními záznamy o ekologickém hospodaření uchovávat po dobu 5 let od uplynutí kalendářního roku, ve kterém byly pořízeny, a jsou povinni je na požádání předložit kontrolnímu orgánu. (Červenka J, Kovářová K., 2005)

Ekologický podnikatel je povinen vést:

- evidenci o krmivech, doplňkových látkách a premixech, které použil
- evidenci o podávání léčiv a veterinárních přípravků hospodářským zvířatům

- evidenční kartu hospodářských zvířat
- denní záznamy o přímém prodeji bioproduktů z ekofarmy konečnému spotřebiteli,
- evidenci o pěstovaných plodinách, vegetačním pokryvu a obdělávání půdy

(Červenka J, Kovářová K., 2005)

2.1.6 Skladování bioproduktů

Bioprodukty a biopotraviny musí být skladovány odděleně od konvenčních potravin, v prostorách a za podmínek, které umožňují jejich jednoznačnou identifikaci. Skladovací prostory musí být pravidelně čištěny a udržovány v čistotě; nikde nesmí být viditelné zbytky materiálů, které by mohly kontaminovat nebo narušit obsah skladovaných materiálů. Čistota prostorů musí být pravidelně kontrolována.

Části používaného zařízení, které přicházejí do styku s biopotravinou, musí být konstruovány z takového materiálu a takovým způsobem, aby bylo umožněno důkladné čištění; je nutné zabránit absorpci zpracované hmoty v zařízení a tím i kontaminaci potravin.

Suché metody čištění mohou být použity v případech, kde je to praktické a nedojde k ohrožení nezávadnosti výrobků. Pro veškeré mokré čisticí postupy u zařízení přicházející do styku s bioprodukty, musí být použita pitná voda. (Moudrý J., Prugar J., 2001)

2.1.7 Přeprava bioproduktů

Jak nám říká Moudrý J. a Prugar J. (2001), všechny bioprodukty musí být přepravovány do jiných organizací včetně velkoobchodů a maloobchodů pouze v uzavřených obalech či kontejnerech, vyjma ovoce a zeleniny.

Obaly musí být opatřeny štítkem se jménem a bydlištěm, jde-li o fyzickou osobu, obchodním jménem a sídlem, jde-li o právnickou osobu, a označením bioprodukt. Uzavření obalu nebo kontejneru se nepožaduje, jestliže se přeprava uskutečňuje mezi dvěma ekologickými podnikateli, výrobcem biopotravin a distributorem a bioprodukt je provázen kopií osvědčení o původu bioproduktu.

Rozdíl mezi bioprodukty a obdobnými konvenčními produkty není jen v tom, že jedny byly vyrobeny bez chemických postřiků a druhé s jejich použitím. Rozdíl je i v tom, že u bioproduktů lze přesně zjistit odkud (až konkrétní pozemek či stáj) produkt pochází a za jakých (přísným směrnícím odpovídajících) podmínek byl vyroben.

Bioprodukt vždy musí splňovat základní normy kvality požadované pro běžné výrobky. Navíc však byl vyroben za podmínek šetřících životní prostředí. Tedy nejen on sám je zdravější (předpokládá se, že obsahuje podstatně méně resp. žádné škodlivé látky, rezidua chemických přípravků apod.), ale zdravější je i prostředí, kde se šetrným způsobem pěstuje. Šetrný způsob produkce biopotravin se označuje jako *ekologické zemědělství*. (Moudrý J. a kol., 1995)

2.2 Ekologické zemědělství

Ekologické zemědělství (EZ) je podrobně definováno Nařízením Rady (EHS) č. 2092/91 a v ČR Zákonem 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství.

Moudrý J. a Prugar J. (2001) nám říkají, že počátky ekologického zemědělství v České republice lze zaznamenat ve 2. polovině 80. let 20. století. Systematicky, se státní podporou, bylo ekologické zemědělství rozvíjeno od počátku 90. let.

2.2.1 Definice ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství je v zákoně o ekologickém zemědělství definováno jako zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky stanovením omezení či zákazů používání látek a postupů, které zatěžují, znečišťují nebo zamožují životní prostředí nebo zvyšují rizika kontaminace potravního řetězce, a který zvýšeně dbá na vnější životní projevy a chování a na pohodu chovaných hospodářských zvířat.

Ekologické zemědělství představuje systém hospodaření, který používá pro životní prostředí šetrné způsoby k potlačování plevelů, škůdců a chorob, zakazuje použití syntetických pesticidů a hnojiv, v chovu hospodářských zvířat klade důraz na pohodu zvířat, dbá na celkovou harmonii agroekosystému a jeho biologickou

rozmanitost a upřednostňuje obnovitelné zdroje energie a recyklaci surovin. (Šarapatka, 2007)

Podle další dostupné definice od Petra J. a kol. (1992), můžeme EZ definovat jako vyvážený agroekosystém trvalého charakteru, který se zakládá na lokálních a obnovitelných zdrojích.

Ekologické zemědělství vychází z holistického pojetí ekologických, ekonomických a sociálních aspektů zemědělské produkce, a to jak z lokální, tak i z globální perspektivy. V EZ je příroda chápána jako jednotný celek se svou vlastní vnitřní hodnotou.

EZ chápe ekonomiku především jako hospodaření a šetrnost vůči přírodním zdrojům, s o hledem na vlastní hodnotu přírody a na dlouhodobou biologicko-ekologickou rovnováhu v přírodě. Cílem je zemědělský systém trvalého charakteru, ekologicky vyvážený, chránící stálé přírodní zdroje – prostředí a zabraňující vývoji směřujícímu k ekologickým katastrofám a k přenechávání dnešních ekologických problémů příštím generacím.

2.2.2 Cíle ekologického zemědělství

Podle Petra, J. a kol. (1992) je dnešní ekologické nebo alternativní zemědělství vedeno snahou:

- produkovat potraviny vysoké kvality a v dostatečném množství
- trvale zachovat přirozenou úrodnost půdy
- vytvořit systém chovu zvířat přizpůsobený jejich přirozenému chování a přirozeným životním potřebám
- vytvořit pestrou obytnou kulturní krajinu, druhově bohatou, s genetickou rozmanitostí uvnitř druhů a se zajištěnými možnostmi vývoje pro všechny živé organismy
- hospodárně využívat přírodní zdroje tak, aby nedocházelo k negativnímu ovlivňování životního prostředí
- vytvořit dobrý vztah mezi zemědělcem a konzumentem
- snížit energetické vstupy na nezbytné minimum, zejména ty, které představují značné riziko pro živočichy, rostliny a člověka

2.2.3 Pojem kvalita v EZ

Současný pohled na kvalitu je charakterizován materialistickým a mechanistickým způsobem hodnocení. Celková kvalita je podmiňována pouze vlastnostmi, které se dají měřit. Kromě toho jsou často kritéria kvality určována požadavky na technologické vlastnosti nutné pro centralizace a automatizace potravinářského průmyslu. Vysoko se hodnotí i vnější, vizuální vlastnosti, významné pro obchodní hodnotu produktu na trhu.

Chápání pojmu kvality je v ekologickém zemědělství odlišné a definice kvality má obsah širší o nové morálně etické a sociopsychologické dimenze a aspekty, v konvenčním zemědělství neobvyklé. Kvalita má v EZ maximální prioritu. Větší význam se přikládá nejen obvyklým kvalitativním vlastnostem (jako je velikost, tvar, barva, technologické vlastnosti, obsah živin atd.), ale do pojmu kvalita se zahrnuje kvalita celého produkčního procesu – systému z hlediska jeho vlivu na prostředí.

Pojmy jako ekologická zdravot, přírodnost (přirozenost), ohled k životu, všemu živému atd. se snaží označit míru kvality celého zemědělského systému. Sem se také počítají morální a etické aspekty zahrnující způsob chovu zvířat, hospodaření s přírodními zdroji apod.

Zvýšený význam se dále přikládá vlivu celého zemědělského systému na kvalitu produktů a také vlivu kvality produktů na živý organismus (konzumenta).

Kvalita produktu se chápe jako výsledek celého zemědělského systému, jakým způsobem byl produkt vypěstován, zpracován (zušlechtěn), distribuován (zabalen, skladován). Speciální důraz se klade na kvalitativní vlastnosti produktů, jako jsou nepřítomnost cizorodých a škodlivých látek, čerstvost, přirozenost, vnitřní nutriční a fyziologické vlastnosti, např. biologická hodnota bílkovin, obsah vitamínů, chuť atd. (Petr, J. a kol, 1992)

2.2.3 Svaz PRO-BIO

Na internetových stránkách (www.pro-bio.cz) se dovíme, že svaz PRO-BIO je celostátní nevládní organizace sdružující rolníky, zpracovatelské a obchodní organizace, spotřebitele, školy a podniky služeb orientující se na ekologické zemědělství a uplatnění jeho produktů.

Poskytuje komplexní služby svým členům, počínaje pomocí s přechodem na ekologický systém hospodaření, přes pomoc při řešení odborných i administrativních problémů, až po podporu prodeje, propagaci bioproduktů, vzdělávání a zastupování zájmů vůči kontrolní organizaci či státním orgánům. Podporuje spolupráci se spotřebiteli a přáteli ekologického zemědělství prostřednictvím PRO-BIO Ligy.

Členové svazu PRO-BIO mají možnost aktivně používat ochrannou známku svazu při propagaci svých produktů.

Obrázek č. 2: Svaz ekologických zemědělců ČR – ochranná známka svazu



www.pro-bio.cz

2.2.3.1 Směrnice PRO-BIO / Bioland

Svaz PRO-BIO zavedl v roce 2004 vlastní směrnici ve shodě s pravidly partnerského svazu Bioland. Tento program je určen pouze pro členy svazu PRO-BIO, váže se na užívání ochranných známek PRO-BIO a Bioland a je důležitý pro udržení vybudovaných struktur svazu producentů a zpracovatelů biopotravin v ČR. Jde zejména o propojení služeb pro členy (poradenství, propagace, zastupování zájmů ekozemědělců...) s využíváním značky svazu a s odbytem. (Šarapatka, B. a kol., 2005)

2.3 Kontrola a certifikace produkce

Ekologickými metodami může produkovat biopotraviny každý, kdo o to má zájem, může je i prodávat na trhu (za všeobecně stanovených podmínek), ale každý, kdo chce svou produkci (výrobek) označovat jako produkt ekologického zemědělství a používat logo BIO, je povinen řídit se při své hospodářské činnosti směrnicemi, které odpovídají základním směrnicím IFOAM a nařízení EHS č. 2092/91, a podrobit se nezávislé kontrole. (Moudrý J. a kol. 1995)

2.3.1 Kontrolní organizace

Ministerstvo zemědělství vykonává dozor nad dodržováním Zákona o ekologickém zemědělství u subjektů u něho přihlášených nebo registrovaných jako ekologičtí podnikatelé. K tomu účelu uzavírá na základě výběrového řízení smlouvu s právnickou osobou, kterou pověřuje prováděním kontroly a dalších odborných úkonů. Současně ji opravňuje k vydávání osvědčení o původu bioproduktů nebo osvědčení o biopotravině. V současné době je v České republice takovou oprávněnou právnickou osobou **Kontrola ekologického zemědělství – KEZ, o. p. s., nevládní nezisková organizace** založená v roce 1999. Vykonává činnosti jako např. nezávislá kontrola a certifikace producentů, zpracovatelů a obchodníků zařazených v systému ekologického zemědělství a jejich produktů, dále zajišťuje vzdělávání nezávislých inspektorů, spravování a ochrana grafického znaku „BIO – Produkt ekologického zemědělství“ a jeho modifikace a udělování práva na jejich užívání, aj.

Podnikatelé, kteří projeví zájem o zařazení do systému kontroly a certifikace ekologického zemědělství, se mohou přihlásit u KEZ o. p. s. v průběhu celého roku. Na základě vyplněné přihlášky a předloženého projektu je podnik zaregistrován.

Oddělení kontroly KEZ provádí pomocí externích inspektorů kontrolní návštěvy zemědělských podniků. Kontrola se provádí i u výrobců biopotravin a osob, které uvádějí bioprodukty či biopotraviny do oběhu. (Moudrý J., Prugar J., 2001)

Obrázek č. 3: Kontrola ekologického zemědělství, obecně prospěšná společnost



www.kez.cz

2.3.2 Druhy kontroly

Podle Moudrého J. a Prugara J. (2002) můžeme kontrolu rozdělit na ohlášenou, neohlášenou kontrolu a revizní inspekci. Při ohlášené kontrole podléhá každý podnik minimálně jednou za rok celkové kontrole. Inspektor ohlásí podniku termín kontroly předem. Kontrola zahrnuje celý podnik, tj. pozemky a kultury, stáje a zvířata, stroje, technologická zařízení a technologie, sklady a ostatní provozní prostory, obaly a etiketaci, provozní, skladovou a účetní evidenci. Kontrolor ověří rovněž správnost a úplnost údajů uvedených v přihlášce a vyplní formulář zápisu o kontrole.

Neohlášené kontroly jsou dvojího druhu: nařízené a namátkové. Nařízené kontroly jsou cílené. Tento typ kontroly se využívá v případech problematických podniků nebo vzniklo-li podezření na použití nepovolených prostředků nebo postupů. Účelem kontrol nařízených Certifikačním výborem je zjištění, zda podnik plní uložená nápravná opatření. KEZ, o. p. s. každoročně zpracovává také plán namátkových kontrol, které slouží mimo jiné ke zhodnocení úrovně a objektivnosti práce inspektorů.

U revizní inspekce na základě písemné žádosti, stížnosti nebo odvolání podnikatele může v souladu se sankčním řádem ředitel KEZ, o. p. s., Certifikační výbor nebo Mze ČR nařídit revizní inspekci.

2.3.3 Certifikace

Nejméně jednou za rok navštíví pověřený inspektor zemědělský nebo zpracovatelský podnik přihlášený ke kontrole a provede kontrolu dodržování směrnic. Při kontrole je vyplněn (12-ti stránkový) zápis. Dalším krokem při vyplňování záznamu

o kontrole je sepsání návrhu na označení podniku a produktů. Moudrý J. (1995) říká, že zemědělský podnik, který splňuje všechny náležitosti, může dostat označení „certifikát“. Podnik, který podmínky nespĺňuje, certifikát neobdrží a je dohodnuto, zda resp. jakým způsobem bude dále postupovat. Obvykle sám inspektor nebo později poradce svazu doporučí opatření ke zlepšení hospodaření ve smyslu směrnic, nebo se dohodnou se zemědělcem, že se zatím či zcela zřekne úmyslu ekologicky hospodařit.

Certifikáty na zemědělské produkty vystavuje KEZ na základě schválení Certifikačním výborem. Úkolem certifikačního výboru je garantovat (spolu s inspektory) původ ekologické produkce.

Na prodejních certifikátech je uvedeno registrační číslo certifikátu na produkci (certifikát KEZ), z něhož je jasně identifikovatelný původ produktu a toto číslo provází produkt po celou dobu jeho pohybu od producenta ke zpracovateli až do tržní sítě.

2.3.3.1 OLMA Bio-Via Natur

OLMA Bio-Via Natur je značka certifikovaných biopotravin, které plně odpovídají světovým trendům zdravé výživy. Certifikát „bio – produkt ekologického zemědělství“ garantuje čistě přírodní průběh v celém procesu výroby: žádný z průběžných producentů nepoužil chemické, tedy neorganické látky. Tím je zaručena nejvyšší ekologická čistota, absolutní bezpečnost a nezávadnost. Spotřebitel má naprostou jistotu, že se do jeho organismu nedostanou škodlivé látky, které jsou jedním z hlavních rizikových faktorů civilizačních chorob. (Bio, 2007)

2.4 Současná legislativa v oblasti ekologického zemědělství a biopotravin

Ve světě vznikla od začátku minulého století řada nekonvenčních směrů zemědělství (organické, biologické, biologicko-dynamické, přírodě blízké aj.). V roce 1973 vznikla sloučením šesti alternativních směrů zemědělství **Mezinárodní federace hnutí organického zemědělství IFOAM** (International Federation of Organic Agriculturae Movement), která v současnosti sdružuje přes 500 organizací z více než 80 zemí světa. Sjednocujícím prvkem všech zúčastněných subjektů je harmonizace

produkční funkce zemědělství s péčí o krajinu, přírodní zdroje a podporu trvale udržitelné společnosti.

Základní cíle ekologické produkce a zpracovatelství jsou definovány nejvyšší světovou organizací ekologického zemědělství IFOAM. Jednotlivé cíle jsou rozpracovány v základní směrnici **IFOAM BASIC STANDARTS**.

Pro členské státy Evropské unie je v souladu s pokyny IFOAM vypracováno **Nařízení rady (EHS) č. 2092/91** o organické výrobě zemědělských výrobků a značení takto vyráběných zemědělských výrobků a potravin. Legislativa jednotlivých členských zemí pak následně z těchto nařízení vychází a upřesňuje je podle svých podmínek.

V České republice se systém ekologického zemědělství opíral dosud o Metodický pokyn pro ekologické zemědělství z roku 1993, vydaný Ministerstvem zemědělství ČR. Od 1. 1. 2001 nabývá platnosti **Zákon o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb.**, který plně akceptuje pokyny IFOAM i výše uvedených nařízení EU. (Moudrý J., Prugar J., 2001)

2.4.1 Nařízení rady č. 2092/91

V Ekologickém zemědělství (Šarapatka B. a kol., 2005) se dovíme, že na podzim roku 1991 uveřejnila Rada Evropských společenství Nařízení číslo 2092/91/EHS (zkráceně Nařízení). V České republice bylo ekologické zemědělství (EZ) do r. 2001 upravováno Metodickým pokynem Ministerstva zemědělství ČR, který již vycházel z tohoto Nařízení. V roce 2001 vstoupil v ČR v platnost Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Vstupem do EU se pro nás jako členskou zemi EU stává plně závazným Nařízení rady 2092/91 (stává se tedy hlavní právní normou pro ekologické zemědělství i obchod s biopotravinami). Praktické uplatnění této nové normy přineslo ekozemědělcům v ČR od roku 2004 mnoho změn, které se týkají zejména administrace kontroly EZ. Toto Nařízení je v současné době velmi rozsáhlou právní normou, která má více než sto stran v poměrně složitém právnickém jazyce.

Novela zákona č. 242/200 Sb. platí od roku 2005, resp. 2006 – podle definitivního data schválení a obsahuje zejména ustanovení týkající se registrace ekologických zemědělců, podmínky pro kontrolu a kontrolní organizace a také sankční systém v ekologickém zemědělství.

Nařízení Rady 2092/91 platí pro výrobky, pokud jsou označovány jako výrobky ekologického zemědělství. Vychází tedy z označování produktu. Označení „eko“ nebo „bio“ je přípustné pouze tehdy, dodrží-li se podmínky v něm uvedené. Jednou z těchto podmínek je, že zemědělská produkce musí probíhat tak, jak je uvedeno v článku 6 (Nařízení). Další podmínka požaduje, aby výroba těchto produktů podléhala kontrolnímu systému ekologického zemědělství založeném na právní úpravě Společenství podle článku 8 a 9 (Nařízení). Mohou být tedy použity pouze ty látky, které jsou uvedeny v „pozitivních seznamech“ příloh Nařízení.

2.5 Společné stravování

Podle Lišky J. (1995) je společné stravování oborem lidské činnosti zabývající se hromadnou přípravou (výrobou) prodejem a spotřebou (organizací spotřeby) jídel a nápojů pro velké skupiny obyvatel (spotřebitelů).

Podstata společného stravování spočívá:

- v organizaci stravování pro velké skupiny obyvatel (spotřebitelů, zákazníků), ve speciálních prostorách, buď za plnou, či částečnou úhradu nebo i bezplatně
- ve vysoce odborné činnosti zaměřené na uspokojování výživových potřeb obyvatelstva
- ve většině případů společného stravování je výroba pokrmů místně, časově obvykle spojena s jejich prodejem a jejich konečnou spotřebou

Další dostupná definice (Mlejnková L. a kol., 2005) popisuje společné stravování jako samostatný úsek ekonomických činností a jsou v něm zahrnuty jak provozy veřejného, tak i účelového stravování. Všechny provozy mají svůj specifický, společensko ekonomický význam.

2.5.1 Restaurační stravování

Liška J. (1995) nám říká, že restaurační stravování je historicky nejstarší, ale i nejrozšířenější soustava veřejného stravování. Tato forma realizuje zboží a služby spotřebitelům ve veřejně přístupných střediscích. Ceny za prodané zboží (pokrmů)

a služby se plném rozsahu hradí z osobních příjmů spotřebitelů, zákazníků. V restauračním stravování se rozvíjejí všechny základní funkce veřejného stravování. V jednotlivých etapách vývoje se však realizace jednotlivých funkcí může prosazovat s diferencovanou intenzitou, v důsledku působení vnějších (sociální složení obyvatelstva apod.) i vnitřních (úroveň služeb, materiálně-technické základny) činitelů.

2.5.2 Účelové stravování

Podle Mlejnkové L. (2005) je samostatnou formou společného stravování tzv. stravování hromadné – účelové. Je určeno velkým skupinám osob, kterým je společná příslušnost k určité organizaci, instituci nebo akci. Od formy stravování společného – veřejného se odlišuje především těmito znaky:

- klientela je předem známa jak co do rozsahu, tak i do struktury
- připravovaný sortiment – nabídka – má užší rozsah, ale denní obměnu, bývá specificky přizpůsoben potřebám klientů (např. školní nebo nemocniční stravování)
- na úhradě ceny pokrmu se ve většině případů podílí mimo vlastního strávnicka ještě další subjekt (zaměstnavatel, škola, zdravotní pojišťovna, pořadatel akce aj.), stravování má tak pro účastníky i sociální aspekt

Mezi nejčastěji využívané formy účelového stravování patří stravování zaměstnanců, školní stravování, stravování v nemocnicích a v lázeňských zařízeních, stravování v nápravně-výchovných zařízeních, stravování v armádě, sociální stravování (stravování zajišťované pečovatelskou službou, stravování důchodců), stravování při hromadných kulturních a sportovních akcích např. olympiády, mistrovství světa, festivaly aj. (Mlejnková L., 2005)

2.5.3 Závodní stravování

Závodní stravování zabezpečuje uspokojování výživových potřeb v průběhu pracovního procesu pro vymezené skupiny konzumentů na základě příslušnosti k určitému, blíže definovanému pracovnímu kolektivu. Rozvíjí základní funkce společného stravování, přičemž těžiště činnosti je v realizaci základního stravování. Je

v zájmu všech zaměstnavatelů, aby v souladu se zákoníkem práce uspokojovali kvalitně nejzákladnější potřebu svých pracovníků. (Liška J., 1995)

2.5.4 Školní stravování

Tato forma společného stravování zabezpečuje kolektivní stravování dětí a mládeže do 18 roků. V širším slova smyslu sem lze zahrnout i stravování vysokoškoláků.

Zabezpečuje tedy i stravování dětí mateřských škol od 3 do 6 roků (předškolní stravování). Školní stravování realizuje výkony v oblasti základního i doplňkového stravování. Z hlediska rozsahu realizovaných výkonů v oblasti základního stravování školní stravování zasahuje v porovnání s ostatními formami společného stravování, relativně nejširší okruh konzumentů. (Liška J., 1995)

2.6 Marketingový výzkum

2.6.1 Definice marketingového výzkumu

Tomek G. a Vávrová V. (Marketing management, 1999) marketingový výzkum charakterizují též jako výzkum trhu a dále ho popisují jako trvalé východisko pro uplatňování principu marketingové koncepce a strategie. Obecně znamená nepřetržitě zkoumání:

- chování *poptávajících*, tj. stávajících i potenciálních zákazníků
- *nabízejících*, tj. konkurence, která má stejné či podobné záměry v uspokojování trhu jako vlastní podnik
- *okolí*, tj. všech společenských, ekonomických, technických a jiných faktorů utvářejících prostředí, ve kterém se podnik nalézá
- *vlastní situace* podniku

Další dostupná definice (Stávková J., Dufek J., 2004) zní, že marketingový výzkum je součástí procesu marketingového řízení. Bez vazby na ostatní marketingové činnosti by neměl smysl. Stejně tak bez marketingového výzkumu si nelze představit úspěšné marketingové řízení.

Efektivnost marketingového řízení těsně souvisí s informacemi, se kterými podnik pracuje. Právě schopnost firmy získávat spolehlivé informace potřebné v čase tvorby rozhodnutí, rozděluje firmy na dlouhodobě úspěšné a neúspěšné.

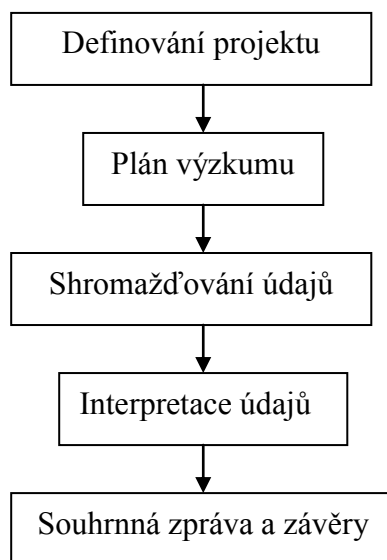
Cílem marketingového výzkumného systému je získat informace, které neposkytly předcházející subsystémy a které přispívají k rychlé aktivaci fáze zpětné vazby, tzn. ty, které průběžně signalizují:

- změny ve vnějším prostředí (makroprostředí i trhu)
- trendy těchto změn
- odchylky skutečného stavu od předpokládaného

2.6.2 Proces marketingového výzkumu

Jakmile se rozhodneme pro zahájení projektu výzkumu trhu nebo marketingového výzkumu, je třeba učinit jednotlivé logické kroky. Proces se skládá z pěti fází.

Obrázek č. 4: Proces marketingového výzkumu



(Majaro, S., 1996)

Poslání projektu musí být definováno s ohledem na stanovený záměr a odpovídající úkoly marketingu. V této fázi je třeba prověřit následující:

- zda již nebyly publikovány materiály, které by anulovaly potřebu provádění tohoto výzkumného projektu
- zhodnocení nákladů a přínosů, se kterými je nutné počítat

Plán výzkumu musí obsahovat:

- cíle
- stanovené úkoly (pro vnitřní zdroje a pro externí zdroje)
- nejvhodnější metodologii, která bude využita
- podrobný plán akcí a kontrolní mechanismy

Shromažďování údajů je velmi důležitá etapa realizace programu. Je nutné vyhledávat zdroje informací. Pokud jsou tyto informace využitelné, je třeba je získat a využít i vnitřních zdrojů informací. Konkrétně je potřeba systematicky podniknout následující kroky:

- nalezení zdrojů informací – vnitřních i vnějších. Tento krok vyžaduje provedení podrobných analýz publikovaných materiálů, které existují ve velkých kvantech v knihovnách a ostatních veřejně přístupných zdrojích informací.
- pokud je do výzkumu začleněn dotazníkový výzkum respondentů, je třeba dotazník otestovat na vybraném vzorku
- je třeba překontrolovat odpovědi, odstranit chyby, dvojznačnosti a nejasnosti dotazníku
- shromáždit a roztřídit údaje

V etapě interpretace údajů probíhá analyzování získaných údajů, jejich třídění, hodnocení a uspořádání. Využitelné údaje jsou sestavovány do vhodných výstupů. Provádí se vysvětlování významných vztahů. Údaje se v podstatě převádějí na informace a do konečné podoby hodnotných zpravodajských informací.

V etapě souhrnná zpráva a závěry se prověřuje schopnost účinné komunikace. Závěrečná zpráva musí mít formu, která je převoditelná na publikovatelné a snadno

pochopitelné prohlášení. K tomu má také sloužit. Velmi často se totiž stává, že vynikající projekty průzkumu neuspějí z jednoho velice jednoduchého důvodu. Jsou prezentovány způsobem nebo stylem, který nejdůležitější příjemci naprosto nechápou. Protože zprávu nepochopili, zpravidla se potom stává, že se jí také neřídí. (Majaro, S., 1996)

2.6.3 Typy výzkumu

Marketingový výzkum (MV) je prováděn za různým účelem. Jedná se především o popis konkrétního stavu, vysvětlování příčin a vzájemných vztahů a odhad budoucího vývoje. V rámci procesu MV uskutečňujeme výzkum monitorovací, explorativní, deskriptivní, kauzální, prognostický nebo koncepční. (Kozel R., 2006)

Dále se jedná především o následující dělení typů výzkumů podle:

- způsobů získávání informací
 - **sekundární** – vychází z údajů již publikovaných, měl by vždy předcházet primárnímu výzkumu
 - **primární** – uskutečněný poprvé s cílem získat odpovědi na specifické otázky, využíváme jej, když údaje zjištěné sekundárním výzkumem jsou nedostačující
- povahy získávaných informací
 - **kvantitativní** – zajišťuje popisné informace, údaje o počtu výskytu, četnosti opakování atd.
 - **kvalitativní** – hledá příčiny, vztahy a závislosti mezi subjekty a jevy, příp. mezi příčinou a následky
- zkoumaných subjektů
 - **výzkum spotřebitelů** – informace získáváme od nositelů primární poptávky, konečných spotřebitelů
 - **výzkum organizací** – odpovědi na naše otázky hledáme u nositelů sekundární poptávky, u majitelů, manažerů a ostatních zaměstnanců

- subjektů realizujících výzkum
 - **firemní výzkum** – výzkum zajišťuje firma svými vlastními silami, s využitím svých vlastních lidských zdrojů
 - **agenturní výzkum** – firma si pro potřeby výzkumu najímá specializovanou marketingovou (výzkumnou) agenturu
- tematiky
 - **jednotematické** – tradiční výzkumné projekty pro jednoho zadavatele, zabývající se jedním produktem nebo skupinou produktů
 - **vícetematické** – tzv. omnibusová šetření pro více zadavatelů, k více tematickým okruhům najednou

2.6.4 Marketingový informační systém

Podnikový marketingový informační systém je předpokladem a východiskem jakékoli marketingové aktivity v podniku. Jeho úkolem je přinášet informace, signály o změnách vnějšího okolí podniku i o vnitřním chování podnikového organismu. Pokud je tento informační systém dobře vybudovaný, dokáže včas signalizovat jak negativní změny ve vnějším okolí, tak i změny pozitivní, které představují šance pro podnik. Zároveň by měl přinášet informace o vnitřním stavu podniku a o tom, jak se podnik těmto změnám přizpůsobuje a do jaké míry je adaptace schopen. (Příbová M., 1996)

MIS zahrnuje soustavu:

- shromažďování a vytváření informací
- systém jejich zpracování, přetavení pro potřeby marketingu
- systém využívání informací – soubor uživatelů a organizaci přísunu informací k nim ve vhodné podobě (Příbová M., 1996)

3 CÍL A METODIKA PRÁCE

3.1 Cíl práce

Hlavním cílem mé bakalářské práce je analyzovat nabídku biopotravin v provozovnách veřejného stravování. Dále pak navrhnout opatření pro rozšíření nabídky biopotravin v těchto provozovnách.

Dílčím cílem je připravit a provést marketingový výzkum na zjištění nabídky ve veřejném stravování a následné vyhodnocení výzkumu.

3.2 Pracovní hypotézy

- nabídka biopotravin ve veřejném stravování je nízká
- hlavní roli při rozhodování, zda biopotraviny zařadit či nezařadit do jídelníčku hraje cena těchto potravin
- v budoucnu se bude nabídka biopotravin ve veřejných stravovnách zvyšovat

3.3 Zkoumaný objekt

Objektem zkoumání jsou provozovny a zařízení veřejného stravování (školní a zaměstnanecké jídelny, jídelny domovů důchodců a seniorů, lázeňské jídelny apod.). Zkoumání budou podrobeny provozovny, které se nachází v Jihočeském kraji, např. v Třeboni, Českých Budějovicích a okolí.

3.4 Metody a techniky zpracování

První, teoretická, část práce zahrnuje studium odborné literatury a následné zpracování teoretických východisek ke zkoumané problematice.

Praktická část bakalářské práce je založena na analýze primárních dat. Konkrétně se jedná o přípravu a realizaci marketingového výzkumu formou dotazníkového šetření. Navržený dotazník bude otestován. Získané poznatky budou podrobeny analýze, která vyústí v syntézu zjištěných skutečností. Pro vyhodnocení dotazníku bude použit program MS Word a MS Excel . Získané informace budou prezentovány formou tabulek a grafů a jejich slovního popisu.

Pro vytvoření dotazníků je důležité vědět, jaké informace chceme získat a jaké informace potřebujeme získat z dotazníků. Dotazník tedy bude tvořen na základě dílčích

hypotéz dotazníkového šetření. Po sestavení dotazníků bude provedeno pilotní testování, které odhalí případné chyby a nedostatky v sestaveném dotazníku.

Samotné dotazníkové šetření proběhne formou osobního dotazování, případně telefonické dotazování.

4 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

Vlastní výzkum je třeba provést pro získání primárních dat. Primární data jsou důležitá k následnému zpracování a vyhodnocení, jež bude provedeno v závěru práce.

Úkolem marketingového výzkumu je zjistit, jaká je nabídka biopotravin ve veřejném stravování.

4.1 Plán výzkumu

Místem dotazování je Jihočeský kraj, především okolí Českých Budějovic a Třeboně. Základním souborem jsou provozovny a zařízení veřejného stravování. Pro výběr těchto provozoven byl zvolen nahodilý výběr, metoda nepravděpodobnostního vzorkování. Potřebné informace byly získány pomocí dotazování. Použita je metoda osobního a dále telefonického dotazování. Zvolená forma pro sběr dat je strukturovaný dotazník, který celkem obsahuje sedmáct otázek. Mezi druhy otázek, které se objevují v dotazníku, patří otázky otevřené, uzavřené, polouzavřené. Konečná forma dotazníku je uvedena v příloze č. 1.

4.2 Analýza dat

Získaná data a informace vychází z 50 vyplněných dotazníků, výsledky jsou pro názornost prezentovány formou grafů. Pod každým grafem je uvedeno stručné zhodnocení dané otázky dotazníku. Ke zpracování dat byly použity programy MS Word a MS Excel.

Po třetí otázce se dotazník dělí na dvě části. V pravém sloupci odpovídají vedoucí stravovacích zařízení, která zařazují biopotraviny do svého jídelníčku, na 8 otázek. Do levého sloupce zaškrťávají odpovědi na 6 otázek, vedoucí těchto zařízení, která biopotraviny v jídelníčku nemají. Hodnoty v závorkách uvádí buď počet odpovědí dotazovaných zařízení, která zvolila příslušnou možnost, nebo procentuální podíl.

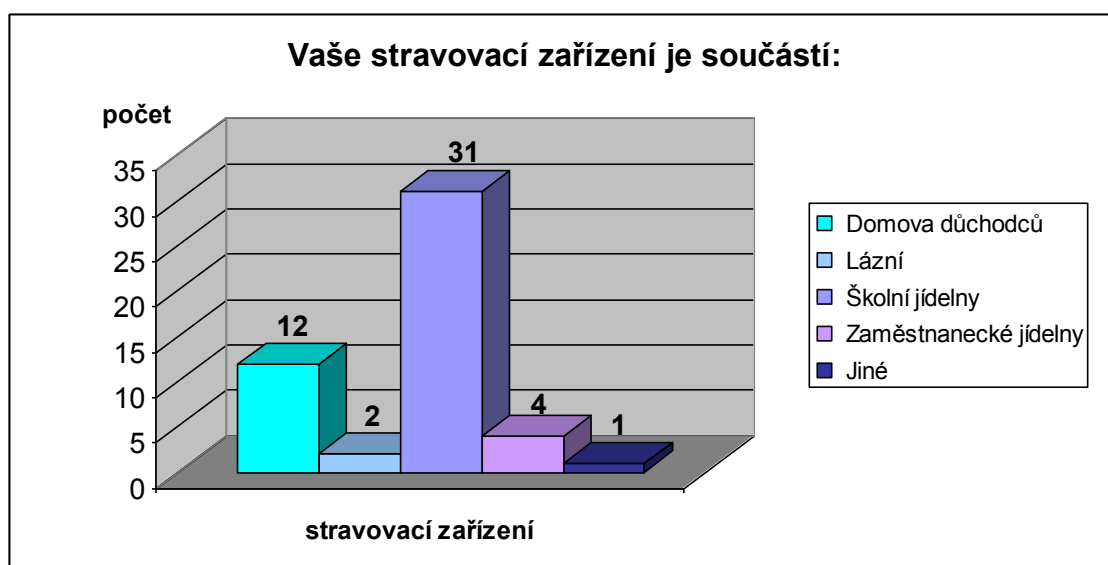
Otázka č. 1: Vaše stravovací zařízení je součástí:

Tabulka 1 Zastoupení jednotlivých typů stravovacích zařízení (n=50)

Typ stravovacího zařízení	Podíl (%)
Jídelna v domově důchodců	24
Jídelna v lázeňském zařízení	4
Školní jídelna	62
Zaměstnanecká jídelna	8
Jiné	2

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 1



Zdroj: Vlastní výzkum

Tato otázka byla použita jako úvodní a rozděluje dotazované provozovny a zařízení veřejného stravování podle toho, o jaký typ stravovny se jedná. Z celkového počtu padesáti dotazovaných stravování bylo, 12 součástí domova důchodců a seniorů (24 %), 2 zařízení lázeňské (4 %), 31 školních jídelen (62 %), 4 zařízení byly součástí zaměstnanecké jídelny (8 %) a do kategorie jiné spadá pouze jedno stravovací zařízení, konkrétně stravovací zařízení Mateřské školy.

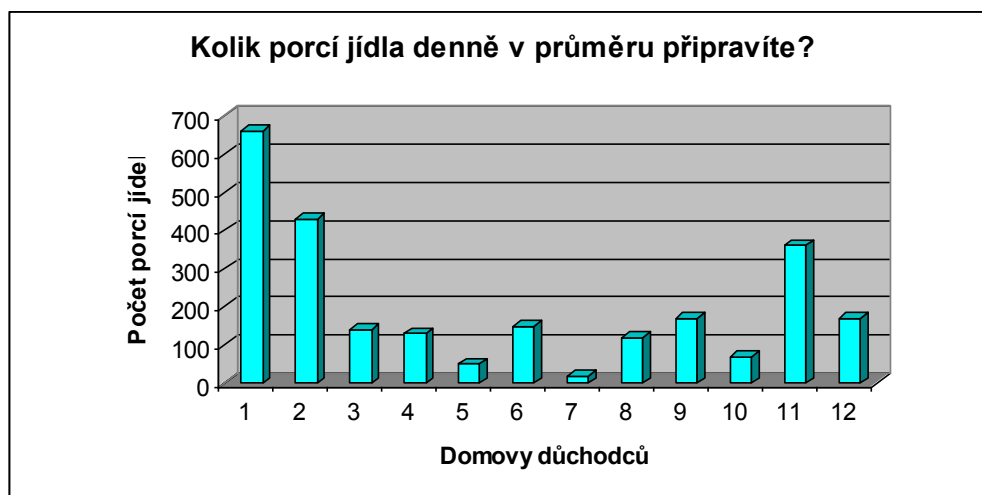
Otázka č. 2: Kolik porcí jídla denně v průměru připravíte?

Tabulka 2 (n=50)

Typ stravovacího zařízení	Počet připravených porcí – jednotlivé provozovny											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Domovy důchodců	660	430	140	130	50	150	20	120	170	70	360	170
Lázně	2100	800										
Školní jídelny	600	180	260	1250	625	700	360	650	220	4500	86	880
	450	60	150	240	250	150	650	120	180	900	60	280
	550	140	1500	800	150	130	800					
Zaměstnanecké jídelny	150	250	160	200								
Ostatní	30											

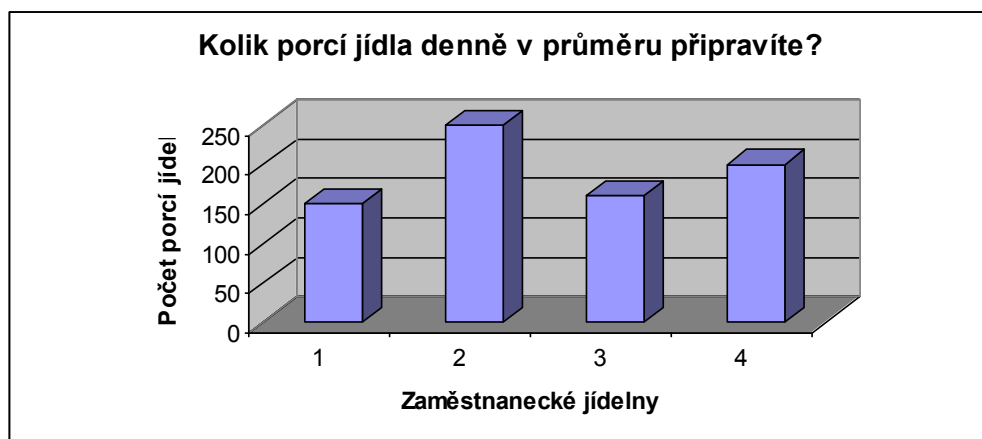
Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 2



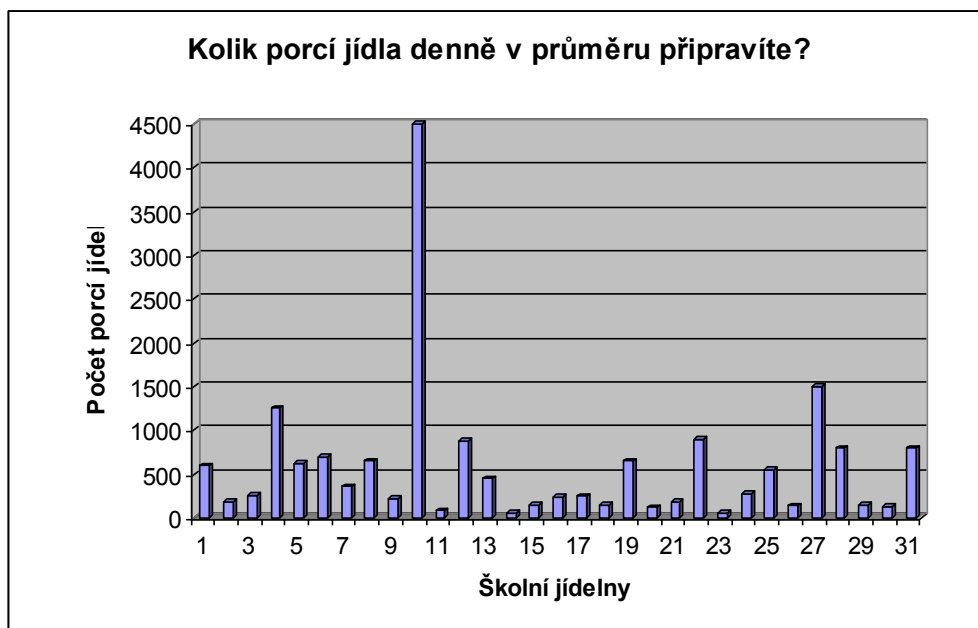
Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 3



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 4



Zdroj: Vlastní výzkum

V dotazovaných domovech důchodců a seniorů připraví denně v průměru od 50 do 660 porcí jídel. V každém domově vaří denně minimálně 2 hlavní jídla (obědy, večere), v některých připravují stravu až 5x denně (snídaně, svačiny).

Stravovací zařízení, která jsou součástí lázní, byla oslovena pouze dvě. V jednom z nich připraví denně v průměru kolem 800 porcí jídla a v druhém kolem 2100 porcí.

V navštívených školních jídelnách se průměrný počet porcí denně pohyboval v rozmezí od 60 do 1500. Výjimkou je, jak lze poznat z grafu, jedna školní jídelna, která uvedla počet 4500 připravených porcí denně.

Počet porcí jídla v zaměstnaneckých jídelnách se pohybuje téměř ve stejném rozmezí a to od 150 do 250 připravených porcí denně.

V posledním stravovacím zařízení, které spadá do jiné kategorie se denně v průměru připraví 30 porcí. Jedná se o jídelnu mateřské školy, kde se připravují pouze obědy.

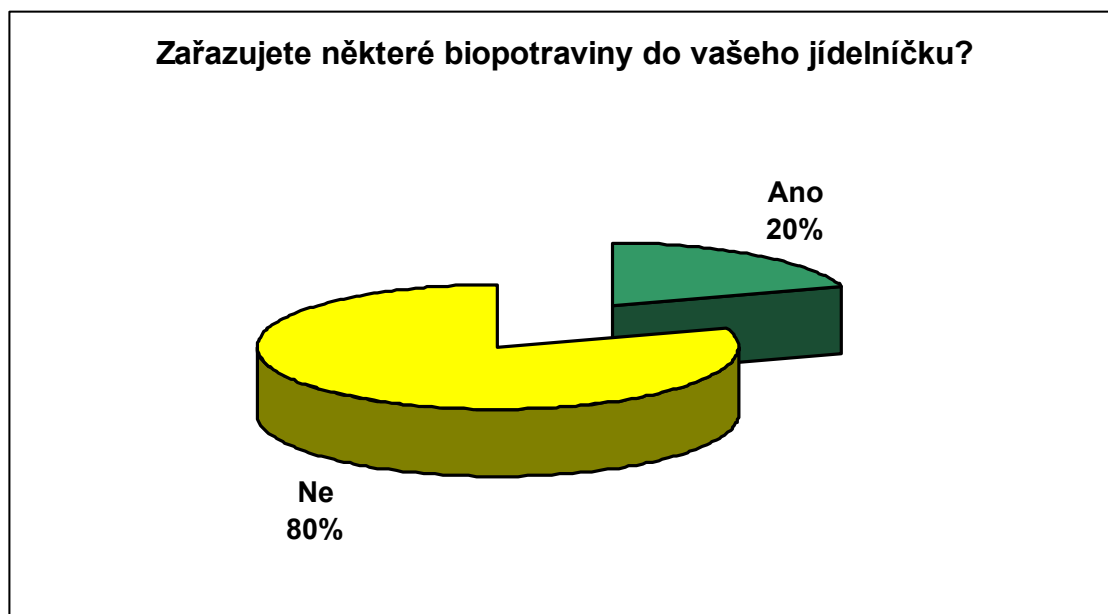
Otázka č. 3: Zařazujete některé biopotraviny do vašeho jídelníčku?

Tabulka 3 (n=50)

Odpověď	Podíl (%)
Ano	20
Ne	80

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 5



Zdroj: Vlastní výzkum

Cílem této otázky bylo zjistit, zda dotazované stravovací zařízení nabízí ve svém jídelníčku některé biopotraviny. Z celkového počtu 50 uvedlo 10 zařízení (tj. 20 %), že biopotraviny do svého jídelníčku zařazují. Z těchto deseti zařízení byly 3 domovy důchodců a seniorů, jedno lázeňské zařízení a 6 školních jídelen. Zbývajících 40 zařízení, které představují 80 % všech dotazovaných zařízení, odpovědělo, že biopotraviny do svého jídelníčku nezařazují.

Pokud odpověď na třetí otázku zněla Ano, pokračovali dotazovaní otázkami v levém sloupci od čísla čtyři do jedenácti. V opačném případě se věnovali pravému sloupci s otázkami dvanáct až sedmnáct.

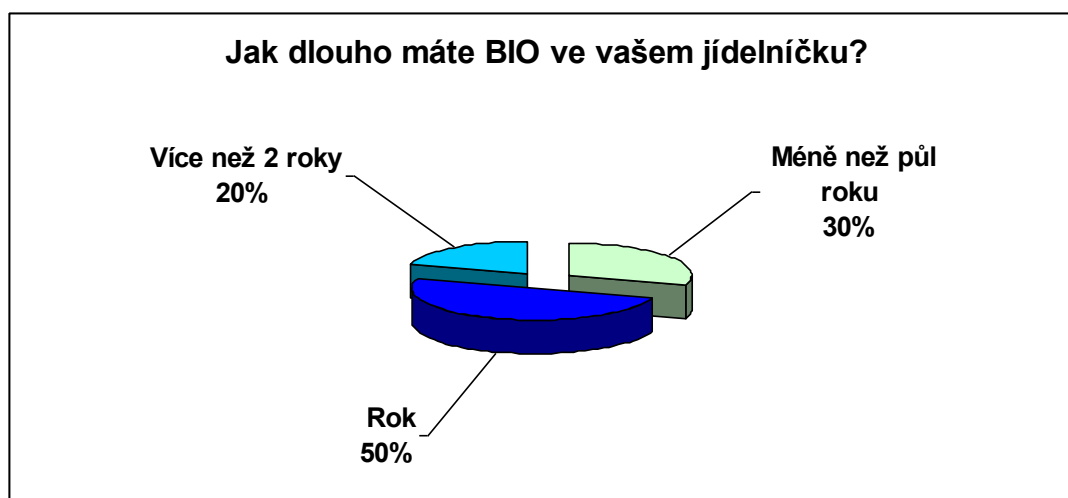
Otázka č. 4: Jak dlouho máte BIO ve vašem jídelníčku?

Tabulka 4 (n=10)

Odpověď	Podíl (%)
Méně než půl roku	30
Rok	50
Více než 2 roky	20

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 6



Zdroj: Vlastní výzkum

Z deseti dotazovaných stravovacích zařízení, která uvedla, že do svého jídelníčku zařazují některé biopotraviny, má 30 % biopotraviny ve svém jídelníčku méně než půl roku, 50 % přibližně rok a 20 % více než 2 roky.

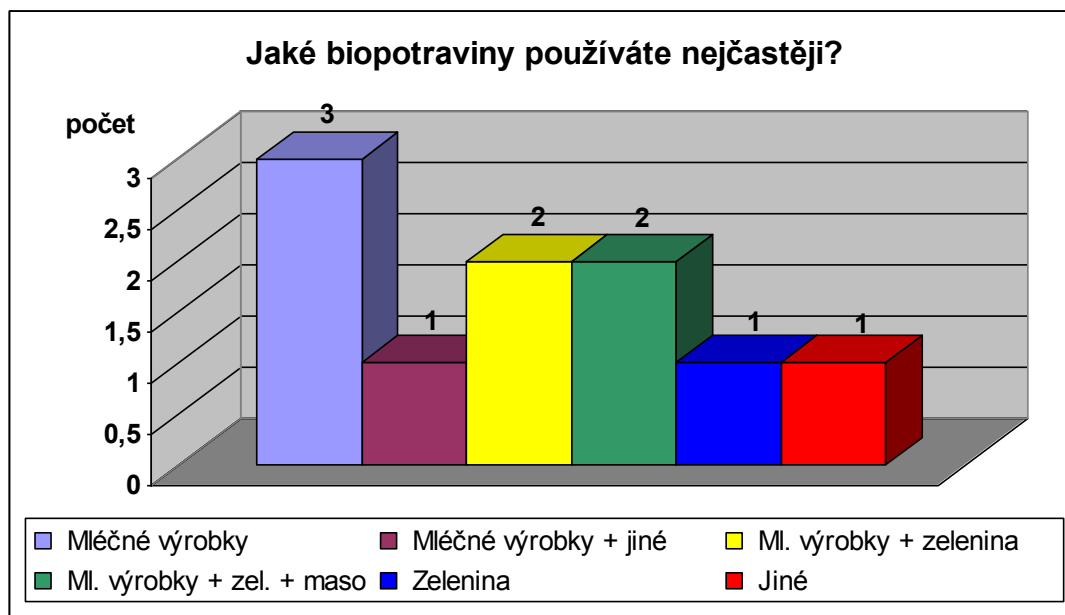
Otázka č. 5: Jaké biopotraviny používáte nejčastěji?

Tabulka 5 (n=10)

Odpověď	Podíl (%)
Mléčné výrobky	30
Mléčné výrobky + jiné	10
Ml. výrobky + zelenina	20
Ml. výrobky + zel. + maso	20
Zelenina	10
Jiné	10

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 7



Zdroj: Vlastní výzkum

Dotazované provozovny a zařízení veřejného stravování, které do svého jídelníčku zařazují některé biopotraviny, preferují nejčastěji mléčné výrobky (3 zařízení, tj. 30 %). Dále 2 zařízení, tj. 20 %, používají bio mléčné výrobky zároveň s bio zeleninou. Jedno stravovací zařízení uvedlo, že nejčastěji používá mléčné výrobky s jinými bio výrobky, jedno zařízení preferuje pouze zeleninu a zbývající jiné bio. Mezi nejuváděnější mléčné výrobky patří jogurty a mléka, mezi zeleninu např. drcená rajčata a v kategorii jiné se objevily např. džusy, luštěniny nebo různé müsli tyčinky.

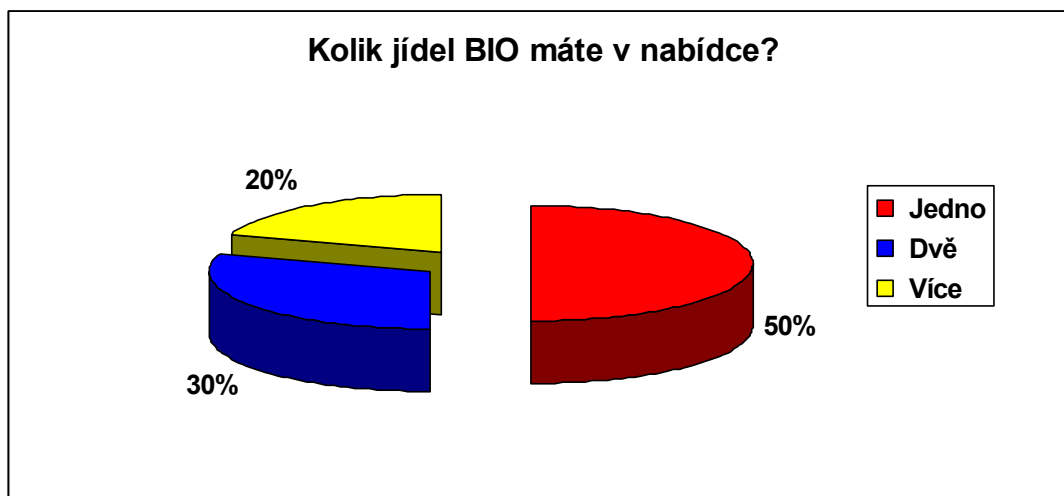
Otázka č. 6: Kolik jídel BIO máte v nabídce?

Tabulka 6 (n=10)

Odpověď	Podíl (%)
Jedno	50
Dvě	30
Více	20

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 8



Zdroj: Vlastní výzkum

Pět stravovacích zařízení, což je 50 % z celkového počtu, uvedlo, že ve své nabídce mají jedno bio jídlo. Tři zařízení, tj. 30 %, zařazují do svého jídelníčku dvě bio jídla a zbývajících dvě zařízení mají v nabídce více než dvě bio jídla. Těchto 20 % tvoří zařízení, které používá bio džusy, proto je možnost dát si je kdykoli. V druhém z těchto stravovacích zařízení dávají přednost bio jogurtům a müsli tyčinkám, které jsou k dispozici také po celý den.

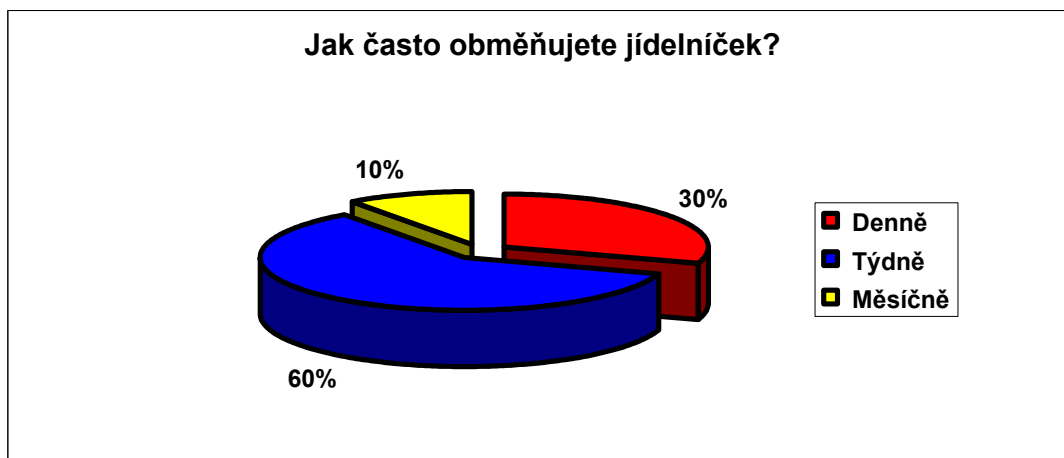
Otázka č. 7: Jak často obměňujete jídelníček?

Tabulka 7 (n=10)

Odpověď	Podíl (%)
Denně	30
Týdně	60
Měsíčně	10

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 9



Zdroj: Vlastní výzkum

Jedna jídelna domova důchodců a seniorů a dvě školní jídelny mění jídelníček denně tj. 30 %. Nejvíce dotazovaných zařízení obměňuje svůj jídelníček týdně, což je, jak vyplývá z grafu č. 7, 60 %. Mezi tyto zařízení patří převážně školní jídelny. Zbylé jedno zařízení sestavuje jídelníček na měsíc, konkrétně se jedná o lázeňské zařízení.

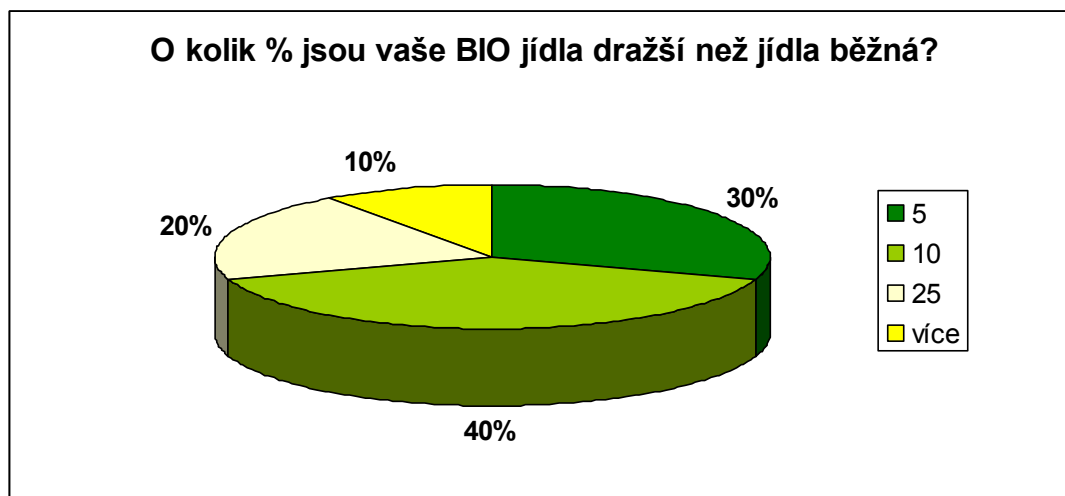
Otázka č. 8: O kolik % (zhruba) jsou vaše BIO jídla dražší než jídla běžná?

Tabulka 8 (n=10)

Odpověď	Podíl (%)
5	30
10	40
25	20
Více	10

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 10



Zdroj: Vlastní výzkum

Na další otázku, která se týkala toho, o kolik % jsou BIO jídla dražší než jídla běžná, dotazovaní odpovídali takto: 30 % tvrdí, že BIO jídla jsou o 5 % dražší než běžná (dvě zařízení domova důchodců a seniorů, jedna školní jídelna), 20 % uvedlo zvýšení cen o 25 % (školní jídelna a domov důchodců). Nejčastější odpovědí bylo, že BIO jídla jsou přibližně o 10 % dražší, a to v lázeňské jídelně a dále v jídelnách školních. Jedno zařízení školní jídelny uvádí, že má BIO jídla dražší o 30 - 40 %. Odpovědi na tuto otázku se nejvíce různily u zařízení školních jídelen.

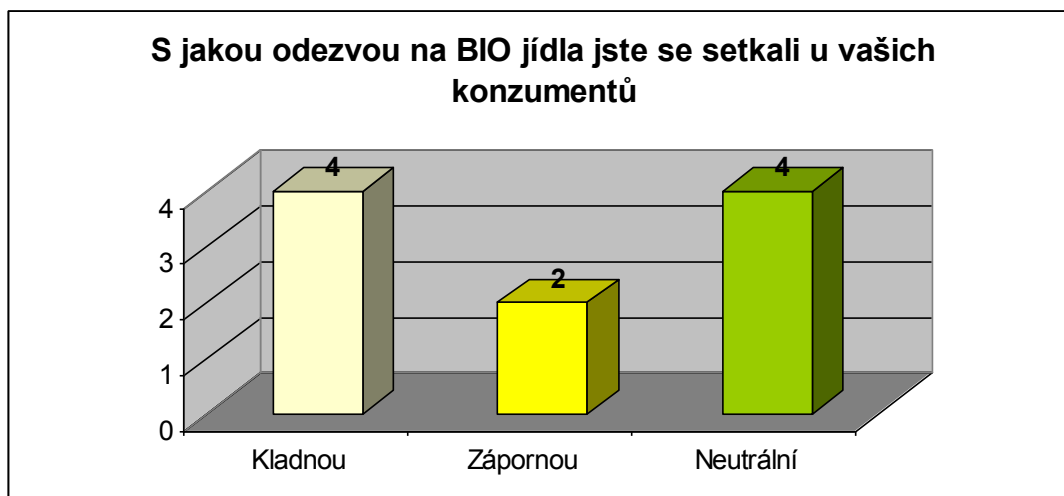
Otázka č. 9: S jakou odezvou na BIO jídla jste se setkali u vašich konzumentů?

Tabulka 9 (n=10)

Odezva	Podíl (%)
Kladná	40
Záporná	20
Neutrální	40

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 11



Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu č. 9 vyplývá, že odezva na BIO jídla byla nejčastěji kladná či neutrální (4). Se zápornou odezvou se setkali pouze ve dvou školních jídelnách. Důvodem záporné odezvy byla např. nechut' dětí jíst müsli nebo jogurty.

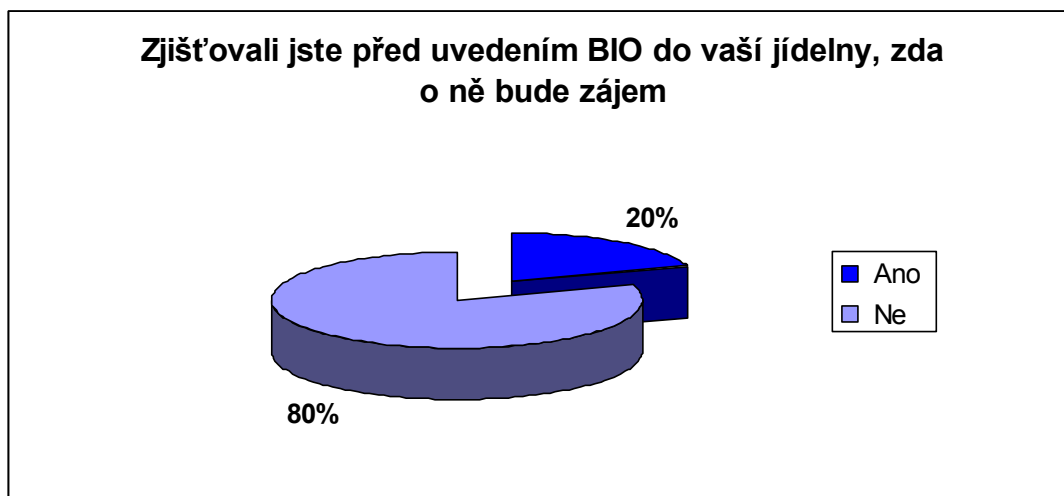
Otázka č. 10: Zjišťovali jste před uvedením BIO do vaší jídelny, zda o ně bude zájem?

Tabulka 10 (n=10)

Odpověď	Podíl (%)
Ano	20
Ne	80

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 12



Zdroj: Vlastní výzkum

Většina stravovacích zařízení se před uvedením biopotravin do své jídelny nestarala o to, zda o ně bude zájem (80 %), zbylých 20 % ano.

Otázka č. 11: Od kterých dodavatelů nejčastěji nakupujete biopotraviny? (uved'te pořadí 1-3)

Tabulka 11 (n=10)

Dodavatelé	Pořadí			
z Jihočeského kraje	1	1	1	2
národní dodavatelé	3	2	2	1
ze zahraničí	2	3	3	3

Zdroj: Vlastní výzkum

Čtyři z dotazovaných zařízení uvedly pořadí, od kterých dodavatelů nejčastěji nakupují biopotraviny, dalších pět zařízení nakupuje pouze od dodavatele, který sídlí v Jihočeském kraji, a zbylé jedno zařízení na danou otázku nezná odpověď.

Otázka č. 12: Z jakého důvodu nezařazujete BIO do své nabídky? (možno více odpovědí)

Tabulka 12 Důvod nezařazování biojidel do nabídky (n=41)

Důvod	Podíl (%)
Vysoká cena	78
Nezájem strážníků	5
Jiný důvod	17

Zdroj: Vlastní výzkum

Nejčastějším důvodem, proč dotazované stravovací zařízení nezařazují biopotraviny do své nabídky, je jejich cena. Odpověď „drahé“ zvolilo 32 zařízení. Jedno zařízení školní jídelny uvedlo zároveň jiný důvod a to konkrétně, že jsou pro ně biopotraviny málo dostupné. Celkem 2 zařízení odpověděla, že o biopotraviny není zájem. Jako jiný důvod uvedla zařízení nedostupnost biopotravin (2), obchodní zástupci a dovozci potravin biopotraviny nenabízí (4) a dále pak se vaří pouze staročeská jídla a biopotraviny by se nehodily do jídelníčku (1).

Otázka č. 13: V jakém případě byste byli ochotni zařadit BIO do vaší nabídky? (možno více odpovědí)

Tabulka 13 (n=40)

Odpověď	Podíl (%)
Levnější	63
Dostupnější	20
Levnější + dostupnější	17

Zdroj: Vlastní zdroj

Pokud by biopotraviny byly levnější, bylo by celkem 25 zařízení ochotno zařadit je do svého jídelníčku. Možnost „dostupnější“ zvolilo 8 stravovacích zařízení. Jiný důvod nebyl zvolen. Někteří z respondentů vybrali možnost „levnější“ a zároveň „dostupnější“ (7).

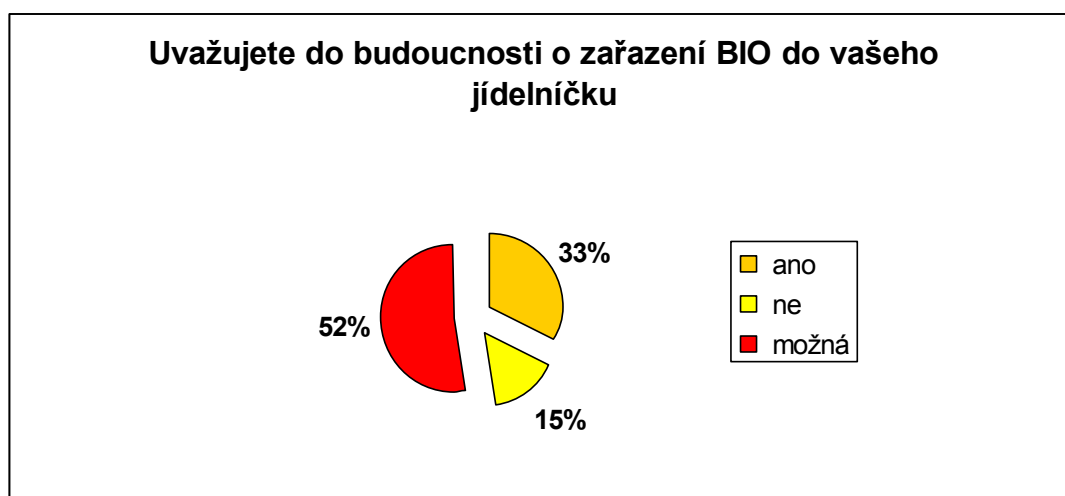
Otázka č. 14: Uvažujete do budoucnosti o zařazení BIO do vašeho jídelníčku?

Tabulka 14 (n=40)

Odpověď	Podíl (%)
Ano	33
Ne	15
Možná	52

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 13



Zdroj: Vlastní výzkum

Největší podíl (52 %) v grafu č. 11 tvoří odpověď „možná“. Tzn., že celkem 21 stravovacích zařízení si není jisto, zda by někdy v budoucnu chtělo biopotraviny zařadit nebo ne a stále o tom uvažuje. 13 zařízení (33 %) by v budoucnu chtělo mít biopotraviny na svém jídelníčku a 6 zařízení (15 %) neuvažuje o tom, že by někdy biopotraviny do jídelníčku zařadily.

Otázka č. 15: Byli byste ochotni na základě velkého zájmu BIO zařadit?

Tabulka 15 (n=40)

Odpověď	Podíl (%)
Ano	57
Ne	15
Možná	28

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 14



Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu č. 12 vyplývá, že celkem 57 % dotazovaných zařízení (23) by v případě velkého zájmu ze strany konzumentů biopotravin do svého jídelníčku zařadily. 28 % (11) by stále o zařazení biopotravin uvažovalo. Pouhých 15 % (6) by biopotravin nezařadilo ani v okamžiku, kdy by o ně projevili konzumenti velký zájem.

Lázeňské zařízení by bylo ochotno biopotravin zařadit pouze v případě, pokud by strážníci sami biopotravin vyžadovali. Největší počet odpovědi „ne“ tvořily domovy důchodců a seniorů (4). Jako důvod nejčastěji zástupci těchto zařízení uváděli, že jejich klientela je převážně nemohoucí, ležící a je jim jedno co jedí, nebo smí jíst pouze tekutou stravu. Jiní jsou zvyklí na klasická jídla a biopotravin by jim nevyhovovaly. Dalším důvodem bylo, že domovy nemají dostatek financí, aby svým strážníkům dopřávaly biopotravin, a proto je do svého jídelníčku zařadit nemohou.

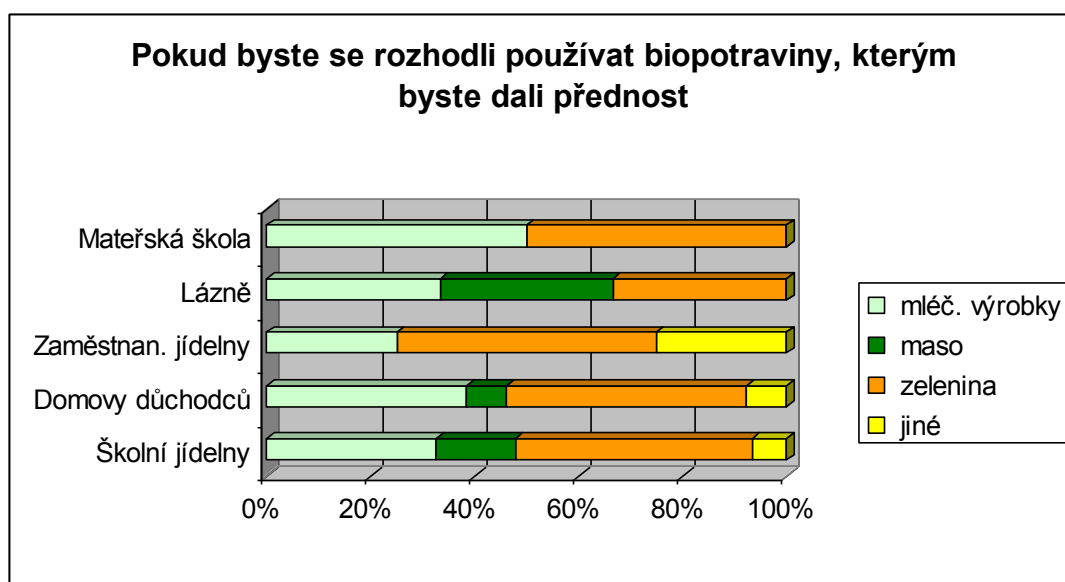
Otázka č. 16: Pokud byste se do budoucna rozhodli používat biopotravinu, kterým byste dali přednost? (možno více odpovědí)

Tabulka 16 Do budoucna používané biopotravinu (n=40)

Biopotravinu	Počet odpovědí					Celkem
	Školní jídelny	Domovy důch.	Zam. jídelny	Lázně	MŠ	
Mléč. výrobky	15	5	1	1	1	23
Maso	7	1	0	1	0	9
Zelenina	21	6	2	1	1	32
Jiné	3	1	1	0	0	5

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 15



Zdroj: Vlastní výzkum

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že největší zájem v případě uvedení biopotravin by byl o zeleninu (32), dále pak o mléčné výrobky (23). O biomaso by pak mělo zájem 9 zařízení. Jako jiné biopotravinu byly uváděny zejména různé přílohy, různá jídla dle týdenního jídelníčku a podle zájmu strážníků, či jakékoli ostatní (je jim jedno jaké nebo zatím nemají představu).

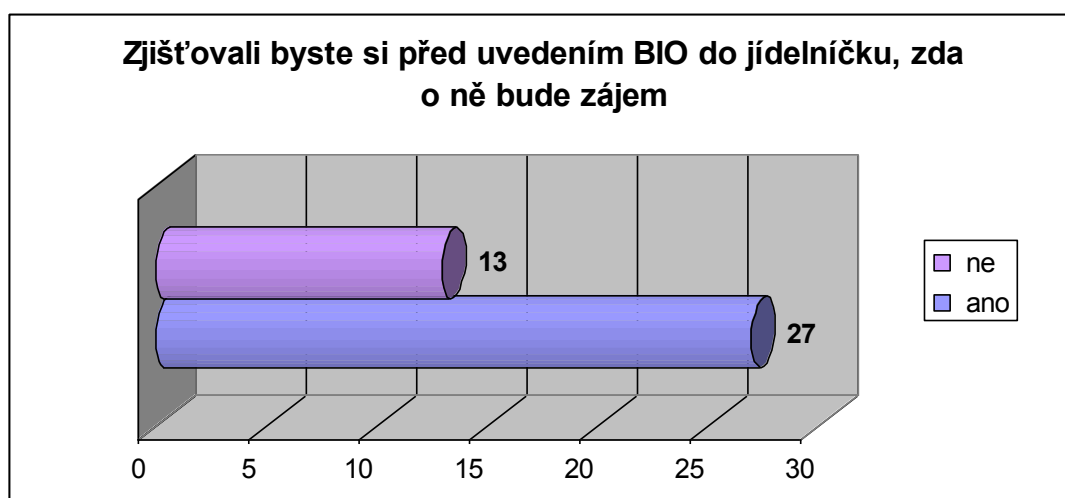
Otázka č. 17: Zjišťovali byste si před uvedením BIO do jídelníčku, zda o ně bude zájem?

Tabulka 17 (n=40)

Odpověď	Podíl (%)
ano	67,5
ne	32,5

Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 16



Zdroj: Vlastní výzkum

Z celkového počtu stravovacích zařízení, které do svého jídelníčku biopotraviny nezařazují (40) by si 27 z nich předem zjišťovalo, zda by o ně byl zájem či ne (což tvoří 67,5 %). Zbylých 13 by průzkum nedělalo (32,5 %). Do těchto stravovacích zařízení, která by si nezjišťovala, zda bude o biopotraviny zájem, patří 2 zařízení domova důchodů, která v budoucnu nehodlají biopotraviny používat.

5 NÁVRH OPATŘENÍ

5.1 Potvrzení, vyvrácení hypotéz

Pomocí provedení vlastního výzkumu a na základě získaných dat v praktické části je možné potvrdit či vyvrátit pracovní hypotézy, které byly stanoveny před zahájením výzkumu.

1. nabídka biopotravin ve veřejném stravování je nízká

Tuto hypotézu můžeme potvrdit, protože na základě výzkumu se ukázalo, že biopotraviny do svého jídelníčku nezařazuje 40 (tj. 80 %) zkoumaných stravovacích zařízení. Pouze zbylých 10 zařízení (tj. 20 %) některé biopotraviny používá (viz. graf č. 3). Z těchto deseti stravovacích zařízení, které biopotraviny používají, je má 30 % méně než půl roku, 20 % více než 2 roky a 50 % přibližně rok (viz. tabulka č. 4).

2. hlavní roli při rozhodování, zda biopotraviny zařadit či nezařadit do jídelníčku, hraje cena těchto potravin

Z výsledků jasně vyplývá, že hlavním důvodem, proč stravovací zařízení nezařazují biopotraviny do své nabídky je jejich vysoká cena (viz. tabulka č. 12). Méně častým důvodem je pak nezájem strážníků, nedostupnost biopotravin, nebo fakt, že je dodavatelé potravin stravovacím zařízením nenabízí. Pokud by biopotraviny byly levnější, či stejně cenově náročné jako běžné potraviny, bylo by 32 dotazovaných stravovacích zařízení ochotno biopotraviny zařadit do své nabídky. Dalších 15 zařízení by si přálo, aby byly biopotraviny více dostupné. Tuto hypotézu můžeme tedy potvrdit.

3. v budoucnu se bude nabídka biopotravin ve veřejných stravovnách zvyšovat

Na základě zjištěných dat je zřejmé, že tuto hypotézu nemůžeme potvrdit ani vyvrátit. Přesto, že 13 stravovacích zařízení do budoucna uvažuje o zařazení biopotravin (či už je o tom rozhodnuta) a 6 zařízení ne, je tady zbylých 21 zařízení, které stále neví zda biopotraviny v budoucnu používat nebo ne. V případě, že by o biopotraviny byl velký zájem, bylo by 23 zařízení ochotno je zařadit, 6 ne a dalších 11 by stále o uvedení biopotravin uvažovalo.

5.2 Návrhy a doporučení

Pro dodavatele může být zajímavá zpráva, že 80 % z oslovených stravovacích zařízení biopotraviny do jídelníčku vůbec nezařazuje a zbylých 20 % zařazuje pouze jednotlivé biopotraviny – nepřipravují pokrmy kompletně z biopotravin. Je tedy možné je oslovit. Zejména pak tu skupinu, která o zařazení biopotravin do nabídky pokrmů uvažuje. S ohledem na to, že vedoucí těchto zařízení zařazení biopotravin zvažují „v případě většího zájmu strávníků, mohou dodavatelé i pomocí připravit průzkum mezi strávniky“. Určitě by rovněž dodavatelé mohli poskytnout stravovacím zařízením více informací o dostupných bioproduktech a biopotravinách i o vývoji zájmu domácností o nákup biopotravin pro vlastní potřebu.

Při dotazování jsem se dozvěděla další zajímavé informace, na které jsem se neptala v dotazníku. Jako méně vhodná cílová skupina se například jeví vývařovny domovů důchodců a zařízení pro seniory, zde se objevuje řada argumentů proti smyslu zařazování biopotravin do jídelníčku. Většina vedoucích domovů důchodců a seniorů se shodla na tom, že biopotraviny nejsou pro tento typ provozovny vhodné. A to z těch důvodů, že klientela domovů důchodců je převážně ležící, nemohoucí, někteří se musí stravovat tekutou stravou, či je jim jedno co jedí, nebo jsou zvyklí na obyčejná staročeská jídla. Dalším důvodem, proč biopotraviny nedoporučit, je omezený rozpočet těchto zařízení (některá zařízení podávají stravu až 5x denně, což je finančně náročné). Vedoucí provozoven uváděli, že by si biopotraviny mohli dovolit nabízet pouze v případě, kdyby byly levnější než jsou doposud, nebo nejlépe stejně drahé jako klasické potraviny. To však není příliš pravděpodobné, protože úsilí, které je nutné vynaložit na výrobu biopotravin, a také zpravidla nižší výnosy v případě rostlinné produkce se zákonitě musí projevit na jejich ceně. Dále se některá zařízení domovů důchodců nachází v oblasti, kde jsou biopotraviny nedostupné či jejich doprava by byla velmi obtížná, což je další důvodem, proč by se jim biopotraviny ještě více prodražily.

Školních jídelen, které biopotraviny nabízí, zatím také existuje pouze malý počet. Problém je skutečnost, že se zájemcům o biopotraviny v tomto zařízení nedostane žádného doporučení, informací o původu, ani zde není kvalifikovaný personál, který zájemci doporučí biopotravinu, kterou hledá. Musí se tedy spoléhat na své znalosti či

vybírat podle momentální chuti. Většina zařízení školních jídelen v této době je přístupná nejen studentům základních, středních a vysokých škol, ale i široké veřejnosti. V denní nabídce je na výběr několik druhů jídel, mezi které patří i jídla dietní či bezmasá, proto si myslím, že jídla z biopotravin by se do těchto nabídek hodila. Sortiment nabízených biopotravin je v dnešní době široký, proto by se dalo pro tyto účely využít téměř každé biopotravině od masa, přes přílohy, ovoce až po mléčné výrobky. Dále se v těchto zařízeních nachází vedle pokladen různé stojany, police, chladicí boxy, ze kterých mají strážníci možnost vybrat si také ze širokého sortimentu potravin. Některé biopotravině s delší trvanlivostí (např. jogurty, müsli tyčinky, džusy) bych doporučila umístit i do těchto stojanů k běžným potravinám. I zde platí doporučení k častému obměňování biopotravin, ke snaze rozšiřovat sortiment, k častému doplňování sortimentu atd. Při rozšiřování sortimentu se mohou stravovací zařízení zaměřit na ochutnávky nových výrobků nebo novinek na trhu a pokusit se zaujmout nebo zvýšit tím zájem o daný výrobek.

Některé zaměstnanecké jídelny mohou být součástí školní jídelny, nebo je pro zaměstnance vymezena samostatná místnost, pro ně platí totéž doporučení jako pro školní jídelny.

Do lázeňských zařízení bych biopotravině doporučila například formou lázeňského posezení, kde je možnost občerstvení (restaurace, kavárny, kantýny) a biopotravinám by zde mohla být vymezena určitá část. Dále by se biopotravině také mohly stát součástí denního menu pro návštěvníky lázní, kteří většinou mají na výběr z několika druhů jídel.

Z odpovědí v dotazníku lze konstatovat, že stravovací zařízení, která již biopotravině nakupují, preferují jihočeské dodavatele. Pokud by se tedy podařilo získat pro biopotravině další vývařovny, je možné se domnívat, že se opět regionální dodavatelé uplatní.

Stravovacím zařízením, která již ve své nabídce biopotravině mají, lze pouze doporučit, aby biopotravině nabízela i nadále a neustále rozšiřovala sortiment. Samozřejmě se každé takové zařízení musí zaměřit na čerstvost, obměňování, časté doplňování sortimentu, zboží by mělo být uspořádáno do sortimentních skupin a regály, ve kterých se biopotravině nachází, by mělo být dobře osvětleno. Biopotravině by se

měly uchovávat v suchu a chladu, aby se nekazily zbytečně rychle. Nejvhodnější je používat především čerstvé zboží, jako například čerstvé pečivo, ovoce a zeleninu, sušenky či müsli tyčinky, džusy, jogurty, ostatní mléčné výrobky a další biopotraviny dle denní potřeby daného zařízení.

6 ZÁVĚR

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo analyzovat nabídku biopotravin v provozovnách veřejného stravování. Dále pak připravit a provést marketingový výzkum na zjištění nabídky ve veřejném stravování pomocí dotazníkového šetření.

V praktické části byl proveden vlastní výzkum, jehož cílem bylo zjistit, zda vybrané provozovny a zařízení veřejného stravování nabízí některé biopotraviny či ne, kterým biopotravinám dávají přednost, s jakou odezvou se u konzumentů setkali, popřípadě z jakého důvodu nezařazují biopotraviny a zda do budoucnosti uvažují zařadit biopotraviny do své nabídky. Výzkum byl proveden v Jihočeském kraji (zejména Českobudějovicko a Třeboňsko) okolí Českých Budějovic a Třeboně) pomocí dotazníkového šetření, formou ústního a telefonického dotazování na základě nahodilého výběru. Celkový počet vybraných stravovacích zařízení dosáhnul 50, z toho bylo 31 zařízení součástí školní jídelny, 12 zařízení domovů důchodců a seniorů, 2 lánů, 4 zaměstnanecké jídelny a jedna jídelna mateřské školy.

Prostřednictvím marketingového výzkumu bylo zjištěno, že z celkového počtu dotazovaných stravovacích zařízení (50) zařazuje pouze 20 % biopotraviny do svého jídelníčku, zbylých 80 % nikoli. 50 % zařízení, které ve svém jídelníčku biopotraviny mají, je používá zhruba rok, 30 % méně než půl roku a dalších 20 % více než 2 roky. Mezi nejčastěji uváděné používané biopotraviny patřili mléčné výrobky (8) a zelenina (5). Nejvíce měly stravovací zařízení jedno bio jídlo v nabídce (5). Dotazovaná stravovací zařízení nejčastěji svůj jídelníček mění týdně (6). Dále z dotazníkového šetření vyplynulo, že 40 % stravovacích zařízení má jídla z biopotravin o 10 % dražší než jídla běžná, 30 % o 5 % dražší, 20 % o 25 % dražší a 10 % dotazovaných stravovacích zařízení uvedlo, že jsou jejich bio jídla o více než 25 % dražší. Odezva na používané biopotraviny byla ze stejné části kladná i neutrální (4). Se zápornou odezvou se setkali ve dvou stravovacích zařízeních. Z celkových deseti stravovacích zařízení, která biopotraviny používají, uvedlo 20 %, že si před uvedením biopotravin zjišťovaly, zda o ně bude zájem. Stravovací zařízení nejčastěji nakupují biopotraviny od dodavatelů z Jihočeského kraje (8). Nejdůležitějším důvodem, proč dotazovaná stravovací zařízení nezařazují biopotraviny do své nabídky, je jejich cena (32). Méně častým důvodem pak

byl nezájem strážníků (2), nedostupnost biopotravin (2), nenabízí je dovozci (4). Dotazovaná stravovací zařízení by byla ochotna biopotraviny zařadit, pokud by byly levnější (32) či dostupnější (15). Nejvíce zařízení není stále rozhodnuto, zda bude biopotraviny v budoucnu používat nebo ne (21). Část dotazovaných zařízení uvažuje o zařazení biopotravin (13), menší část o jejich zařazení neuvažuje (6). Na základě velkého zájmu o biopotraviny by 23 dotazovaných zařízení bylo ochotno biopotraviny používat, dalších 6 ne a zbylých 11 zařízení by se stále rozhodovalo. Pokud by se tato stravovací zařízení do budoucna rozhodla zařadit biopotraviny, dala by pravděpodobně přednost zelenině (32) a mléčným výrobkům (23).

První hypotéza, se kterou jsem pracovala měla následující znění: „nabídka biopotravin ve veřejném stravování je nízká“. Tuto hypotézu jsem na základě dotazníkového šetření mohla potvrdit, protože 20 % dotazovaných stravovacích zařízení biopotraviny zařazuje do svého jídelníčku a zbylých 80 % ne. Další hypotéza (hlavní roli při rozhodování, zda biopotraviny zařadit či nezařadit do jídelníčku, hraje cena těchto potravin) byla také potvrzena, jelikož 32 zařízení odpovědělo, že jsou pro ně biopotraviny moc drahé. Předpokládám, že do budoucna se bude nabídka biopotravin ve veřejných stravovnách zvyšovat. Tuto poslední hypotézu se na základě získaných dat nepodařilo vyvrátit ani potvrdit, protože 13 zařízení do budoucna uvažuje o zařazení biopotravin, 6 zařízení ne, ale zbylých 21 dotazovaných zařízení stále není rozhodnuta, zda biopotraviny používat či ne.

Na závěr bych ráda uvedla, že mě mile překvapila ochota všech dotazovaných stravovacích zařízení spolupracovat. Osobní i telefonický kontakt s vedoucími těchto zařízení byl velmi příjemný, a proto pro mě tato práce byla velmi zajímavá a poučná.

7 SUMMARY

The main object of my bachelor work was to analyse supply of organic food in of gastronomy. Then also to prepare and accomplish market research in order to discovery supply in gastronomy through questionnaire survey.

Theoretical part was devoted to theory, gathered from scholarly literature and other available sources. This part engaged organic food, introduced the notion of organic food and their labeling, their processing, storage, registration and transport. Furthermore this part was devoted to the organic farming, its objectives, control and certification and production. This part dealt with question of communal feeding and not at least definitions and theory of marketing research were explained.

The empirical part presents results of own research, whose objective was to find out, if chosen establishments and facilities of gastronomy offer some organic food or not, which kind of organic food they prefer, which response of consumers they met or why they don't offer biofoods. In that case, there was a question if they suppose to incorporate organic food to their offer in the future. Research was pursued in South Bohemia region (particularly in the area of České Budějovice and Třeboň) through a questionnaire survey, by manner of verbal and telephone surveying using method of accidental sampling.

8 LITERATURA

Bio v Čechách. Moje Zdraví, 2007, roč. 5, č. 9, s. 13. ISSN 1214-3871.

Červenka, J., Kovářová, K. Biopotraviny. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2005, 110 s. ISBN 80-23- 1404-4.

Gustav, T., Vávrová, V. Marketing management. 1. vyd. Praha: ČVUT, 1999, 406 s. ISBN 80-01-01904-7.

Kozel, R. a kol. Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2006, 280 s. ISBN 80-247-0966-X.

Liška, J. Podnikatelská činnosti ve společném stravování a hotelnictví. 1. vyd. Brno: Masarykova universita, 1995, 83 s. ISBN 80-210-1238-2.

Majaro, S. Základy marketingu. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996, 312 s. ISBN 80-7169-297-2.

Mlejnková, L. a kol. Služby společného stravování. 1. vyd. Praha: VŠE, 2005, 102 s. ISBN 80-245-0870-2.

Moudrý, J. a kol. České biopotraviny. Praha: AGROSPOJ, 1995, 196 s.

Moudrý, J., Prugar, J. Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů. České Budějovice: JČU, 2001, 152 s. ISBN 80-7040-526-0.

Moudrý, J., Prugar, J. Biopotraviny – hodnocení kvality, zpracování a marketing. Praha: ÚZPI, 2002, 34 s. ISBN 80-7271-111-3.

Nařízení Rady 2092/91 ES

OLMA Bio-Via Natur. Moje zdraví, 2007, roč. 5, č. 2, s. 49. ISSN 1214-3871.

Petr, J. a kol. Ekologické zemědělství. 1.vyd. Praha: Brázda, 1992, 312 s. ISBN 80-209-0233-3.

Příbová, M. a kol. Marketingový výzkum v praxi. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 1996, 248 s. ISBN 80-7169-299-9.

Šarapatka, B. a kol. Praktická příručka č. 3: 90 argumentů pro ekologické zemědělství. 1. vyd. Olomouc: Bioinstitut, o.p.s., 2007, 16 s. ISBN 978-80-87080-07-8.

Šarapatka, B., Urban, J. a kol. Ekologické zemědělství. 1. vyd. Šumperk: PRO-BIO, 2005, 334 s. ISBN 80-903583-0-6.

Stávková, J., Dufek, J. Marketingový výzkum. 2. vyd. Brno: Mendelova univerzita, 2004, 191 s. ISBN 80-7157-795-2.

Základní informace pro každého. Bio speciál. Liga Ekologických Alternativ, 2005, s. 2.

Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství

www.bio-produkty.cz: Certifikovaná produkce bioproduktů [cit. dne 9. listopadu 2007].

Dostupné na internetu: <http://www.bio-produkty.cz/bioprodukty.aspx>

www.bydleni.cz: Beníšková, P. Víte, co jsou biopotraviny? [cit. dne 9. října 2006].

Dostupné na Internetu: <http://www.bydleni.cz/clanek/Biopotraviny-maji-budoucnost>

www.kez.cz: Základní info [cit. dne 28. října 2007]. Dostupné na Internetu:

<http://www.biopotraviny.info/zakladniinfo.html>

www.kez.cz: O společnosti [cit. dne 26. října 2007]. Dostupné na internetu:

<http://www.kez.cz/main.php?pageid=220>

www.pro-bio.cz: Svaz ekologických zemědělců ČR [cit. dne 8. listopadu 2007].

Dostupné na internetu: <http://www.pro-bio.cz/cesky.htm>

Příloha 1

Dotazník – analýza nabídky biopotravin ve veřejném stravování

Dobrý den, jmenuji se Pavlína Kocandová, jsem studentkou Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích a zpracovávám svou bakalářskou práci na téma „Analýza nabídky biopotravin ve veřejném stravování“. K tomuto tématu se vztahuje i dotazník.

Všechny Vámi uvedené informace slouží pouze pro statistické účely, budou zpracovány anonymně a nebudou jednotlivě uveřejněny. Celkově bude vyplnění trvat cca 10 minut. Děkuji za ochotu při vyplňování dotazníku.

1. Vaše stravovací zařízení je součástí:

domova důchodců lázní školní jídelny zaměstnanecké jídelny jiné

2. Kolik porcí jídla denně v průměru připravíte?

3. Zařazujete některé biopotraviny do vašeho jídelníčku?

Ano

Ne (pokračujte otázkou 11)

<p>4. Jak dlouho máte BIO ve vašem jídelníčku? <input type="checkbox"/> méně než půl roku <input type="checkbox"/> rok <input type="checkbox"/> více než 2 roky</p> <p>5. Jaké biopotraviny používáte nejčastěji? (možno více odpovědí) <input type="checkbox"/> mléčné výr. <input type="checkbox"/> maso <input type="checkbox"/> zelenina <input type="checkbox"/> jiné, uveďte</p> <p>6. Kolik jídel BIO máte v nabídce? <input type="checkbox"/> jedno <input type="checkbox"/> dvě <input type="checkbox"/> více, uveďte</p> <p>7. Jak často obměňujete jídelníček? <input type="checkbox"/> denně <input type="checkbox"/> týdně <input type="checkbox"/> měsíčně ...?</p> <p>8. O kolik % (zhruba) jsou vaše BIO jídla dražší než jídla běžná? <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 25 <input type="checkbox"/> více</p> <p>9. S jakou odezvou na BIO jídla jste se setkali u vašich konzumentů? <input type="checkbox"/> kladnou <input type="checkbox"/> zápornou <input type="checkbox"/> neutrální</p> <p>10. Zjišťovali jste před uvedením BIO do vaší jídelny, zda o ně bude zájem? <input type="checkbox"/> ano <input type="checkbox"/> ne</p> <p>11. Od kterých dodavatelů nejčastěji nakupujete biopotraviny? (uveďte pořadí 1-3) a) z Jihočeského kraje b) od národních dodavatelů c) ze zahraničí</p>	<p>12. Z jakého důvodu nezařazujete BIO do své nabídky? (možno více odpovědí) <input type="checkbox"/> drahé <input type="checkbox"/> nezáměr strážníků <input type="checkbox"/> jiný důvod</p> <p>13. V jakém případě byste byli ochotni zařadit BIO do vaší nabídky? (možno více odpovědí) <input type="checkbox"/> levnější <input type="checkbox"/> dostupnější <input type="checkbox"/> jiné, uveďte</p> <p>14. Uvažujete do budoucna o zařazení BIO do vašeho jídelníčku? <input type="checkbox"/> ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/> možná</p> <p>15. Byli byste ochotni na základě velkého zájmu BIO zařadit? <input type="checkbox"/> ano <input type="checkbox"/> ne <input type="checkbox"/> možná</p> <p>16. Pokud byste se do budoucna rozhodli používat biopotraviny, kterým byste dali přednost? (možno více odpovědí) <input type="checkbox"/> mléčné výr. <input type="checkbox"/> maso <input type="checkbox"/> zelenina <input type="checkbox"/> jiné, uveďte</p> <p>17. Zjišťovali byste si před uvedením BIO do jídelníčku, zda o ně bude zájem? <input type="checkbox"/> ano <input type="checkbox"/> ne</p>
--	--

Příloha 2

Seznam tabulek a grafů

- Tabulka 1: Zastoupení jednotlivých typů stravovacích zařízení
- Tabulka 2: Počet připravených porcí – jednotlivé provozovny
- Tabulka 3: Zařazujete některé biopotraviny do vašeho jídelníčku
- Tabulka 4: Jak dlouho máte BIO ve vašem jídelníčku
- Tabulka 5: Jaké biopotraviny používáte nejčastěji
- Tabulka 6: Kolik jídel BIO máte v nabídce
- Tabulka 7: Jak často obměňujete jídelníček
- Tabulka 8: O kolik % (zhruba) jsou vaše BIO jídla dražší než jídla běžná
- Tabulka 9: S jakou odezvou na BIO jídla jste se setkali u vašich konzumentů
- Tabulka 10: Zjišťovali jste před uvedením BIO do vaší jídelny, zda o ně bude zájem
- Tabulka 11: Od kterých dodavatelů nejčastěji nakupujete biopotraviny
- Tabulka 12: Důvod nezařazování biojidel do nabídky
- Tabulka 13: V jakém případě byste byli ochotni zařadit BIO do vaší nabídky
- Tabulka 14: Uvažujete do budoucna o zařazení BIO do vašeho jídelníčku
- Tabulka 15: Byli byste ochotni na základě velkého zájmu BIO zařadit
- Tabulka 16: Do budoucna používané biopotraviny
- Tabulka 17: Zjišťovali byste si před uvedením BIO do jídelníčku, zda o ně bude zájem

- Graf 1: Vaše stravovací zařízení je součástí
- Graf 2: Kolik porcí jídla denně v průměru připravíte – domovy důchodců
- Graf 3: Kolik porcí jídla denně v průměru připravíte – zaměstnanecké jídelny
- Graf 4: Kolik porcí jídla denně v průměru připravíte – školní jídelny
- Graf 5: Zařazujete některé biopotraviny do vašeho jídelníčku
- Graf 6: Jak dlouho máte BIO ve vašem jídelníčku
- Graf 7: Jaké biopotraviny používáte nejčastěji
- Graf 8: Kolik jídel BIO máte v nabídce
- Graf 9: Jak často obměňujete jídelníček
- Graf 10: O kolik % (zhruba) jsou vaše BIO jídla dražší než jídla běžná
- Graf 11: S jakou odezvou na BIO jídla jste se setkali u vašich konzumentů
- Graf 12: Zjišťovali jste před uvedením BIO do vaší jídelny, zda o ně bude zájem
- Graf 13: Uvažujete o budoucnu o zařazení BIO do vašeho jídelníčku
- Graf 14: Byli byste ochotni na základě velkého zájmu BIO zařadit
- Graf 15: Pokud byste se rozhodli používat biopotraviny, kterým byste dali přednost
- Graf 16: Zjišťovali byste si před uvedením BIO do jídelníčku, zda o ně bude zájem