

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



**Bakalářská práce**

**Vybrané aspekty distribuce biopotravin**

**Lucie Fillingerová**

© 2014 ČZU v Praze

**!!!**

**Místo této strany vložíte zadání bakalářské práce.  
(Do jedné vazby originál a do druhé kopii)**

**!!!**

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Vybrané aspekty distribuce biopotravin" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské 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 bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 11. 2014

---

## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí bakalářské práce Ing. Anně Belové, CSc. a následně Ing. Petře Šánové, Ph.D. za odborné vedení práce, cenné rady a připomínky, které vedly ke zpracování bakalářské práce.

# Vybrané aspekty distribuce biopotravin

---

## Selected Aspects of Organic Foods Distribution

### **SOUHRN**

Tato bakalářská práce pojednává o ekologickém zemědělství a současné situaci v České republice. Jsou zde popsány principy ekologického zemědělství, základní pojmy a hlavní kritéria, které musí ekologičtí zemědělci splňovat. Dále řeší problematiku biopotravin, do které spadají způsoby jejich zpracování, značení a kontroly. Pozornost je též věnována současnému trhu s biopotravinami, poptávce po nich a především distribuci biopotravin. Hlavním cílem je zhodnotit využití tzv. ostatních distribučních cest biopotravin v České republice, kterými se v této práci rozumí specializované prodejny, farmářské trhy, přímý prodej na farmě, on-line prodej přes internet, lékárny a systém biobedýnek. Na základě provedeného dotazníkového šetření mezi spotřebiteli biopotravin jsou charakterizovány výhody a nevýhody jednotlivých distribučních cest oproti nákupu biopotravin v obchodních řetězcích. Cílem dotazníkového šetření bylo též zjistit, jakou formu prodeje spotřebitelé upřednostňují.

### **Klíčová slova:**

biopotraviny, kvalita biopotravin, cena, nabídka, distribuce biopotravin, český spotřebitel, specializované prodejny, farmářské trhy

## **SUMMARY**

This bachelor thesis deals with ecological agriculture and the current situation in the Czech Republic. There are described the principles of ecological agriculture, basic terms and the main aspects which ecological farmers must follow. The thesis also works with the matter of organic foods that includes the methods of processing, labeling and controlling. The attention is also paid to the present market with organic food, demand for them and mainly for the distribution of organic food. The main aim is to evaluate the use of so-called other distribution channels of organic food in the Czech Republic, which means specialized stores, farmer's markets, direct farm sale, on-line sale on the Internet, pharmacies and a system of bioboxes. Based on the questionnaire survey among consumers of organic food there are characterized advantages and disadvantages of individual distribution channels compared to buying organic foods in chain stores. The aim of the questionnaire survey was also to find out the preferred form of consumer's sales.

### **Keywords:**

Organic food, quality of organic food, price, offer, distribution of organic food, Czech consumer, specialized stores, farmers markets

## OBSAH

1	Úvod.....	5
2	Cíl práce a metodika .....	6
2.1	Cíle práce .....	6
2.2	Metodika práce .....	6
3	Teoretická východiska .....	8
3.1	Ekologické zemědělství .....	8
3.1.1	Charakteristiky a principy ekologického zemědělství .....	8
3.1.2	Důvody vzniku ekologického zemědělství .....	9
3.1.3	Současný stav a vývoj ekologického zemědělství v ČR.....	11
3.2	Biopotraviny .....	12
3.2.1	Charakteristika a zpracování.....	12
3.2.2	Kontrola .....	13
3.2.3	Značení biopotravin .....	14
3.2.4	Kvalita biopotravin .....	15
3.3	Český trh s biopotravinami .....	19
3.3.1	Poptávka po biopotravinách.....	20
3.3.2	Distribuce biopotravin .....	23
4	Diskuze .....	27
4.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	27
4.2	Zhodnocení .....	38
5	Závěr .....	42
6	Seznam použitých zdrojů.....	45
7	PŘÍLOHY .....	49

## SEZNAM OBRÁZKŮ

<b>Obrázek 1:</b> Evropské logo .....	15
<b>Obrázek 2:</b> České logo EZ ("biozebra").....	15

## SEZNAM TABULEK

<b>Tabulka 1:</b> <i>Vývoj výměry zemědělské půdy ekologického zemědělství ČR.....</i>	11
<b>Tabulka 2:</b> <i>Souhrn výsledků kvality potravin .....</i>	18
<b>Tabulka 3:</b> <i>Vývoj trhu biopotravin ČR v letech 2006 - 2012 .....</i>	19
<b>Tabulka 4:</b> <i>Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obratu biopotravin v ČR .....</i>	23

## SEZNAM GRAFŮ

<b>Graf 1:</b> <i>Věkové zastoupení respondentů .....</i>	28
<b>Graf 2:</b> <i>Ekonomický status respondentů .....</i>	28
<b>Graf 3:</b> <i>Měsíční výdaje za biopotraviny .....</i>	29
<b>Graf 4:</b> <i>Preferované formy prodeje biopotravin .....</i>	30

<b>Graf 5:</b> <i>Zkušenosti spotřebitelů s jednotlivými formami prodeje biopotravin</i> .....	30
<b>Graf 6:</b> <i>Výhody jednotlivých forem prodeje biopotravin oproti obchodním řetězcům</i> .....	31
<b>Graf 7:</b> <i>Nevýhody jednotlivých forem prodeje biopotravin oproti obchodním řetězcům</i> ...	33
<b>Graf 8:</b> <i>Nedostatky v sortimentu specializovaných prodejen</i> .....	34
<b>Graf 9:</b> <i>Rizika online nákupu biopotravin</i> .....	35
<b>Graf 10:</b> <i>Farmářské trhy a biopotraviny</i> .....	36
<b>Graf 11:</b> <i>Informovanost spotřebitelů o dostupnosti biobedýnek</i> .....	36
<b>Graf 12:</b> <i>Důležitost původu biopotravin</i> .....	37



# 1 Úvod

Ekologické zemědělství, biopotraviny, zdravý životní styl, či ochrana životního prostředí, to jsou v současnosti velmi zmiňované pojmy. Trendem je zvyšující se zájem spotřebitelů stravovat se kvalitnějšími a tím pádem i zdravějšími potravinami. Zajímají se, z čeho byly potraviny na jejich stole vyrobeny, kde byly suroviny vypěstovány a jakým způsobem zpracovány. Lidé taktéž pocítují potřebu snížit dopady a negativní vlivy na životní prostředí dnešní konzumní společnosti, a to nejen pro sebe, ale i pro budoucí generace. A to je také jedním ze základních principů ekologického zemědělství.

V ekologickém zemědělství jsou potraviny produkovány bez aplikace umělých látek, za využití metod, které zajišťují životní pohodu zvířat, šetří primární zdroje a životní prostředí. Biopotraviny jsou důležitou součástí udržitelného a zdravého stravování.

Přestože zájem spotřebitelů o biopotraviny neustále stoupá, jedná se v České republice stále jen o malé procento těch, kteří je nakupují. Dosud se najde mnoho lidí, kteří tomuto směru nedůvěřují, nebo se jim zdají být biopotraviny drahé. Nedůvěra většinou pramení z nedostatečné informovanosti a ničím nepodložené mediální výstupy, zpochybňující kvalitu biopotravin, informovanosti také nepřidají. Oproti tomu je však prospěšnost ekologického zemědělství a kvalita biopotravin pravidelně zdůrazňována mezi veřejností prostřednictvím různých propagačních akcí. Jako příklad lze uvést „Září – měsíc biopotravin a ekologického zemědělství“.

Nelze podceňovat také důležitost distribuce biopotravin. Je třeba, aby k bioproduktům měla přístup široká veřejnost. Dříve bylo možné sehnat biopotraviny jen v malém množství pouze na ekofarmách. Postupně se možnosti jejich nákupu rozšiřují a biopotraviny se stávají dostupnějšími. Při výběru prodejního místa si však český spotřebitel pochopitelně vybírá. Zvolí to, které mu nabídne takové potraviny, které odpovídají jeho požadavkům především na kvalitu a zároveň jsou pro něj cenově přijatelné a dostupné v dostatečném sortimentu.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíle práce**

Hlavním cílem této bakalářské práce je zhodnocení tzv. ostatních distribučních cest biopotravin v České republice a diskuze jejich kladů a záporů. Ostatními distribučními cestami se rozumí: specializované prodejny, farmářské trhy, přímý prodej na farmě, on-line prodej přes internet a lékárny.

Dílčím cílem je vytvoření teoretické poznatkové báze, provedení dotazníkového šetření mezi spotřebiteli biopotravin, charakteristika výhod a nevýhod jednotlivých distribučních cest oproti nákupu biopotravin v obchodních řetězcích z pohledu spotřebitele a dle výsledků doporučení pro distribuci biopotravin v tzv. ostatních distribučních cestách.

### **2.2 Metodika práce**

Bakalářská práce je rozdělena do dvou hlavních částí. První část, literární rešerše, byla zpracována na základě kompilace, analýzy a syntézy sekundárních dat z odborných zdrojů citovaných v kapitole Seznam použitých zdrojů.

Druhá část, vlastní práce, byla zpracována na základě primárních dat získaných z kvantitativního dotazníkového šetření u skupiny respondentů nakupujících biopotravin. Cílem tohoto šetření bylo zjistit, jakou formu prodeje biopotravin spotřebitelé upřednostňují, a dále zhodnotit tzv. ostatní distribuční cesty biopotravin, mezi které patří specializované prodejny, farmářské trhy, systém biobedýnek, on-line nákup přes internet, přímý prodej na farmě a lékárny. U těchto distribučních cest také respondenti hodnotili výhody a nevýhody oproti nákupu v obchodních řetězcích. Dotazník obsahuje celkem 14 otázek, z nichž 4 jsou polouzavřené a 10 uzavřené. Dotazník je uveden v příloze.

Dotazníkové šetření proběhlo v období od 14. 9. 2014 do 14. 10. 2014 prostřednictvím internetového nástroje pro tvorbu dotazníků survio.com, na jejichž stránkách byl také dotazník umístěn. Odkaz na něj byl rozeslán e-mailem a uveřejněn také na sociálních sítích. Část respondentů vyplnila dotazník v papírové podobě. Tato data byla poté ručně převedena do elektronické formy. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 207 respondentů. Vzhledem k tomu, že bylo určeno pouze spotřebitelům biopotravin, první otázka měla za úkol vyřadit ty respondenty, kteří biopotravinu nekupují. Nakonec tedy

pokračovalo ve vyplnění dotazníku 157 respondentů. Získaná data byla poté kvantitativně zpracována a aplikována do grafů v aplikaci MS Excel.

## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Ekologické zemědělství

#### 3.1.1 Charakteristiky a principy ekologického zemědělství

**Ekologické zemědělství** je přesně definováno v zákoně č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, v platném znění jako zvláštní druh zemědělského hospodaření, který dbá na životní prostředí a jeho jednotlivé složky. Stanovuje omezení či zákazy 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.

Podle Moudrého (1997) spočívá ekologické zemědělství na filozofii holistického<sup>1</sup> chápání přírody. Podle něj je příroda jednotným celkem. Člověk je přes všechny své zvláštnosti nadále chápán jako součást přírody a z hlediska jejích zákonů je roven ostatním živočichům. Člověk má jednat ve shodě s přírodou, nesnažit se ji násilně ovládnout a na základě etické a morální zodpovědnosti zachovat mnohostranné formy života na Zemi.

Ekologické zemědělství klade velký důraz na trvalou udržitelnost zemědělství. Organizace pro výživu a zemědělství FAO definuje trvale udržitelné zemědělství jako systém, který chrání půdu, vodu, genetické zdroje, jako systém nedegradující životní prostředí, který musí být v praxi zvládnutelný, ekonomicky soběstačný a sociálně akceptovatelný (Šarapatka, Urban, 2003)

Pro přiblížení ekologického způsobu hospodaření Tichá (2008) uvádí několik základních **principů ekologického zemědělství**:

- prevence a biologická ochrana půdy a životního prostředí,
- ochrana biodiverzity<sup>2</sup>,
- zásadní odmítnutí geneticky modifikovaných organizmů,
- důstojný chov zvířat.

V ekologickém zemědělství je zakázáno používat chemické látky s negativním vlivem na kvalitu potravin a životního prostředí, ať se již jedná o chemická hnojiva či

---

<sup>1</sup> Holos = celek

<sup>2</sup> Biodiverzitou je míněna rozmanitost rostlinných a živočišných druhů

pesticidy, které zabíjejí živé organizmy. Místo toho dodává živiny do půdy stájevými hnojivy, kompostem a zeleným hnojením. Se škůdci a plevely se bojuje s využitím preventivních metod a biologickou ochranou rostlin. **Biodiverzitu** napomáhá ekologické zemědělství chránit střídáním plodin a pěstováním starých zapomenutých odrůd, které jsou přizpůsobené místním podmínkám a snaží se tak navrátit do krajiny již téměř vymizelé druhy rostlin a živočichů. Dalším základním principem ekologického zemědělství je využívání přírodních procesů a postupů. Není proto podle jeho pravidel možné modifikovat genový základ zemědělsky využívaných rostlin, živočichů a organismů. V neposlední řadě vytváří ekologický zemědělec co nejpřirozenější podmínky pro život zvířat. Způsob ustájení nesmí vyvolávat u zvířat stres a musí jim poskytovat dostatečný prostor pro pohyb a přístup do výběhu nebo na pastvu. Pro tento přístup se používá souhrnný název „welfare“ - pohoda zvířat.

### **3.1.2 Důvody vzniku ekologického zemědělství**

Tradiční zemědělství se začalo měnit již začátkem 20. století, kdy nové možnosti vědy a techniky způsobily pokrok i v zemědělství. Jeho produktivita se zvyšovala a samozásobitelská role se změnila na roli dodavatele potravin pro lidi žijící ve městech, do kterých jich stále více směřovalo z venkova. Po 1. světové válce však začínají být zřejmá i negativa, která tento technický pokrok přinesl. Využívání prvních těžkých strojů a minerálních hnojiv mělo za následek snížení kvality půdy, problémy s plodností hospodářských zvířat nebo s klíčivostí osiv.

Intenzivně se však industrializace zemědělství projevila až po 2. světové válce. Hlavním důvodem byl nedostatek potravin a politické snahy o potravinovou soběstačnost států. Využití moderních technologií, hnojiv, pesticidů a šlechtění nových odrůd přineslo výrazný pokrok v zemědělské produkci. Tento proces se v zemích západní Evropy nazýval „Zelená revoluce“, u nás spíše „Socializace zemědělství“. Došlo zde k likvidaci rodinných farem a tím pádem i o jakousi ztrátu osobní zodpovědnosti zemědělce za vlastní půdu, chovaná zvířata a vlastní majetek. Zemědělství druhé poloviny 20. století lze z globálního pohledu hodnotit jako úspěšné, protože uspokojilo potřebu produkce potravin. Vzrostly výnosy hlavních plodin a zároveň se snížily ceny potravin vzhledem ke kupní síle obyvatel. Vedle těchto prokazatelných úspěchů však tato intenzifikace vedla ke zhoršení kvality přírodních zdrojů, na kterých je samo zemědělství závislé (Šarapatka, Urban, 2003).

Ekologické zemědělství tak vzniklo jako reakce spotřebitelů a zemědělců na problémy, způsobené konvenčním průmyslovým zemědělstvím. Ty se nejvíce projevovaly po druhé světové válce, kdy se zemědělství začínalo specializovat a intenzifikovat. (Dvorský, Urban, 2011). Hlavní negativa konvenčního zemědělství, která vedla ke vzniku alternativních forem hospodaření, jsou především:

- Používání průmyslových hnojiv, způsobujících kontaminace podzemních a povrchových vod, či snížení půdní úrodnosti.
- Nadměrné používání chemicko-syntetických pesticidů, které může vyvolávat odolnost škůdců, chorob i plevelů, snižování biodiverzity či rezidua v přírodě a v potravinách, což může mít negativní vliv na vitalitu a zdravotní stav živých organismů, tedy včetně lidí.
- U velkochovů hospodářských zvířat se jedná o problémy týkající se týrání zvířat, špatného ustájení, transportu i porážky, provádění nadbytečných chovatelských úprav těl zvířat.
- Časté kontaminace krmiv látkami nezemědělského původu, rezidua v potravinách či vytváření umělých rezistencí i u lidí, jsou důsledkem používání průmyslových krmných směsí, preventivního podávání léčiv (antibiotik) a hormonálních látek hospodářským zvířatům.
- Snižování přímého odběru od zemědělců, zvětšování přepravních vzdáleností a potřeba delší trvanlivosti potravin, které pak obsahují řadu přídavných látek apod. (Šarapatka, 2003)

### 3.1.3 Současný stav a vývoj ekologického zemědělství v ČR

Dle oficiálních údajů Ministerstva zemědělství k 31. 12. 2012 viz Tabulka č. 1, mírně vzrostla celková výměra ekologicky obhospodařovaných ploch na 488 483 ha, což představuje 11,56% podíl na celkové zemědělské půdě ČR. Je možné také pozorovat mírný nárůst počtu ekologických zemědělců. Ke konci roku 2012 se ekologickým způsobem hospodařilo na 3 923 ekofarmách. Zpomalení nárůstu počtu ekologických zemědělců i ploch v ekologickém zemědělství v roce 2012 bylo způsobeno zejména změnou podmínek pro zemědělce usilující o vstup do EZ. Ti od roku 2012 nemají možnost požádat o podporu v rámci opatření „Ekologické zemědělství“.

**Tabulka 1:** Vývoj výměry zemědělské půdy ekologického zemědělství ČR

Rok	Počet farem hospodařících v EZ	Výměra zemědělské půdy v EZ (ha)	Podíl z celkové výměry ZPF (%)
1990	3	480	
1991	132	17 507	0,41
1992	135	15 371	0,36
1993	141	15 667	0,37
1994	187	15 818	0,37
1995	181	14 982	0,35
1996	182	17 022	0,40
1997	211	20 239	0,47
1998	348	71 621	1,67
1999	473	110 756	2,58
2000	563	165 699	3,86
2001	654	217 869	5,09
2002	721	235 136	5,50
2003	810	254 995	5,97
2004	836	263 299	6,16
2005	829	254 982	5,98
2006	963	281 535	6,61
2007	1 318	312 890	7,35
2008	1 946	341 632	8,04
2009	2 689	398 407	9,38
2010	3 517	448 202	10,59
2011	3 920	482 927	11,40
2012	3 923	488 483	11,56

**Zdroj:** Ministerstvo zemědělství ČR (2013)

## 3.2 Biopotraviny

### 3.2.1 Charakteristika a zpracování

Stejně jako „ekologické zemědělství“ jsou pojmy „bioprodukt“ a „biopotravina“ přesně definovány zákonem o ekologickém zemědělství.

**Bioproduktem** se rozumí surovina rostlinného nebo živočišného původu pocházející z ekofarmy. Může jím ale také být hospodářské zvíře. Jako bioprodukt lze tak certifikovat nejenom suroviny pro výrobu biopotravin, ale také zástavová zvířata, chovná zvířata nebo suroviny pro nepotravinářské využití.

**Biopotravina** je potravinářský výrobek získaný z bioproduktů a omezeného množství povolených přísad vymezeným technologickým postupem podle zvláštního předpisu a pod kontrolním režimem.

Při přeměně bioproduktů na biopotraviny musí ekologické zpracování navazovat na šetrnou zemědělskou produkci. Vždy se dává přednost těm postupům a technologiím, které jsou šetrné k produktu a způsobují minimální fyzikální, chemické a biologické změny.

**Při opracování surovin** je to například sušení, fermentace, chlazení a mrazení, provzdušňování, uzení a emulgace bez chemikálií. **Pro skladování** se doporučuje chlazení vodou, zmrazování, zalednění čistým ledem či skladování pod inertními plyny. Zpracování se má dít v zařízeních z nerezavějící oceli, dřeva, keramiky, skla apod. Naopak jsou **zakázány operace**, které nepatří k přirozeným postupům, a to například bělení, uzení a nakládání s použitím chemikálií, působení hormonů a přídatných enzymů, ozařování a mikrovlnný ohřev. Dále je potřeba učinit během skladování, dopravy, zpracování, balení a distribuci bioproduktů, nezbytná opatření, zajišťující jednoznačné oddělení od provozů, kde se zpracovávají konvenční suroviny (Moudrý, 1997).

Celý výrobní postup pak musí být účinně zdokumentován kontrolním systémem k získání záznamů, které umožní kontrolnímu orgánu ekologického zemědělství sledovat:

- původ, vlastnosti a množství bioproduktů, surovin, přídatných a pomocných látek, které byly dodány do výrobní jednotky;
- vlastnosti a množství produktů, které opustily výrobní jednotku (Červenka, Kovářová, 2005).



### 3.2.2 Kontrola

Každý zpracovatelský podnik, který vyrábí biopotraviny, se musí nechat pravidelně kontrolovat. Cílem kontroly je zjistit, zda řádně dodržuje směrnice pro ekologické zemědělství a může tak zaručit spotřebitelům pravost a původ biopotravin. Tato povinnost kontroly se vztahuje například i na podniky, které biopotraviny pouze balí, stejně tak jsou kontrolovány i velkoobchody, které uvádějí zboží do oběhu pod vlastní značkou, nebo pokud dovážejí zboží ze zemí, které nejsou členy EU (Václavík, 2006).

Dozor nad dodržováním zákona o ekologickém zemědělství v České republice vykonává Ministerstvo zemědělství ČR. Pro výkon zákonné kontrolní činnosti spojené s vydáním osvědčení o původu bioproduktu, biopotraviny nebo ostatního bioproduktu jsou jím pověřeny čtyři nestátní nezávislé organizace, tzv. kontrolní subjekty. V současné době jsou jimi KEZ, o. p. s., ABCert AG, BIOKONT CZ a BUREAU VERITAS CZ. Od roku 2010 zajišťuje úřední kontrolu také státní kontrolní orgán, a to Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, který neprovádí certifikaci, ale na základě výběru dle analýzy rizik každoročně kontroluje dodržování pravidel pro ekologické zemědělství u vzorku přibližně 5 % ekologických farem (Ministerstvo zemědělství ČR, 2012).

**Řádnou kontrolu** ekologického zemědělství provádějí alespoň jednou ročně soukromé kontrolní organizace. Osoba podnikající v ekologickém zemědělství si může sama zvolit, jakou kontrolní organizaci chce pověřit kontrolou svého podniku. Uzavře s ní smlouvu, ve které se zavazuje dodržovat předpisy ekologického zemědělství a souhlasí s kontrolním řádem organizace. Kontrola se provádí za úplatu. Řádná kontrola je předem nahlášená a zahrnuje celkovou kontrolu hospodaření podniku. Kontrolu provádí speciálně vyškolení inspektoři, kteří projdou veškerou účetní evidenci, pěstitelské plány a registr stavu chovaných zvířat. Na základě účetních dokladů můžou například poznat, jaké suroviny, prostředky, pomocné látky, léčiva, krmiva a hnojiva zemědělec nakoupil a jaké produkty prodal. Správnost údajů uvedených zemědělcem si ověří v terénu při prohlídce stájí, polí, skladových a jiných prostor. V případě důvodného podezření se provádějí chemické analýzy nebo rozborů půdy. (Václavík, 2006) Na základě úspěšné kontroly vydává kontrolní organizace ekologickému zemědělci certifikát „Osvědčení o původu bioproduktu“, výrobci biopotravin „Osvědčení o původu biopotraviny“ s platností na 1 rok. Toto osvědčení opravňuje tohoto výrobce k označení biopotraviny kódem kontrolní organizace a slovním označením „bio“ (Tichá, 2008).

Mohou být také prováděny **namátkové kontroly**, které bývají zpravidla neohlášené a provádí se na základě zkušeností z minulých let nebo podnětů třetích osob. Může být také nařízená Ministerstvem zemědělství ČR.

V případě přestupků včetně podvodů nebo klamavého značení navrhuje kontrolní organizace ministerstvu uložení pokuty za správní delikty a přestupky nebo zvláštního opatření. Zvláštním opatřením se rozumí odstranění loga BIO z produktu. Ministerstvo sankci neudělí, pokud osoba podnikající v ekologickém zemědělství prokáže, že vynaložila veškeré úsilí, aby porušení zákona nebo nařízení zabránila, a přesto k tomuto porušení došlo. Pokuty za správní delikty se pohybují v rozmezí od 1.000 Kč do 70.000 Kč, za přestupky do 1.000.000 Kč (Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství v platném znění)

### 3.2.3 Značení biopotravin

Vzhledem k tomu, že každý stát používal pro značení biopotravin své vlastní logo, se rozhodla Evropská unie sjednotit systém označování. Od 1. července 2010 je pro všechny balené biovýrobky, které byly vyrobeny v jednom z členských států EU a splňují stanovené normy, povinné evropské logo (viz Obrázek 1) s cílem odlišit biopotraviny na jednotném evropském trhu od potravin konvenčních. Kromě **kódu kontrolní organizace** je povinnost označovat na obalu rovněž **místo, kde byly vyprodukovány zemědělské suroviny**, z nichž se produkt skládá (zda se jedná o produkci EU, resp. mimo EU). Důležitá je také **možnost udat zemi původu** v případě, že 98 % složek zemědělského původu pochází z uvedené země. Nejedná se však o údaj, kde byla biopotravina zpracována nebo zabalena, ale skutečně o údaj o původu suroviny, což je pro spotřebitele zásadní informace, o kterou mají zájem. Pro biopotraviny dovezené do EU ze třetích zemí je evropské logo dobrovolné (Ministerstvo zemědělství ČR, 2013).

Biopotraviny vyrobené v České republice musí být označené jak národní značkou, tzv. biozebrou (viz Obrázek 2), tak i evropským logem. Grafický znak BIO, tzv. biozebra, s nápisem „Produkt ekologického zemědělství“ a s číslem kontrolní organizace, se v ČR používá jako celostátní ochranná známka pro biopotraviny. K jejímu udílení jsou Ministerstvem zemědělství pověřeny kontrolní organizace (Ministerstvo zemědělství ČR, 2013). České logo v současné době neznačí žádný nadstandard nad předpisy EU pro ekologické zemědělství, ani negarantuje český původ biopotravin (Dvorský, Urban, 2011).

Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO však připravuje ve značení českých biopotravin změny, které spotřebiteli zaručí, že české logo bude označovat biopotraviny výhradně tuzemské (Meitner, 2014).



**Obrázek 1:** Evropské logo



**Obrázek 2:** České logo EZ („biozebra“)

Kódy kontrolních organizací uváděné na obalech biopotravin:

KEZ, o.p.s.	CZ-BIO-001
ABCert AG,	CZ-BIO-002
BIOKONT CZ	CZ-BIO-003
BUREAU VERITAS	CZ-BIO-004

### **3.2.4 Kvalita biopotravin**

Dnes je již všeobecně uznávaným faktem, že zdraví a kvalita života jsou značně závislé na potravě, kterou člověk konzumuje a na prostředí, ve kterém žije. Právě přes zemědělství ovlivňuje člověk sám sebe - nákupem biopotravin podporuje rozvoj ekologického zemědělství, a tedy i nepřímo působí na ochranu životního prostředí. Sám sebe a své zdraví přímo ovlivňuje tím, že biopotraviny konzumuje (Dlouhý, Urban, 2011).

Kvalita bioproduktů je považována za jeden z nejdůležitějších parametrů hodnocení, neboť odráží výsledek celého zemědělského systému a zpracovatelského postupu. To znamená, že je dána způsobem, jakým byly rostliny vypěstovány, jak byla zvířata chována a jak byl bioprodukt zpracován, skladován a distribuován. Tedy technologií produkce, která je určena přísnými předpisy a zajištěna stejně přísným kontrolním systémem. Kvalita biopotravin není dosud nikde právně definována, ani pro ně nejsou stanoveny zvláštní limitní hodnoty jednotlivých látek. V České republice však musí splňovat požadavky zákona č. 119/2000 Sb. (Zákon o potravinách a tabákových výrobcích a souvisejících vyhlášek č.294/97 Sb., o mikrobiologických požadavcích na potraviny, způsobu jejich kontroly a hodnocení ve znění vyhlášky č. 91/99 Sb. a vyhlášky č. 292/97 Sb., stanovující chemické požadavky zdravotní nezávadnosti jednotlivých druhů potravin

a surovin pro výrobu potravin). Z toho vyplývá, že biopotraviny musí splňovat všechny požadavky, které jsou kladeny na konvenčně vyráběné potraviny

Předpisy samozřejmě nedovolují prohlašovat, že jsou biopotraviny kvalitnější, než potraviny konvenční, které také odpovídají limitním hodnotám výše zmíněných zákonů a vyhlášek. Kvalita biopotravin má však v podstatně širší rozměr než jen mechanické, chemické či mikrobiologické hodnocení obsahu látek. S kvalitou souvisí již zmíněný způsob produkce z hlediska etického, morálního, sociálně-psychologického a environmentálního, kdy si je spotřebitel vědom, že způsob produkce byl ekologický, šetrný k životnímu prostředí, k neobnovitelným zdrojům surovin a energie a ohleduplný k chovu hospodářských zvířat. Vystupují zde i souvislosti vztahu mezi výživou a zdravím, imunitou, životní aktivitou a životním stylem (Šarapatka, Urban, 2006).

Podle Hajšlové, Schulzové (2006) lze kvalitu potravin hodnotit na základě parametrů, které zahrnují fyziologické, hygienické, senzorické či technologické vlastnosti. **Fyziologická výživová hodnota** vyjadřuje obsah látek, které se příznivě uplatňují v lidské výživě a jejich vzájemné poměry. Jedná se především o bílkoviny, tuky obsahující esenciální mastné kyseliny, vlákninu, vitaminy, enzymy, nezbytné minerální prvky, atd.

Hlavní motivací zájmu spotřebitelů o biopotraviny je bezesporu **zdravotně hygienické hledisko**. To se odvíjí zejména od stupně kontaminaci produktů cizorodými a toxickými látkami či sloučeninami s nežádoucími biologickými účinky. Při ekologické produkci jsou minimalizovány až zcela eliminovány chemické prostředky pro ochranu rostlin, a dochází tak ke snížení rizika kontaminace bioproduktů rezidui pesticidů. Z dosavadních hodnocení obsahu dusičnanů je pravděpodobné, že ekologické produkty budou kvalitnější, ale v některých případech při používání výhradně statkových hnojiv tomu tak být nemusí. Z hlediska hygienické jakosti je důležité v zemědělských produktech sledovat hladiny mykotoxinů a jiných přírodních toxinů.

Dalším důležitým aspektem při hodnocení kvality potravin je pro spotřebitele **celkový požitek a senzorická jakost**, kterou určuje jejich vzhled, vůně chuť, aroma a konzistence. Za určitých okolností může být vnější vzhled ekologicky pěstované zeleniny horší než u konvenční (není to však pravidlem), problémem může být nejednotnost vzhledu ekologických plodin. Například brambory z ekologického zemědělství jsou zpravidla drobnější, s pevnější slupkou a kompaktnější dužinou. Tyto vlastnosti zvyšují odolnost hlíz proti mechanickému poškození.

**Technologická využitelnost** stanovuje, zda je produkt technicky vhodný pro domácí, komerční či průmyslové použití. Posuzují se též vlastnosti při vaření, doba upotřebovatelnosti výrobku, užítkovost a výnos. Produkty z ekologického zemědělství vykazují většinou menší skladovací ztráty. U ekologicky pěstovaných obilovin bývá často nižší obsah lepku, což je důležitý ukazatel pro pekárenské využití; a tím je celkově snížena technologická jakost.

U biopotravin se **kvalita zpracování** řídí zásadou, že potravina musí zůstat v co nejpůvodnějším stavu a musí si zachovat co nejvyšší možný obsah nutričních hodnot. **Kvalita procesu** výroby zas zohledňuje celý postup výroby zemědělské produkce až po zpracování a posuzuje dopady této produkce na životní prostředí. **Legislativní kvalita** je dána jakostními normami, které musejí potraviny splňovat, a které jsou stanoveny stávajícími zákonnými opatřeními. K ochraně spotřebitelů před klamavým značením a k zajištění bezpečnosti potravin byly přijaty zákony a nařízení na národní úrovni i na úrovni EU.

Řada výzkumů a studií se již zabývala dopadem výrobních postupů ekologického zemědělství na kvalitu jeho produktů a srovnávala je s výsledky produktů konvenčního zemědělství. Níže uvedená Tabulka č. 2 přináší shrnutí jejich výsledků.

Oproti tomu existuje jen málo potravinových studií, které by srovnávaly dopady potravin na člověka, který se stravuje pouze biopotravinami. Tyto studie jsou velice nákladné, a proto se provádějí jen zřídka. Byl proveden například osmítýdenní pilotní výzkumy v klášteře u skupiny jeptišek, jimž byla během zmíněného období podávána strava vyprodukovaná podle zásad ekologického zemědělství a strava konvenční. Strava, která se skládala z biopotravin, vedla ke zlepšení (v některých případech k podstatnému) jak jejich fyzické tak i duševní pohody a dále také ke zvýšení jejich odolnosti vůči nemocem (Alföldi et al. 2006). Ve Francii byl po dobu 16 let srovnáván výskyt onemocnění u téměř 500 lidí, kteří konzumovali biopotraviny, s průměrem lidí, kteří se stravovali konvenčními produkty. Zjistilo se, že konzumenti biopotravin měli o 91,8 % méně chorob plic, o 75 % méně chřipek, o 70 % méně chorob zažívacího ústrojí a o 62 % méně nemocí hrdla a krku. Dánský výzkum pak prokázal o polovinu vyšší výskyt spermií u mužů konzumujících biopotraviny (Průšová, Zemanová, 2004).

**Tabulka 2:** *Souhrn výsledků kvality potravin*

<b>Látka</b>	<b>Produkt</b>	<b>Obsah v porovnání s konvenčním produktem</b>
Bílkoviny	Obiloviny	o 10 - 15 % nižší
Aminokyseliny	Obiloviny	více vybilancovaný profil
Prospěšné mastné kyseliny	mléko, sýr, maso	o 10 - 60 % vyšší
Vitamin C	mléko, zelenina, ovoce	o 5 - 90 % vyšší
Sekundární metabolity rostlin	ovoce, zelenina, kukuřice, víno	o 10 - 50 % vyšší
Rezidua pesticidů	ovoce, zelenina	ovoce - průměrně 550x nižší zelenina - prům. 700x nižší
Mykotoxiny	pšenice, ječmen, kukuřice, rýže, dětská výživa, jablka	způsob pěstování neovlivňuje obsah mykotoxinů
Dusičnany	Zelenina	o 10 - 40 % méně

Zdroj: Alföldi et al. (2006)

### 3.3 Český trh s biopotravinami

Biopotraviny jsou k dostání na českém trhu již od počátku 90. let 20. století, avšak k výraznému nárůstu spotřeby došlo až od roku 1999, kdy se poprvé objevily na pultech některých supermarketů (Šarapatka, 2005).

**Tabulka 3:** *Vývoj trhu biopotravin ČR v letech 2006 - 2012*

Ukazatel	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Celkový obrat s biopotravinami českých subjektů vč. vývozu (mld. Kč)	0,84	1,39	1,95	1,98	2,10	2,24	2,4
Vývoz (mld. Kč)	0,08	0,10	0,15	0,37	0,51	0,57	0,62
Spotřeba biopotravin (mld. Kč)	0,76	1,29	1,80	1,61	1,59	1,67	1,78
Meziroční změna obratu biopotravin (%)	49	70	40	-10	-1	4,6	6,7
Podíl na celkové spotřebě (%)	0,35	0,55	0,75	0,65	0,63	0,65	0,66
Spotřeba na obyvatele/rok (Kč)	74	126	176	154	151	158	169
Podíl dovozu na obratu biopotravin (%)	56	62	57	68	46	60	60

**Zdroj:** Ústav zemědělské ekonomiky a informací (2013)

Z Tabulky č. 3 lze vypočítat, že v letech 2006 až 2008 trh s biopotravinami výrazně rostl, zatímco v následujících dvou letech začal stagnovat a obrat byl zhruba 1,6

miliardy korun. Od roku 2011 došlo opět k mírnému oživení, které pokračovalo i v roce 2012, kdy domácí spotřeba meziročně vzrostla o 6,7 % s obratem 1,78 miliardy korun. Zvýšil se také obrat biopotravin zahrnující vývoz, který za rok 2012 dosáhl 2,4 miliardy korun. Průměrná roční spotřeba biopotravin na obyvatele však nepřesahuje 200 korun (činila 169 korun) a podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů stagnuje pod jedním procentem (0,66 %).

Do roku 2015 počítá Akční plán pro rozvoj ekologického zemědělství s nárůstem podílu biopotravin na českém trhu s potravinami na 3 %. Vzhledem k tomu, že se nadpoloviční většina produktů na trhu biopotravin dováží, je dalším cílem plánu tento podíl zvýšit, a to na 60 % (Ministerstvo zemědělství ČR, 2011). Jednou z možností, jak na trhu podpořit české biopotraviny je podle tehdejšího ministra zemědělství Ivana Fuksy vybudování odbytových míst lokálního charakteru, kde by ekologičtí zemědělci mohli své produkty nabízet.

### **3.3.1 Poptávka po biopotravinách**

Podle údajů ÚZEI (2013) je největší zájem o “Ostatní zpracovatelské potraviny”, které v roce 2012 tvořily 34% podíl na maloobchodním obratu biopotravin, z toho 45 % představují hotové pokrmy, převážně dětské výživy. Dále je zájem o mléko a mléčné výrobky (20% podíl na obratu biopotravin) a následovanou kategorií se 14% podílem je ovoce a zelenina, která od roku 2009 zahrnuje také ovocné a zeleninové šťávy.

Obecně řečeno jsou spotřebitelé biopotravin lidé, kteří mají zvýšené požadavky na zdraví a kvalitu svého života, preferují kvalitu potravin před kvantitou, a kteří si uvědomují vliv svého chování na ochranu zvířat a životního prostředí (Dlouhý, Urban, 2011) Ta část českých spotřebitelů, která již pravidelně biopotraviny nakupuje, je vnímá jako produkty kvalitní, vhodné pro udržení zdraví. A rovněž jako produkty, které jsou vzhledem k ekologickému způsobu produkce šetrné k životnímu prostředí. Dále u nich oceňuje lepší chuť, či nepřítomnost reziduí chemických látek, které jsou používány v konvenčním zemědělství (Šarapatka, Urban, 2005). Z několika provedených průzkumů vyplývá, že typickým spotřebitelem biopotravin je žena ve věku 25 - 45 let, která je schopna velkou část rozpočtu vydat na jídlo a žije v domácnosti se středními až vyššími příjmy. Se stupněm vzdělání zájem o biopotraviny roste. Pro občasného konzumenta mohou být důvodem k nákupu biopotravin v dnešní době stále častější potravinové skandály.



Naopak hlavními důvody nezájmu o biopotraviny jsou podle průzkumů pro spotřebitele jejich vysoká cena, omezená nabídka v prodejnách, neschopnost vnímání rozdílů v kvalitě oproti konvenčním potravinám, nedostatek informací o kvalitě biopotravin nebo nedůvěra v pravost ekologického původu.

**Příliš vysoká cena** biopotravin patří k nejčastějším argumentům nezájmu spotřebitelů. Těm se může zdát, že biopotraviny neposkytují za vyšší cenu dostatečný užitek (Šarapatka, Urban, 2005). Výroba biopotravin je však nákladnější. Prvotně v zemědělském podniku (nutnost používat jen biokrmiva, vyšší požadavky na pohodu zvířat, u bioproduktů se nepoužívají látky urychlující růst nebo zrání), dále při zpracování a obchodu, kdy navýšení ceny je dáno menšími objemy vykupované a zpracované produkce a vyššími náklady zpracovatelů a obchodníků. Jedná se o náklady na certifikaci, oddělený svoz a skladování, používání ekologických metod ve skladech a výrobnách, ekologické obalové materiály, alternativní metody regulace chorob a škůdců, atd. Dalším důvodem vyšší ceny biopotravin je převyšující poptávka nad nabídkou, což vede k dalšímu navýšení ceny biopotraviny u obchodníka (Dlouhý, Urban, 2011). V neposlední řadě je třeba si uvědomit, že ekologické zemědělství není zaměřeno na velkovýrobu, nepoužívají se opatření pro dosažení vysoké užitkovosti a výnosnosti a dbá se více na kvalitu než kvantitu (Václavík, 2006).

Obecně lze říci, že cena biopotravin odráží skutečnou cenu čistě přírodních potravin a nikoliv cenu jejich chemických napodobenin. Mluví se o tzv. férové ceně biopotravin. Znamená to, že v této vyšší ceně je zohledněna i ochrana životního prostředí a lidského zdraví. Ve Velké Británii byla provedena v roce 2000 studie, která prokazuje, že nepřímé náklady konvenčního zemědělství činí 2,3 mld. liber ročně. Běžný spotřebitel si cenu nedokáže správně uvědomit, protože výše uvedené náklady za konvenční potraviny neplatí přímo v jejich ceně, ale svými daněmi a poplatky (Průšová, Zemanová, 2004).

Je možné předpokládat, že snížení ceny u zboží každodenní spotřeby, které je cenově citlivější, by vyvolalo zvýšení poptávky mezi spotřebiteli. Samotné snížení ceny však nemusí být dostatečná motivace pro jejich nákup. Je k tomu potřeba značná doprovodná komunikační podpora, která bude jasněji argumentovat vyšší přidanou hodnotou biopotravin (Šarapatka, Urban, 2005).

Dalším důležitým aspektem na českém trhu s biopotravinami je skutečnost, že spotřebitelé jsou jen **velmi málo informovaní** o principech a postupech ekologického

zemědělství a výhodách biopotravin. Nejvíce se lidé o biopotravinách dozvědí z televizních pořadů, z informací přímo v prodejnách, z denního tisku, časopisů a rovněž z reklamy či internetu (Tichá, 2008). V poslední době se však v médiích o biopotravinách objevuje řada chybných tvrzení a nepřesností, které se pak opakovaně vyskytují ve veřejných diskuzích a zvyšují tak dezorientaci mezi spotřebiteli. Jako nejefektivnější nástroj k propagaci biopotravin se uvádí osobní kontakt s výrobcí a především zemědělci. Proto se doporučují návštěvy a ochutnávky přímo na statku, čímž se vytváří důvěra spotřebitelů (Dlouhý, Urban, 2011).

Pro zlepšení povědomí a lepší informovanosti spotřebitelů jsou rovněž realizovány různé propagační akce, reklama a veřejné informace. Příkladem propagačních akcí, které pořádají nevládní neziskové organizace, jsou například soutěže o nejlepšího ekologického zemědělce roku, bioprodeju roku nebo také o nejlepší biopotravinu roku. Jednou z těchto organizací je občanské sdružení PRO-BIO liga, jejímž cílem je informovat a vzdělávat širokou veřejnost o možnostech a souvislostech trvalé udržitelné spotřeby v oblasti potravin, snaží se přispívat k pozitivní změně spotřebitelských návyků, sdružovat spotřebitele biopotravin a vytvořit tak silnou spotřebitelskou základnu. V roce 2005 byl také poprvé vyhlášen Ministerstvem zemědělství a Ministerstvem životního prostředí měsíc září jako Měsíc biopotravin a v současné době se již jedná o pravidelnou událost. V průběhu měsíce září jsou ve všech regionech České republiky pořádány různé akce na propagaci ekologického zemědělství - biodožínky, biojarmarky, ochutnávky biopotravin, veletrhy, dny otevřených dveří, semináře a exkurze (Ministerstvo zemědělství, 2011).

### 3.3.2 Distribuce biopotravin

Biopotraviny zatím nejsou v České republice tak dobře dostupné jako potraviny konvenční, ale jejich nabídka se v poslední době stále zlepšuje a rozšiřuje i mimo velká města do běžných prodejen. Podíl odbytových míst na celkovém obratu ČR znázorňuje Tabulka č. 4.

**Tabulka č. 4:** Podíl hlavních odbytových míst na celkovém obratu biopotravin v ČR

Odbytové místo	2012	
	Podíl (%)	Obrat (mil. Kč)
Supermarkety / hypermarkety	64,4	1144
Drogerie	3,2	57
Prodejny zdravé výživy a biopotravin	19,0	338
Nezávislé prodejny potravin	1,4	25
Farmy a ostatní přímý prodej	5,9	105
Lékárny	4,8	86
Gastronomie	1,1	20

**Zdroj:** Ministerstvo zemědělství (2012)

Nejvíce biopotravin nakoupí čeští spotřebitelé v **maloobchodních řetězcích**, kde v roce 2012 za ně utratily 1,1 miliardy korun. V současné době jsou biopotraviny nabízeny ve všech nadnárodních maloobchodních řetězcích. (Ministerstvo zemědělství ČR, 2010). Podle Šarapatky (2005) se význam prodeje bioproduktů v obchodních řetězcích bude v budoucnu nadále zvyšovat a zajistí tak růst trhu v této oblasti. Pro ekologického zemědělce je prodej prostřednictvím obchodních řetězců výhodný zejména v odbytu velkého množství produkce, málokdy se ji tam však podaří dostat bez prostředníka. Naopak nevýhodami jsou velmi přísné podmínky, ať už se jedná o velký tlak na ceny, dodávky úzké škály produktů ve stejné kvalitě po celý rok v přesně stanovenou dobu či horší komunikace s konečným spotřebitelem. Pro spotřebitele jsou hlavními argumenty pro nákup biopotravin v obchodních řetězcích převážně výhodné ceny, pohodlný nákup bez nutnosti měnit nákupní zvyklosti či důvěrné prostředí. Nevýhodami z pohledu zákazníka

naopak může být například anonymita nákupu, žádné nebo nesprávné poradenství či nerovnoměrná kvalita (Moudrý, 2007)

S podílem 19 % jsou druhým nejčastějším místem nákupu biopotravin **specializované prodejny zdravé výživy a biopotravin**. Tyto prodejny mají v porovnání s obchodními řetězci širší sortiment, nabízejí vysokou kvalitu produktů a často jsou zaměřené především na tuzemskou produkci. Výhodou pro spotřebitele je také to, že se může při nákupu obrátit na kvalifikovaný personál, který mu poskytne odborné rady či informace.

Okolo 5 % biopotravin se nakoupilo v lékárnách, stoupá také přímý prodej na farmě a přes drogistické řetězce, především v dm drogerie markt, s. r. o., kde je však nabízený sortiment biopotravin převážně z dovozu (Ministerstvo zemědělství ČR, 2012).

Výrazný nárůst lze pozorovat u přímého prodeje jak ze dvora, tak i od výrobců a distributorů. V roce 2012 činil tento podíl téměř 6 %, oproti 5,2 % v roce 2011.

**Přímý prodej ze dvora** má pozitivní vliv na rozvoj regionů a stabilitu místních ekonomik, kde vznikají například nová pracovní místa. Obvykle se část bioproduktů v dané lokalitě také spotřebuje, čímž se šetří životní prostředí, protože není potřeba tyto produkty nikam dovážet. Spotřebitelé si uvědomují, že na farmě nakoupí za přijatelné ceny kvalitní bioprodukty s jasným původem, protože přímo na farmě vidí, kde a za jakých podmínek biopotravinu, které budou jíst, vznikají (Horáková, 2013). Z údajů Ministerstva zemědělství vyplývá, že v roce 2011 prodávalo své bioprodukty přímo na farmě 154 ekozemědělců, což je však jen 6 % z celkového počtu ekofarek v ČR. Z živočišných bioproduktů se u nás na ekofarmách nejčastěji prodává maso, mléko, mléčné výrobky a vejce. Z rostlinných bioproduktů se jedná především o brambory, mrkev, cibuli a z ovoce zejména jablka. Pro ekologického zemědělce je přímý prodej řešením problému nedostatku odbytových kanálů, vysoké konkurence, nejistoty a nízkých výkupních cen v tradičních odbytových kanálech (ÚZEI, 2013).

Mezi novější přímé distribuční kanály se řadí **farmářské tržičky**. Tento způsob prodeje je vhodný pro sezonní produkty a dobře se uplatňuje na frekventovaných místech či regionech. Zákazníci navštěvují trhy především proto, že dávají přednost čerstvým, kvalitním potravinám, ale také proto, že vyhledávají přátelskou atmosféru a možnost komunikovat s pěstiteli, či chtějí podporovat místní zemědělce (Moudrý, 2007). V nabídce farmářských trhů v České republice však biopotravinu představují jen zlomek sortimentu.

V roce 2011 probíhal pouze jeden pravidelný trh zaměřený striktně na produkty ekologického zemědělství (Ministerstvo zemědělství, 2012). Je tedy třeba, aby si spotřebitel uvědomil, že na farmářských trzích se vedle sebe prodávají jak produkty konvenčního zemědělství, tak bioprodukty. Je chybou si myslet, že drobní farmáři nepoužívají chemické přípravky. Naopak, třeba v případě zahrádkářů, nemusí jejich množství ani nikde hlásit, takže není ničím regulováno (PRO-BIO Svaz EZ, 2013).

Velmi rychle se rozvíjející způsob distribuce čerstvých a sezónních produktů je **system bedýnek**. Existuje několik různých modelů, nicméně vždy se jedná o systém, při kterém se farmář rozhodne dovážet své produkty přímo spotřebitelům domů nebo na předem určené distribuční místo. Může však do bedýnky vedle vlastních výpěstků dodávat také produkty od dalších zemědělců v sousedství či regionu. Farmáři společně sestaví vhodný sortiment tak, že každý pěstuje to, „co nejlépe umí“. Zohledněna jsou přitom roční období či očekávaný objem sklizně. Řada provozovatelů systému biobedýnek nabízí svým zákazníkům možnost volby velikosti či obsahu bedýnky, a umožňuje tak výběr dle velikosti domácnosti či oblíbenosti různých druhů produktů (Václavík, 2008). Sortimentem bedýnek jsou většinou různé druhy ovoce a zeleniny, ale mohou obsahovat také mléčné výrobky, byliny, sušené ovoce, pečivo nebo maso. Farmáři do bedýnky často přidávají recepty a informace o svých výpěstcích a životě na farmě, které neoslovují pouze zájem a zvědavost zákazníků, ale také do tohoto způsobu prodeje vnášejí osobní tón. Pomáhají tak překlenout propast, která se vytvořila mezi strážníky ve městech a zemědělci na venkově. K úspěšnému provozování systému biobedýnek je třeba zajistit stálou vysokou kvalitu a rozmanitost zboží, přiměřenou hodnotu za danou cenu a spolehlivé dodávky. Hlavním odlišovacím znakem systému biobedýnek od jiných forem prodeje je to, že umožňuje přímý kontakt mezi pěstitelem a zákazníkem. Mohou se tak vytvářet pevné vztahy, což dává zemědělskému podnikateli jedinečnou výhodu a jistotu. Takový vztah je důležitý a vyžaduje maximální snahu o udržení spokojené, stabilní a dostatečně loajální zákaznické základny, která by pomáhala zemědělci překonávat vlivy nerovnoměrných sklizní, rozmarů trhu a konkurence od jiných nabídek (Václavík, 2010).

Pro zákazníka je systém biobedýnek něco jiného, než nakupovat zeleninu v supermarketu. Jako výhodu lze uvést to, že je to jeden ze způsobů, jak nabídnout přístup k čerstvým, zdravým a v regionu vypěstovaným plodinám. Zákazník zjistí, že zelenina či ovoce je nejlepší tehdy, když má svou sezónu. Nákup od certifikovaných zemědělců

dává jistotu, že vše co bedýnka obsahuje, je v biokvalitě. Dodávky přímo domů, či do sousedství jsou navíc pro zákazníky praktické a pohodlné.

Naopak určitou nevýhodou může být omezený výběr obsahu a množství produktů v bedýnce. Dále se zákazníci zavazují k pravidelnému odběru, a pokud určitý týden dodávku nechtějí, musí ji aktivně zrušit (Václavík, 2008).

V roce 2011 fungovalo v ČR dle odhadů přibližně 100 bedýnkových systémů s téměř 400 místy odběru a obratem v řádu několika milionů korun ročně. Webový portál Bio-Info.cz zveřejnil adresář „Kam pro bedýnky“, který obsahuje kontaktní údaje a detailní popis fungování **35 bedýnkových systémů** v České republice, a který bude průběžně aktualizován. Bedýnkáři uvedení v adresáři dodávají své produkty přibližně dvěma tisícovkám zákazníků. Některé z nich již fungují řadu let, některé vznikly teprve nedávno, některé se teprve na první závozy čerstvé zeleniny připravují. Řada z iniciativ nabízí certifikované bioprodukty, některé také produkty drobných necertifikovaných zemědělců. Cílem tohoto adresáře dle Václavíka je usnadnit lidem dostupnost místních a čerstvých zemědělských produktů a navázání spojení mezi českými farmáři a spotřebiteli.

## 4 Diskuze

Tato část práce se zabývá vyhodnocením vlastního dotazníkového šetření, zaměřeného na spotřebitele biopotravin.

### 4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření mezi spotřebiteli biopotravin bylo zjistit, jakou formu prodeje biopotravin upřednostňují a zhodnotit jednotlivé distribuční cesty biopotravin - především tzv. ostatní distribuční cesty, kterými se v této práci rozumí specializované prodejny, farmářské trhy, systém biobedýnek, online nákup přes internet, přímý prodej na farmě a lékárny. Respondenti dále hodnotili u těchto distribučních cest výhody a nevýhody oproti nákupu v obchodních řetězcích.

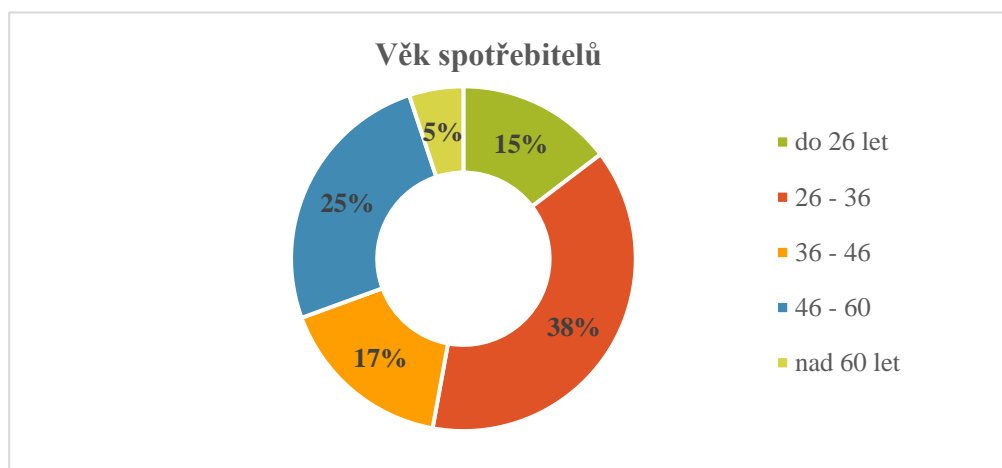
Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 207 respondentů, z toho 157 respondentů byla ta část spotřebitelů, kteří biopotraviny nakupují. Pro ostatní (50 respondentů) skončil dotazník při první otázce, která měla za úkol respondenty již na začátku takto rozřadit a umožnit v pokračování skutečně jen spotřebitelům biopotravin. Dotazníkové šetření proběhlo v období od 14. 9. 2014 do 14. 10. 2014 prostřednictvím internetového nástroje pro tvorbu dotazníků survio.com, na jejichž stránkách byl také dotazník umístěn. Odkaz na dotazník v elektronické podobě byl rozeslán e-mailem a prostřednictvím sociálních sítí. Část respondentů upřednostnila vyplnění dotazníku v papírové podobě.

Dotazník se skládá z celkem 14 otázek, otázka č. 1 – 11 se týká problematiky biopotravin a jejich distribučních cest, otázka č. 12 – 14 slouží pro získání základních informací o respondentech - pohlaví, statut, věk. Získaná data jsou zpracována a aplikována do grafů v aplikaci MS Excel.

Převážná část dotazovaných spotřebitelů biopotravin byla tvořena ženami, což je dáno především tím, že ve většině domácností se právě žena stará o nakupování pro celou rodinu. Konkrétní rozdělení na pohlaví bylo 133 žen a 24 mužů. Co se týče věkového zastoupení dotazovaných (viz Graf 1), téměř 40 % tvořili lidé ve věku mezi 26 - 36 let, dále 25 % dotazovaných ve věku 46 - 60 let a téměř 16 % dotazovaných ve věku 36 – 46 let. U těchto skupin lze předpokládat, že se jedná o lidi zaměstnané, tudíž s pravidelným příjmem nebo také o ženy na mateřské dovolené, které nakupují biopotraviny především

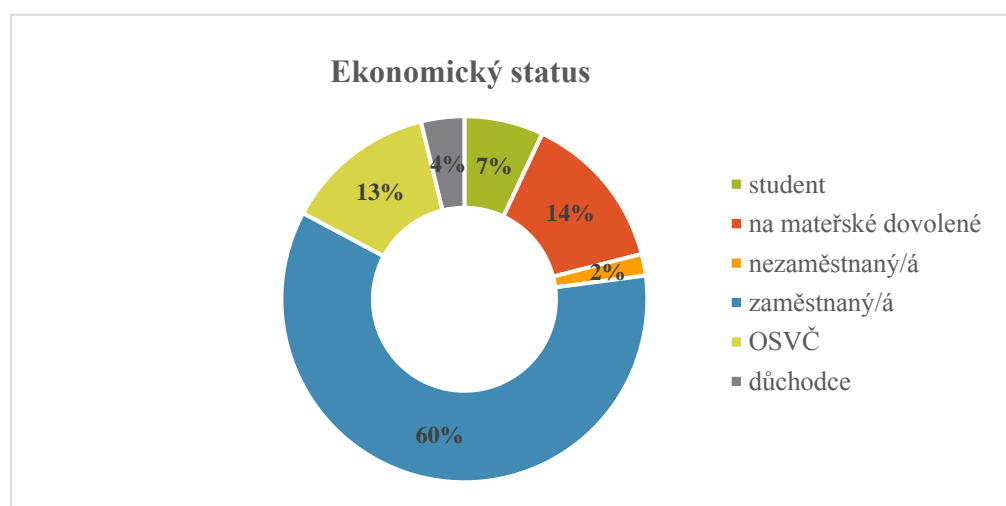
pro své děti. Nejnižší zastoupení respondentů tvoří skupina lidí v důchodovém věku (5 % dotazovaných). Hlavním důvodem takto nízkého čísla může být skutečnost, že dotazník byl rozesílán především v elektronické formě a starší lidé většinou nejsou aktivními uživateli internetu.

**Graf 1:** Věkové zastoupení respondentů



Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

**Graf 2:** Ekonomický status respondentů



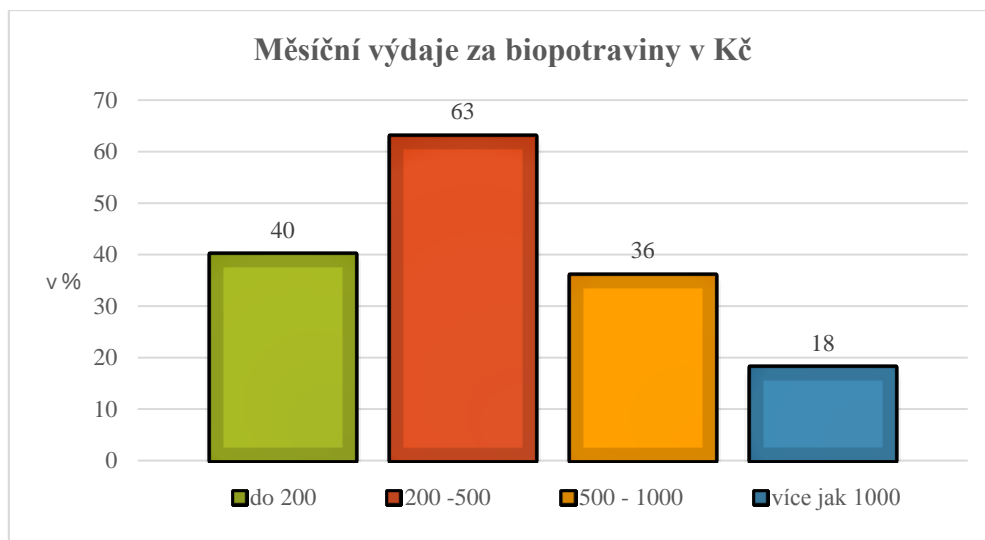
Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

Dle Grafu 2 se dá říci, že ekonomický status respondentů do značné míry kopíruje věkové zastoupení dotazovaných. Převážná část spotřebitelů (60 %) jsou osoby zaměstnané, druhou nejpočetnější skupinu tvoří ženy na mateřské dovolené (14 %), a dále pak studenti



(13 %). Naopak nejnižší zastoupení představují podnikatelé (7 %), důchodci (4 %) a nezaměstnaní (2 %).

**Graf 3:** Měsíční výdaje za biopotraviny

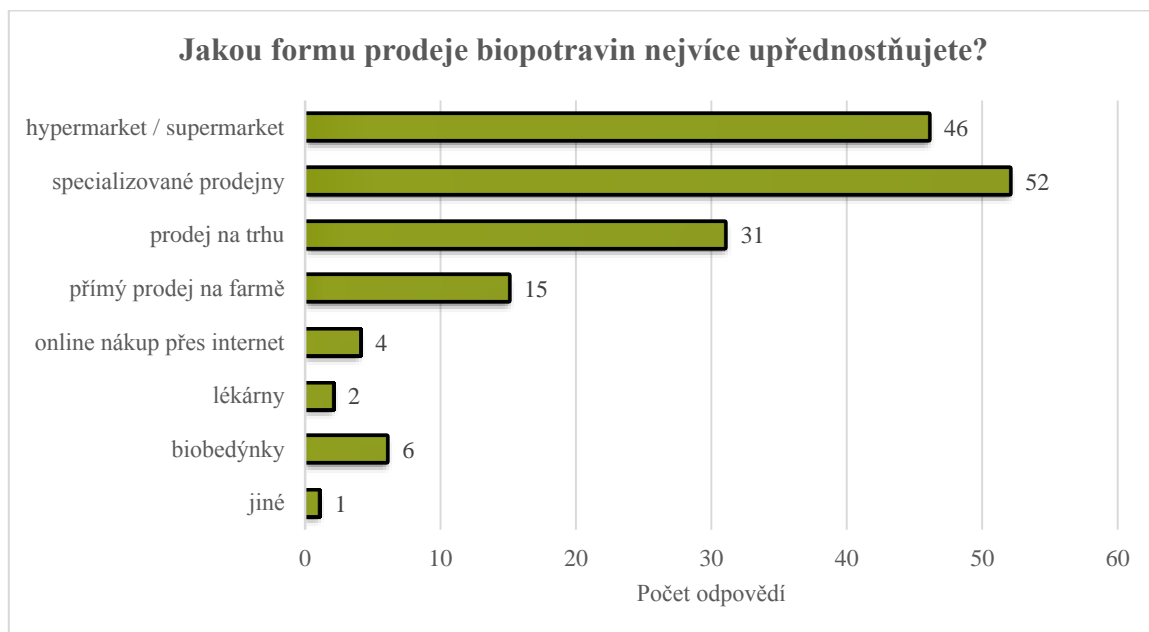


Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

Na základě Grafu 3 lze konstatovat, že nejvíce dotazovaných spotřebitelů (40 %) utratí za biopotraviny měsíčně 200 - 500 korun. Méně než 200 korun utratí 25,5 % dotazovaných, dále pak 500 - 1000 korun téměř 23 %. Částku vyšší jak 1000 Kč udávají zejména pravidelní spotřebitelé biopotravin (11,5 %).

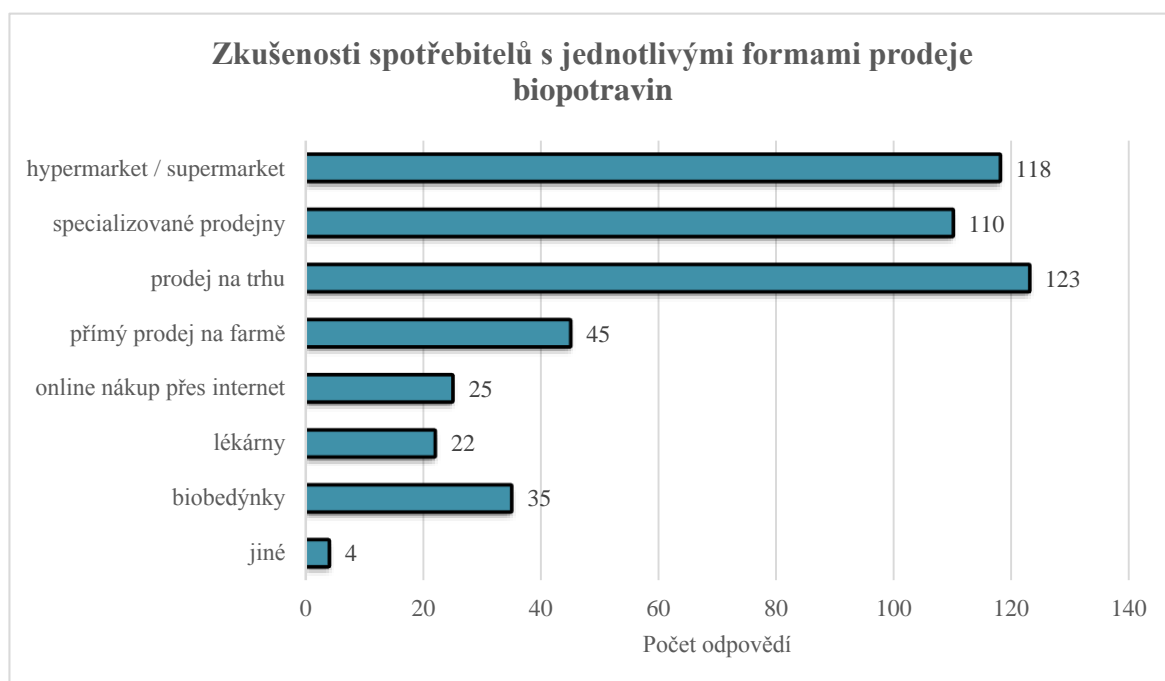
Graf 4 znázorňuje oblibu jednotlivých forem prodeje biopotravin. Lze říci, že nejvíce oblíbené jsou pro spotřebitele specializované prodejny, obchodní řetězce a prodej na trhu. Téměř 33 % dotázaných spotřebitelů, což je 52 z celkových 157 odpovědělo, že biopotraviny nejraději nakupuje ve specializovaných prodejnách. Nákup biopotravin v supermarketu či hypermarketu preferuje 29 % dotázaných (46 ze 157) a 20 % spotřebitelů upřednostňuje trhy. Naopak méně oblíbená forma prodeje biopotravin je přímý prodej na farmě (9,5 %), což může být způsobeno tím, že na dotazník odpovídali respondenti převážně z hlavního města. Minimálně pak spotřebitelé využívají nákup prostřednictvím biobedýnek (3,8 %), online nákup přes internet (2,5 %) a v lékárnách (1,3 %).

**Graf 4:** *Preferované formy prodeje biopotravin*



Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

**Graf 5:** *Zkušenosti spotřebitelů s jednotlivými formami prodeje biopotravin*

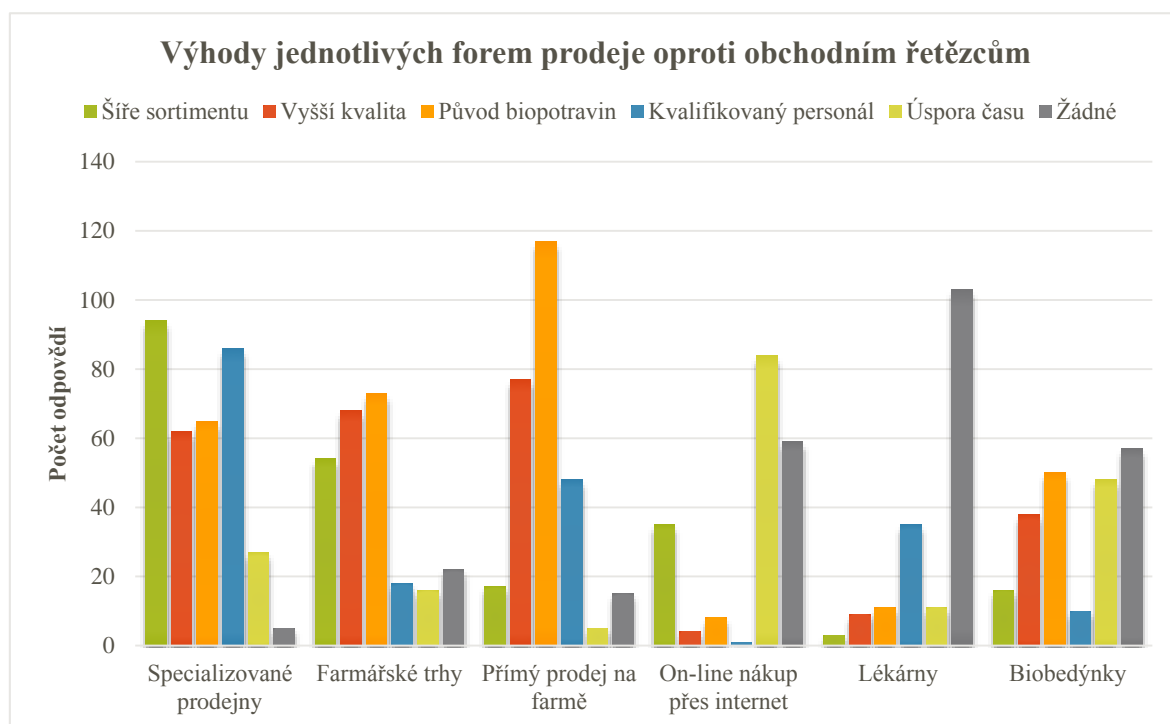


Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

Cílem otázky č. 3 bylo zjistit, s jakou formou prodeje biopotravin mají spotřebitelé zkušenost. Mohli tedy zvolit více než jednu možnost odpovědi. Jak ukazuje Graf 5, nejvíce

dotázaných již vyzkoušelo nakoupit biopotraviny na trhu (123 z celkových 157), v obchodních řetězcích 118 dotázaných a ve specializovaných prodejnách 110 spotřebitelů. Přimo na farmu již někdy zavítalo 45 respondentů. Co se týče nákupu prostřednictvím biobedýnek, této možnosti využilo pouze 35 dotázaných. Dále pak zaostává online nákup biopotravin přes internet a v lékárnách (25, resp. 22 dotázaných).

**Graf 6:** *Výhody jednotlivých forem prodeje biopotravin oproti obchodním řetězcům*



Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

Graf 6 znázorňuje výhody jednotlivých forem prodeje oproti nákupu biopotravin v obchodních řetězcích. Respondenti měli možnost u každé formy prodeje označit více jak jednu z nabízených odpovědí. V případě, že výhody nespátřují žádné, zvolili poslední nabízenou odpověď.

Dle získaných odpovědí lze usuzovat dobrou úroveň **specializovaných prodejen**. Při porovnání s obchodními řetězci, zvolilo 95 spotřebitelů (45,6 %) jako největší výhodu širí sortimentu, 86 dotázaných (43,2 %) ocení kvalifikovaný personál a jako další přednosti jsou uvedeny původ biopotravin (31,6 %) a vyšší kvalita (30 %). Úspora času již představuje výhodu pouze pro 13 % dotázaných a 2,4 % dotázaných nespátřuje výhody žádné.

Výsledky potvrdily oblibu **farmářských trhů**, kdy spotřebitel vyhledává oproti obchodním řetězcům především biopotravinu ověřeného původu (35,4 % dotázaných) ve vysoké kvalitě (33 %) s možností výběru ze širokého sortimentu (26,2 %). Překvapující jsou zřejmě horší zkušenosti s kvalifikací prodejců, kdy tuto výhodu zvolila necelá desetina dotázaných.

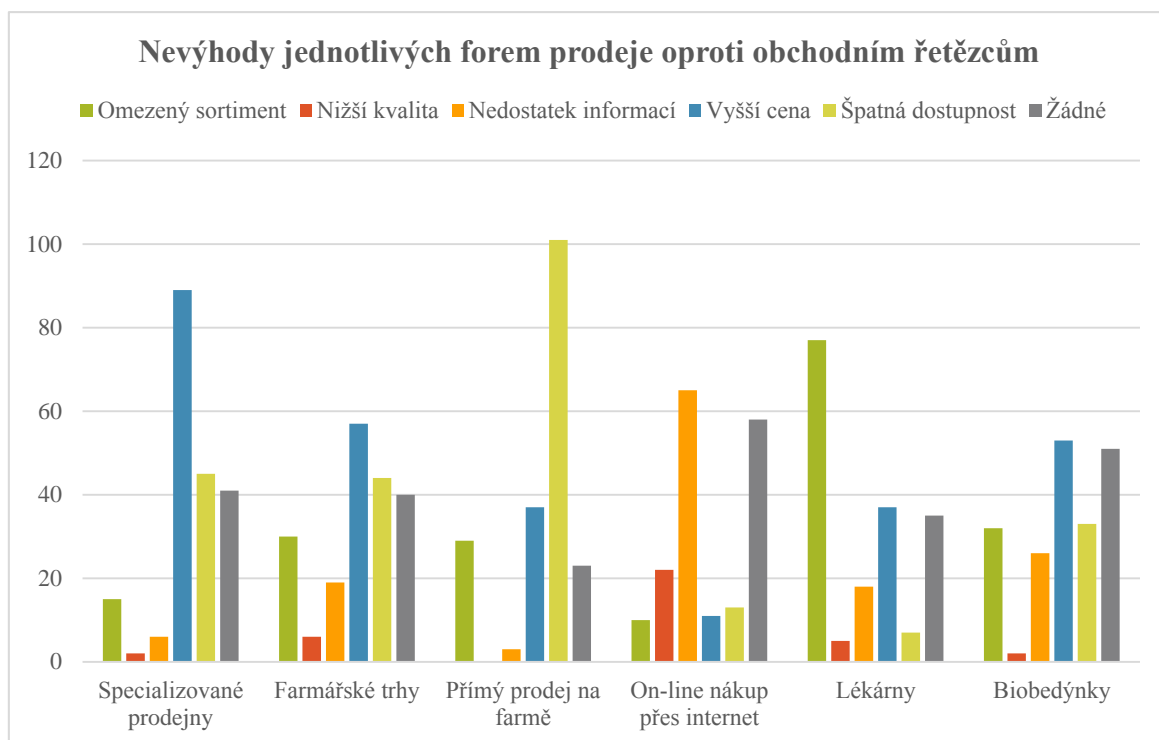
U **přímého prodeje na farmě** si spotřebitelé absolutně nejvíce cení původu biopotravin, tato výhoda byla zvolena více jak polovinou dotázaných (56,8 %). Zde spotřebitelé také předpokládají vysokou kvalitu prodávaných produktů (37,8 %) a stejně tak i kvalifikovaný personál (23,3 %). Nižší podíl odpovědí u širší sortimentu, pouze 8,3 %, je logický vzhledem ke specializaci jednotlivých farem.

Úspora času je považována vysokým počtem respondentů (40,8 %) za výhodu u **on-line nákupu přes internet**, kde ještě 17 % dotázaných oceňuje širší sortimentu. Ostatní možné výhody byly označeny jen nepatrným procentem respondentů a 28,6 % dotázaných v tomto způsobu prodeje nespaturuje žádné výhody oproti obchodním řetězcům.

Skutečnost, že výhody **prodeje biopotravin v lékárnách** neoslovily celou polovinu dotázaných, mohou být odůvodněny malými zkušenostmi s touto formou prodeje. 17 % respondentů však oceňuje kvalifikovaný personál.

Rovněž u prodeje biopotravin prostřednictvím **biobedýnek** vysoké procento spotřebitelů nespaturuje žádné výhody (57 dotázaných, což je 27,7 %). Co naopak oceňují, je původ biopotravin (24,27 %) a úspora času (23,3 %).

**Graf 7:** Nevýhody jednotlivých forem prodeje biopotravin oproti obchodním řetězcům



Zdroj: Vlastní zpracování (2014)

K možnosti porovnání je třeba též uvést výsledky otázky, která měla za cíl vyhodnotit nevýhody jednotlivých forem prodeje oproti obchodním řetězcům. Tyto výsledky nám znázorňuje Graf 7. Respondenti odpovídali stejně jako u předchozí otázky, tzn. měli možnost zvolit více než jednu odpověď, v případě neshledání žádných nevýhod, vybrali poslední možnost „žádné“.

U **specializovaných prodejen** poměrně jednoznačně, 89 respondentů (43,2 %), považuje vyšší cenu biopotravin za největší nevýhodu oproti nákupu v obchodních řetězcích. Špatnou dostupnost označilo 45 dotázaných (21,8 %), což může být způsobeno nerovnoměrným pokrytím specializovaných prodejen. Potěšující je celkem vysoké procento lidí, kteří nespatřují žádné nevýhody (19,9 %).

Obdobné výsledky lze pozorovat u **farmářských trhů**. Nejvíce respondentů označilo za nevýhody vyšší cenu (27,7 %) a špatnou dostupnost (21,4 %). Lze také zmínit, že 17 % respondentů vnímá na farmářských trzích omezený sortiment. Stejně jako u specializovaných prodejen, téměř 20 % dotázaných, nevidí v nakupování na farmářských trzích žádné nevýhody.

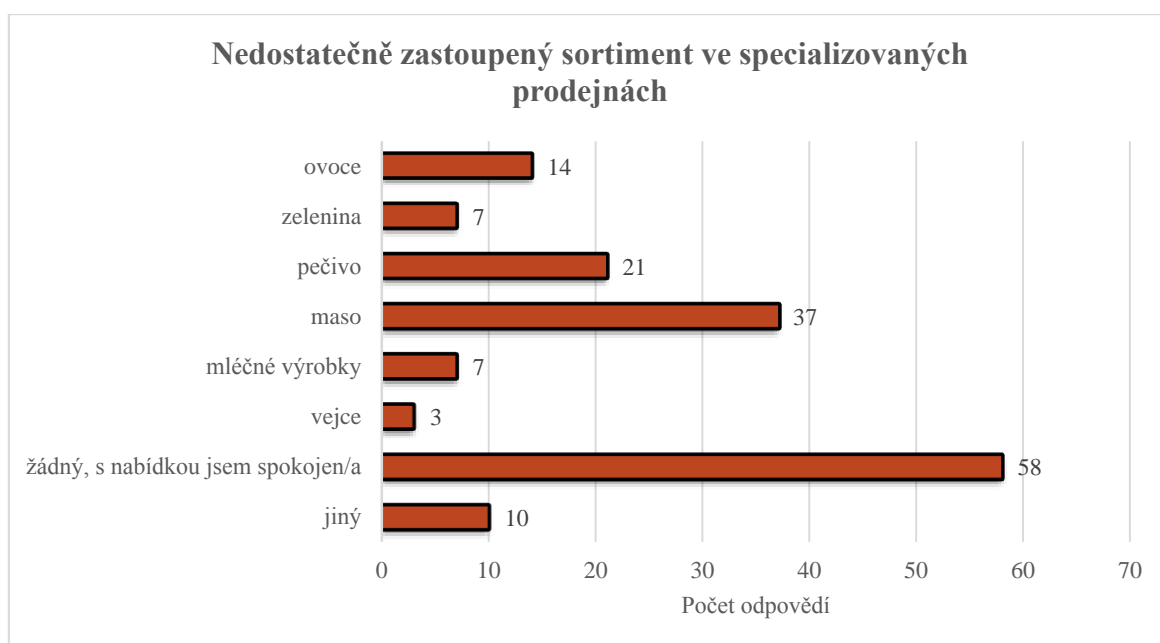
Co se týče **přímého prodeje na farmě**, téměř polovina dotázaných zvolila špatnou dostupnost za největší nevýhodu tohoto způsobu prodeje. Vyšší cenu označilo 57 dotázaných a omezený sortiment 29 dotázaných.

V dnešní době se stále více věcí nakupuje **on-line přes internet**. V případě nákupu biopotravin on-line je pro spotřebitele limitující nedostatek informací (65 dotázaných). Na druhou stranu 59 respondentů nespatřuje žádné nevýhody.

Nákup biopotravin v lékárnách u nás není příliš rozšířený. Největší nevýhodu pro spotřebitele představuje omezený sortiment (77 dotázaných), následuje vyšší cena (37).

Hlavní nevýhodou téměř u všech forem prodeje biopotravin oproti obchodním řetězcům je respondenty označována vyšší cena. Není tomu jinak ani u nákupu biopotravin prostřednictvím **biobedýnek**, odpovědělo takto 53 dotázaných. Tato forma prodeje je také pro lidi špatně dostupná (51) a 32 dotázaných vadí omezený sortiment.

**Graf 8:** *Nedostatků v sortimentu specializovaných prodejen*

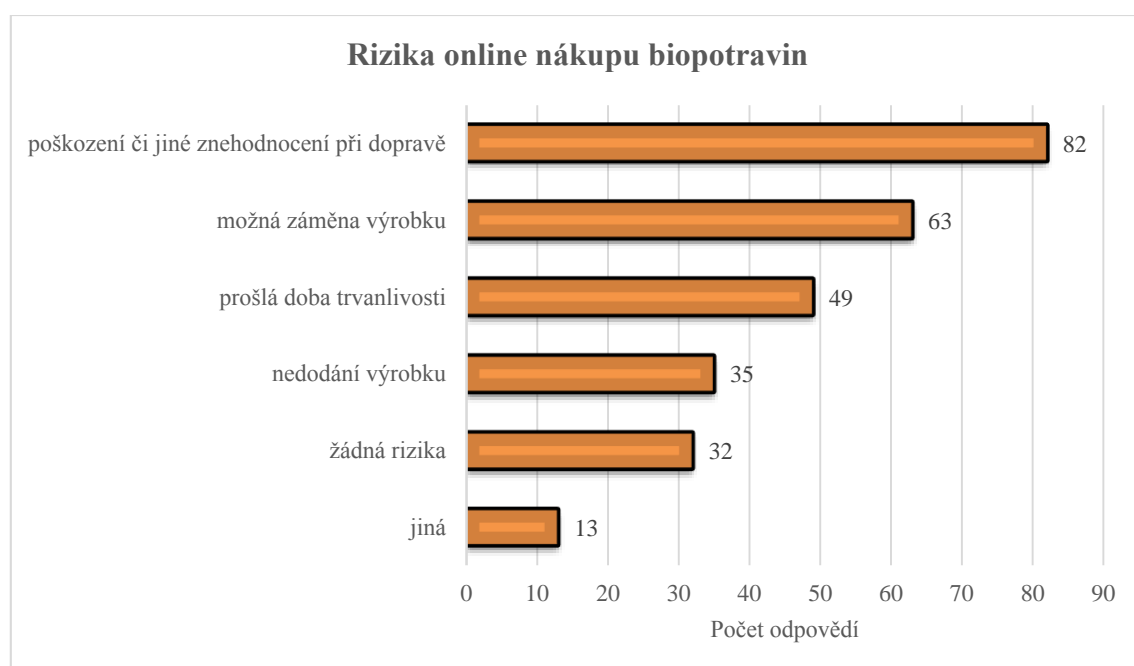


Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

Jak již bylo zmíněno výše u výhod jednotlivých forem prodeje, převážná část dotazovaných hodnotila širší sortimentu specializovaných prodejen jako jejich největší výhodu oproti obchodním řetězcům. I přes to měla následující otázka za úkol zjistit, jaký konkrétní druh sortimentu je v nabídce nedostatečně zastoupen nebo jim zcela chybí.

Graf 8 potvrzuje výše uvedené výsledky, že spotřebitelé jsou s nabídkou specializovaných prodejen spokojeni, když takto odpovědělo 58 dotázaných ze 158, což je 37% podíl. Pokud přece jen v sortimentu nějaký druh postrádají, 23,6 % (37 ze 158) spotřebitelů odpovědělo, že se jedná o maso, pečivo (13 %) a ovoce (9 %). Nejméně jim v nabídce chybí zelenina, mléčné výrobky (shodně po 4,5 %) a vejce necelým 2 % dotázaných. V této otázce byla možnost zvolit i jiný sortiment, který nebyl nadefinován v nabízených odpovědích. Respondenti zde uvedli cukrovinky, ryby či dietní výrobky.

**Graf 9: Rizika online nákupu biopotravin**



Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

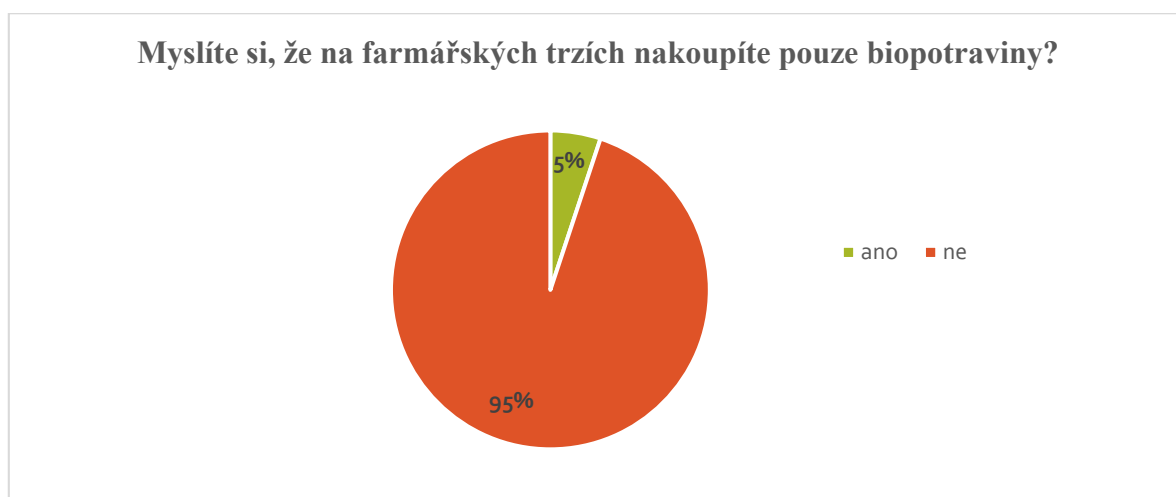
K výše zmíněným nevýhodám online nákupu biopotravin přes internet lze dle Grafu 9 doplnit také jeho jednotlivá rizika. Respondenti zde mohli zvolit více než jednu z možných odpovědí. Více jak polovina dotázaných, což je 82 respondentů, se nejvíce obává poškození či jiného znehodnocení výrobku při dopravě, pro 63 dotázaných je dalším rizikem možná záměna výrobku, prošlou dobu trvanlivosti označilo 49 dotázaných a nedodání výrobku pouze 35 dotázaných. V případě, že spatřují jiná rizika, nejčastěji se odpovědi týkaly především nejistoty, že jde skutečně o bio produkt nebo nedůvěru v původ biopotravin.

Následující dva grafy znázorňují informovanost spotřebitelů ohledně prodeje biopotravin na farmářských trzích a dostupnosti biobedýnek.

Vzhledem k tomu, že popularita farmářských trhů stále stoupá, povědomí spotřebitelů o tom, jaké produkty se tam prodávají, je na dobré úrovni. To potvrzuje Graf 10, když 95 % dotázaných se správně domnívá, že v nabídce farmářských trhů nenajdou pouze biopotraviny.

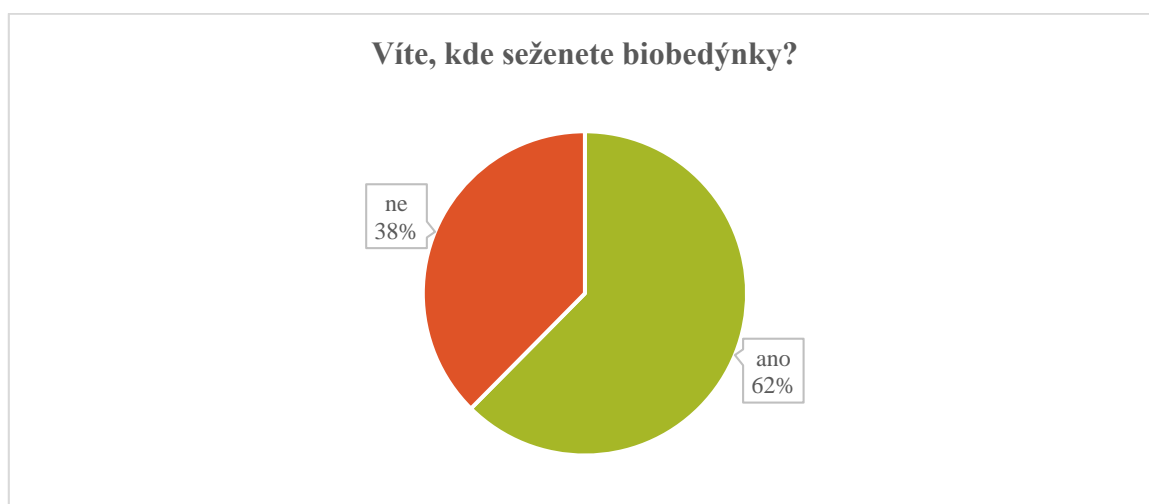
V případě povědomí spotřebitelů o dostupnosti biobedýnek, Graf 11 ukazuje, že 62 % z nich ví, kde se dají biobedýnky sehnat.

**Graf 10:** *Farmářské trhy a biopotraviny*



Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

**Graf 11:** *Informovanost spotřebitelů o dostupnosti biobedýnek*

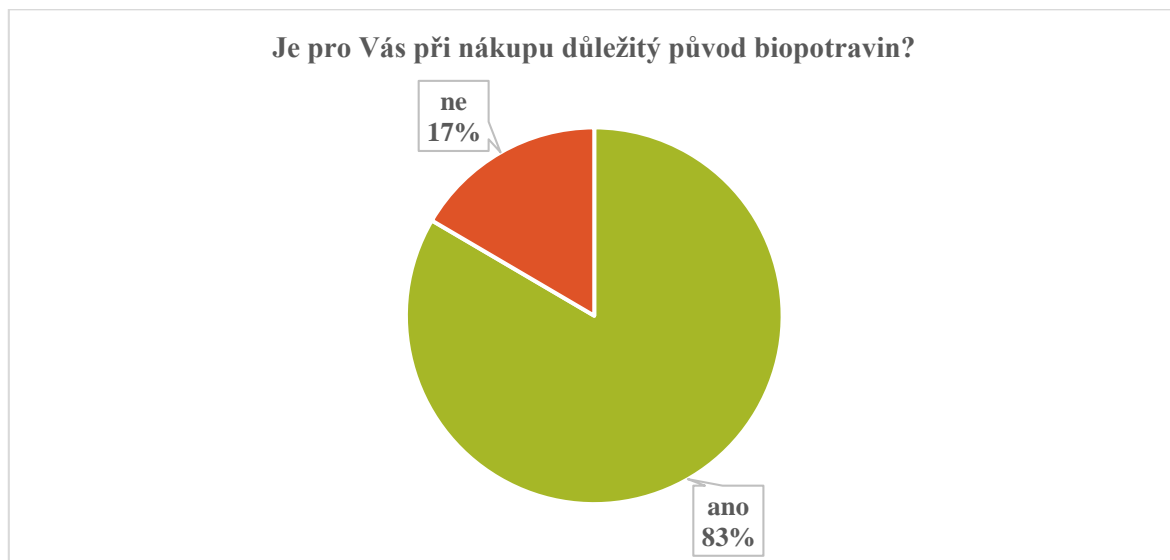


Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*



Jako poslední výsledek z dotazníkového šetření (viz Graf 12) lze uvést důležitost původu biopotravin pro spotřebitele. Pro 83 % dotázaných je původ biopotravin důležitý, spotřebitele zajímá, kde a za jakých podmínek tyto potraviny vznikají.

**Graf 12:** *Důležitost původu biopotravin*



Zdroj: *Vlastní zpracování (2014)*

## 4.2 Zhodnocení

Na základě výsledků z dotazníkového šetření jsou zhodnoceny tzv. ostatní distribuční cesty biopotravin, mezi které patří specializované prodejny, farmářské trhy, systém biobedýnek, on-line nákup přes internet, přímý prodej na farmě a lékárny. Dále jsou zde navržena doporučení pro zlepšení méně využívaných distribučních cest a zužitkování výhod v konkurenci s obchodními řetězci.

Jak již bylo uvedeno v teoretické části této práce, nejvyšší podíl na celkovém obratu biopotravin v České republice mají obchodní řetězce. Pro spotřebitele je tento způsob nákupu nejpohodlnější, protože na jednom místě nakoupí jak konvenční potraviny, tak rovněž v bio kvalitě. Vzhledem k tomu, že se běžní zákazníci přiklánějí spíše k levnější variantě na úkor kvality, v jejich nákupních košících pak končí převážně konvenční potraviny. Problém může být i v nízké kvalitaci zaměstnanců, kdy spotřebitel nedostane potřebné informace o biopotravinách či dokonce obdrží informace nesprávné. To vše pak může spotřebitele od nákupu biopotravin odradit, avšak pro zainteresované jedince to naopak může být impulsem pro vyhledávání alternativních forem prodeje.

A právě výsledky dotazníkového šetření, zaměřeného pouze na spotřebitele biopotravin ukazují na potenciál a velmi dobrou úroveň specializovaných prodejen. V otázce, zaměřené na oblibu jednotlivých forem prodeje, specializované prodejny dokonce mírně předčily hypermarkety/supermarkety. Lidé zde oproti obchodním řetězcům nejvíce oceňují široký výběr sortimentu, což je velmi důležitý aspekt při výběru prodejního místa spotřebitelem. Ten v dnešní uspěchané době nemá tolik času na to, aby obcházel více kamenných obchodů kvůli jednomu nákupu. V případě, že mu specializovaná prodejna nabídne dostatečný výběr z kvalitních a prověřených bio výrobků, bude zde své nákupy uskutečňovat častěji. Na co by se měly specializované prodejny zaměřit, je nabídka masa, které se dodává spíše do obchodních řetězců. Pro spotřebitele však představuje největší mezeru v sortimentu specializovaných prodejen. Nejenom širší sortimentu je však to, čeho si spotřebitelé ve specializovaných prodejnách cení. Je to také důvěra v původ biopotravin a jejich vyšší kvalitu, navíc se zde mohou obrátit na kvalifikovaný personál.

Téměř čtvrtina dotázaných uvedla jako nevýhodu specializovaných prodejen oproti obchodním řetězcům špatnou dostupnost. Tento ukazatel může souviset s jejich nerovnoměrným pokrytím. V dnešní době, kdy narazíme na supermarket téměř na každém rohu, je třeba, aby i specializované prodejny biopotravin byly pro lidi dobře dostupné.

Nejenom u specializovaných prodejen, se jako jedna z největších nevýhod oproti obchodním řetězcům stala jejich vyšší cena. Je to dáno především tím, že téměř všechny obchodní řetězce nabízejí biopotraviny pod svou privátní značkou. Navíc si mohou více dovolit nabízet výrobky ve speciálních akcích. A právě jedním z možných řešení, jak snížit cenu a upoutat tím pozornost zákazníků na různé druhy biopotravin ve specializovaných prodejnách, je pravidelně obměňovaná akční nabídka s nižší cenou. V případě, že si takový výrobek zákazník koupí a bude s ním spokojen, je pravděpodobné, že se do prodejny v budoucnu vrátí a bude ochoten si pár korun za kvalitní produkt připlatit.

Spotřebitelé nejraději nakupují biopotraviny v kamenných prodejnách, podle výše uvedených výsledků jsou to specializované prodejny, supermarkety a hypermarkety. V zahraničí oblība těchto způsobů prodeje vedla ke vzniku specializovaných biosupermarketů, kde lze pod jednou střechou na ploše větší jak 400 m<sup>2</sup> nakoupit v bio kvalitě nejenom potraviny, ale také drogerii, kosmetiku či oblečení z bio bavlny. Největší biosupermarket v Evropě se nachází v hlavním městě Německa a ve dvou podlažích je nabízeno více jak 18 000 výrobků v bio kvalitě.

Velký boom zaznamenávají v posledních letech farmářské tržiště. Lidé slyší především na regionální a sezonní produkty ve vyšší kvalitě, kvůli kterým neváhají vystát velké fronty. Především pro lidi z velkých měst, kteří se běžně přímo na farmu nedostanou, jsou farmářské trhy jakousi alternativou, jak nakoupit produkty přímo od zemědělce. V začátcích se mnoho zákazníků domnívalo, že vše, co se nazývá „farmářské“ je synonymum pro „bio“. Nelze posoudit, jak je tomu nyní u všech návštěvníků těchto trhů, ale dle výše uvedených výsledků dotazníkového šetření, spotřebitelé biopotravin se správně domnívají, že na farmářských trzích nekoupí pouze biopotraviny. Spotřebitelé si zde oproti supermarketu či hypermarketu pochvalují výběr z pestrého sortimentu, méně známých odrůd či zapomenutých tradičních produktů. Je však škoda, že při takové oblibě lze na farmářských trzích najít jen velmi málo zemědělců nabízejících biopotraviny. Přímý prodej na trhu je zvláště pro ekologické zemědělce výhodný. Měli by tedy tohoto způsobu prodeje využít k prvotnímu navázání přímého kontaktu s konečným spotřebitelem. V případě spokojenosti se tak může vytvořit mezi zemědělcem a spotřebitelem důvěra, která mu zaručí pravidelný odbyt jeho produktů. Taktéž se tu nabízí šance, jak zákazníka nalákat přímo na farmu, kde by mohl vidět v jakých podmínkách nabízené biopotraviny, vznikají.

Přímý prodej na farmě preferuje ani ne desetina dotázaných. Potěšující může být fakt, že pro většinu (83 %) dotázaných je původ nakupovaných biopotravin důležitý. Tento ukazatel je považován také za absolutní výhodu u přímého prodeje na farmě, naopak nevýhodou je jejich špatná dostupnost. Je tedy třeba nějakým způsobem vzbudit v lidech zájem o návštěvu farmy. Jak již bylo zmíněno, jednou z možností je prvotní kontakt na farmářských trzích. Dále by bylo možné pořádat na ekofarmách exkurze a nejrůznější akce pro školy, kdy by se kladl důraz na budoucí spotřebitele.

V době, kdy spotřebitelů nakupujících na internetu neustále přibývá, lze hodnotit online nákup biopotravin přes internet jako zklamání. Tento způsob prodeje upřednostňuje pouze 2,5 % dotázaných. Kromě úspory času, velké procento dotázaných nevidí žádnou výhodu. Naopak za nevýhodu je považován nedostatek informací a největší riziko je spatřováno v poškození či jiném znehodnocení při dopravě. Hodnocení internetového prodeje biopotravin je třeba brát spíše s rezervou, protože jen málo dotázaných má zatím s touto formou prodeje zkušenost. Je pochopitelné, že většina zákazníků si chce kupované zboží (především pak potraviny) sama vybrat a prohlédnout, což však přes internet není možné. Je tedy důležité, aby internetové stránky obchodu byly přehledné a u každého výrobku byla uvedena fotografie, popis a složení. Ke zvýšení důvěry spotřebitele by se na stránkách obchodu měly objevit také užitečné informace o principech a přednostech ekologického zemědělství a biopotravin. Lákavý může být i dostatečně široký sortiment. Internetové obchody mají zpravidla své kamenné prodejny, kde je možné si objednaný nákup vyzvednout. Tím lze předejít uvedenému riziku poškození při dopravě. Nabízí se tak i možnost objednat si čerstvé potraviny. V České republice si zákazníci na prodej potravin přes internet teprve zvykají, není ještě rozšířen tak jako v zahraničí, do budoucna se dá ale předpokládat jeho růst.

Na jednu stranu si lidé již zvykli na celoroční nabídku nejrůznějších druhů ovoce a zeleniny, takže je nepřekvapí, že v zimě nakoupí například rajčata či jahody, které se nejspíše sklízely nezralé na opačné části polokoule, dozrávaly v umělé atmosféře a do České republiky urazily tisíce kilometrů. Na stranu druhou, stále více lidí začíná být s kvalitou ovoce a zeleniny v obchodních řetězcích nespokojená. A právě pro ně by mohl být systém biobedýnek ideálním řešením, jak nakoupit čerstvé a sezonní produkty. 62 % dotázaných sice ví, kde bio bedýnky sehnat, ale zatím se nedaří oslovit mnoho spotřebitelů.

Je tedy třeba stále pracovat na propagaci a informovat spotřebitele o principech fungování tohoto systému distribuce. Dle výsledků dotazníkové šetření ho preferuje pouze 3,8 % dotázaných a vyzkoušela ho necelá čtvrtina. Dříve byl velkou nevýhodou omezený výběr obsahu a dopředu nebylo známo, co bude bedýnka obsahovat. Nyní již má zákazník více možností - může do bedýnky zkombinovat různé druhy sortimentu a vybrat si i velikost bedýnky. Většina bedýnkových systémů funguje jako internetový online obchod, lidé sice ocení úsporu času, věří v původ a vyšší kvalitu nabízených produktů, na druhou stranu jako nevýhodu vidí vyšší cenu. Zvláštní je, že 27 % dotázaných neshledává žádné výhody a téměř 25 % ani žádné nevýhody. Lze tedy konstatovat, že postoj spotřebitelů je dosti rozporuplný a nelze z něj usoudit, jakým směrem se bude tato forma distribuce biopotravin ubírat. Pozitivem však je, že bioprodejnou roku 2014 se staly Freshbedýnky, které by mohly systém biobedýnek dostat do povědomí spotřebitelů a svým propracovaným konceptem je i zaujmout.

Minimálně využívanou formou distribuce biopotravin jsou lékárny. Polovina dotázaných zde nedokáže určit žádnou výhodu, kromě kvalifikovaného personálu. Skutečnost, že zde prodej biopotravin neoslovil příliš mnoho respondentů lze odůvodnit malými zkušenostmi s touto formou prodeje, lidé si zde na prodej biopotravin nezvykli. Sortiment není třeba rozšiřovat, lékárny by měli být zaměřené spíše na doplňkový prodej, jako třeba dětské pokrmy, bylinky a čaje v biokvalitě.

## 5 Závěr

Ekologické zemědělství za posledních 20 let prošlo velkým vývojem. Zvyšující se poptávka spotřebitelů po biopotravinách vedla k nárůstu počtu ekologických zemědělců a výrobců. V posledních letech došlo ke zpomalení nárůstu počtu ekologických zemědělců z důvodu změny podmínek o vstup do EZ, kdy od roku 2012 neměli možnost požádat o podporu v rámci opatření „Ekologické zemědělství“. U českého trhu s biopotravinami došlo po stagnaci v letech 2010 – 2011 opět k mírnému oživení a obrat u biopotravin včetně vývozu dosáhl 2,4 mld. korun. Průměrná roční spotřeba na obyvatele však stále nepřesahuje 200 korun, což je oproti zahraničí nízké číslo. Hlavními důvody, proč se o biopotraviny lidé nezajímají, je jejich vysoká cena, omezená nabídka v prodejnách nebo nedostatek informací o jejich kvalitě.

Nicméně, nabídka biopotravin se stále rozšiřuje a s rozšiřující nabídkou také stoupá počet prodejných míst biopotravin, především pak podíl nadnárodních maloobchodních řetězců na úkor všech ostatních prodejných míst. Obliba ostatních forem distribuce biopotravin však v poslední době stoupá - jsou jimi specializované prodejny, farmářská tržiště, přímý prodej na farmě, online prodej přes internet, systém biobedýnek a lékárny.

Jak již bylo řečeno, nejvyšší podíl na celkovém obratu biopotravin v České republice mají supermarketů a hypermarketů. Tam se však ekologičtí zemědělci a drobní producenti jen těžko prosazují. Je tedy třeba využít jiných forem prodeje. Z provedeného dotazníkového šetření vyplývá, že největší potenciál mají specializované prodejny biopotravin, kdy v oblíbenosti lehce předčily i obchodní řetězce. Spotřebitelé zde oproti obchodním řetězcům oceňují vyšší kvalitu biopotravin, jejich původ a také to, že se můžou obrátit na kvalifikovaný personál, což vede k lepší informovanosti spotřebitelů. V případě, že budou tyto prodejny pro spotřebitele dobře dostupné, vyberou si zde ze širokého sortimentu a za přijatelné ceny, lze v budoucnu předpokládat růst obratu u tohoto prodejního místa.

Stále více lidí se začíná zajímat o kvalitní regionální a sezonní produkty, které můžou nakoupit na farmářských trzích. Je však důležité si uvědomit, že jsou zde nabízeny jak produkty konvenčního zemědělství, tak ekologického. S touto formou prodeje biopotravin má zkušenost nejvíce dotázaných, avšak pouze 20 % z nich trhy pro nákup biopotravin upřednostňuje. To může být způsobeno tím, že na těchto tržištích jsou bio stánky zastoupeny jen v malé míře, což je škoda, protože pro prodejce biopotravin je to

nejlepší příležitost, jak své produkty zviditelnit širokému okruhu lidí. Oproti obchodním řetězcům je zde výhoda přímého kontaktu mezi prodejcem a konečným spotřebitelem. Pro zvýšení odbytu biopotravin na farmářských trzích je tedy potřeba, aby se na ně dostalo více zemědělců nabízejících biopotravin.

Mezi méně upřednostňované a využívané formy prodeje biopotravin lze na základě dotazníkového šetření zařadit přímý prodej na farmě, on-line nákup přes internet, systém biobedýnek a lékárny. Pro většinu dotázaných je sice důležitý původ nakupovaných biopotravin, což by mohlo spotřebitele motivovat k návštěvě farmy, je však pro ně nevýhodná jejich špatná dostupnost. Především lidé z velkých měst jako alternativu tohoto přímého prodeje volí nákup na farmářském trhu. Jak již ale bylo uvedeno, do budoucna je to jeden ze způsobů, jak tyto lidi na farmu přilákat, například i pořádáním různých akcí spojených s prohlídkou farmy.

Stále více zboží se v dnešní moderní době dá objednat přes internet. Lidé na tomto způsobu prodeje oceňují pohodlí nákupu z domova a především pak úsporu času. Z dotazníkového šetření však vyplývá, že s nákupem biopotravin on-line má zkušenosti jen malé procento dotázaných. Přesto lze v tomto způsobu prodeje vidět budoucnost, jde jen o to, aby si zákazníci v České republice na prodej potravin přes internet zvykli.

Jednou z možností pro ekologického zemědělce, jak si vytvořit individuální síť odběratelů, je prostřednictvím systému biobedýnek. Dle dotazníkového šetření již více jak polovina dotázaných ví, kde biobedýnky sehnat, na druhou stranu v odpovědích na výhody a nevýhody tohoto způsobu prodeje odpovídali značně rozpačitě. Oproti nákupu v obchodních řetězcích je pro ně výhodou vyšší kvalita. V současné době se najde mnoho lidí, kteří jsou nespokojeni s nabídkou ovoce a zeleniny v hypermarketu či supermarketu. Najdou zde nepřehledné množství druhů, většinu však dováženou ze zahraničí. Je tedy potřeba tyto zákazníky oslovit a přiblížit jim systém biobedýnek jako způsob, kterým lze získat čerstvé, v regionu vypěstované a tedy i zdravé plodiny. Systém biobedýnek lze považovat do budoucna za jednu z důležitých distribučních cest především na trhu s ovocem a zeleninou.

Nejméně využívanou a oblíbenou formou prodeje biopotravin jsou dle dotazníkového šetření lékárny. Zákazníci si zde nezvykli biopotravinu nakupovat. Je to dáno především omezeným sortimentem, který je většinou zaměřený na dětské příkrmy či

bylinkové čaje. Sortiment není třeba rozšiřovat, je však nutné, aby zákazník věděl, že lékárny produkty v bio kvalitě nabízejí.

Vzhledem k tomu, že spotřebitelé upřednostňují především kamenné obchody, lze producentům doporučit, aby se spíše zaměřili na dodávky do specializovaných prodejen biopotravin. U spotřebitelů jsou nejvíce oblíbené - vnímají zde vyšší kvalitu a důvěřují nabízeným produktům. Se sortimentem specializovaných prodejen jsou spotřebitelé převážně spokojeni, nejvíce jim pak chybí maso a pečivo. Podaří-li se tedy sortiment ještě více rozšířit a tuto mezeru vyplnit, stanou se pro spotřebitele specializované prodejny velmi pohodlné, protože nebudou muset obíhat kvůli jednomu nákupu více obchodů. Se specializovanými prodejny by bylo dobré propojit i systém biobedýnek či internetové obchody, kdy by prodejny sloužily jako jejich odběrné místo. Zemědělci by snížily náklady za dopravu a do prodejny by zavítala řada nových zákazníků. V současné době by taktéž měli využít vysoké návštěvnosti farmářských trhů, kde je právě zastoupení stánků s bioprodukty velmi malé. Je zde možnost zviditelnit své produkty a navázat osobní kontakt s konečným spotřebitelem. Dále je potřeba se prezentovat a účastnit propagačních akcí, kde lze oslovit zákazníky a seznámit je s novinkami a nabízeným sortimentem.



## 6 Seznam použitých zdrojů

1. Bioinstitut, *90 argumentů pro ekologické zemědělství*. 2. vyd. Olomouc: Bioinstitut, 2007, 16 s. Praktická příručka (Bioinstitut). ISBN 978-80-87080-08-5.
2. ČERVENKA, Jaroslav, KOVÁŘOVÁ Kateřina. *Biopotraviny*. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005, 111 s. ISBN 80-213-1404-4.
3. DLOUHÝ, Josef, URBAN Jiří. *Ekologické zemědělství bez mýtu: Fakta o ekologickém zemědělství a biopotravinách pro média*. Olomouc: Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství, 2011. ISBN 978-80-87371-13-8.
4. DVORSKÝ, Jan, URBAN Jiří. *Základy ekologického zemědělství: podle Nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a Nařízení Komise (ES) č. 889/2008 s příklady*. Brno: ÚKZÚZ, 2011. ISBN 978-80-7401-051-4.
5. FIBL, Forschungsinstitut für Biologischen Landbau. *Quality and Safety of Organic Products: Food systems compared*. 1. ed. Frick: FiBL, 2006. ISBN 978-390-6081-892.
6. HAJŠLOVÁ, Jana, SCHULZOVÁ Věra. *Porovnání produktů ekologického a konvenčního zemědělství: odborná studie VŠCHT*. Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací, 2006, 23 s. ISBN 80-727-1181-4.
7. MOUDRÝ, Jan. *Bioprodukty*. V Praze: Institut výchovy a vzdělání Ministerstva zemědělství ČR, 1997, 37 s. ISBN 80-710-5138-1.
8. Kolektiv autorů. *Jak se rodí biopotraviny, aneb, Jak ekozemědělci dávají vzniknout potravinám*. Editor Jan Kotěra. Praha: PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2011, 15 s. ISBN 978-80-904223-3-9.

9. MZe<sub>1</sub>. *Akční plán ČR pro rozvoj ekologického zemědělství v letech 2011-2015: Action plan for organic farming 2011-2015*. Praha: Ministerstvo zemědělství ve spolupráci s Českou technologickou platformou pro ekologické zemědělství, 2011, 32 s. ISBN: 978-80-7434-007-9
10. MZe<sub>2</sub>. *Ročenka 2011 - Ekologické zemědělství v České republice*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2012. ISBN 978-80-7434-080-2.
11. Mze<sub>3</sub>. *Právní předpisy pro ekologické zemědělství a produkci biopotravin*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2012, 148 s. ISBN 978-80-7434-059-8.
12. Mze<sub>4</sub>. *Ročenka 2012 - Ekologické zemědělství v České republice*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2013, ISBN: 978-80-7434-139-7
13. PRŮŠOVÁ, Jana, ZEMANOVÁ Hana. *Biopotraviny: spotřebitelské otázky a odpovědi*. Praha: PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2004.
14. ŠARAPATKA Bořivoj, URBAN, Jiří. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. 1. vyd. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR, 2003, 280 s. ISBN 80-721-2274-6.
15. ŠARAPATKA, Bořivoj, URBAN Jiří. *Ekologické zemědělství: učebnice pro školy i praxi*. 2. vyd. Šumperk: PRO-BIO, 2005, 334 s. ISBN 80-903-5830-6.
16. ŠARAPATKA, Bořivoj, URBAN Jiří. *Ekologické zemědělství v praxi*. Šumperk: PRO-BIO, 2006, 502 s. ISBN 80-870-8000-9.
17. TICHÁ, Kateřina Marie. *Ekologické zemědělství v kostce*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2008. ISBN 978-80-7084-716-9.
18. VÁCLAVÍK, Tomáš. *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2006, 20 s. ISBN 80-708-4483-3.

19. VÁCLAVÍK, Tomáš. *Jak vytvořit a úspěšně provozovat systém biobedýnek*. Brno: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2008, 24 s.
20. *Zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona č. 368/1992 Sb., o správních poplatcích, v aktuálním znění*, Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006. ISBN 80-7084-505-8.

## INTERNETOVÉ ZDROJE

21. BÖLW. Nachgetragt: 28 Antworten zum Stand des Wissens rund um Öko-Landbau und Bio-Lebensmittel, 2012 [online]. PDF [cit. 2014-09-08]. Dostupné z WWW: [http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Themen/Argumentationsleitfaden/Bio-Argumente\\_BOELW\\_Auflage4\\_2012\\_02.pdf](http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Themen/Argumentationsleitfaden/Bio-Argumente_BOELW_Auflage4_2012_02.pdf)
22. HORÁKOVÁ, Sylva. *PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců: Biopotraviny nakupují Češi stále častěji na farmě*. *Ekolist.cz* [online]. 15. 4. 2013 [cit. 2014-06-05]. Dostupné z WWW: <http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/tiskove-zpravy/biopotraviny-nakupuji-cesi-stale-castěji-na-farme>
23. MEITNER, Zdeněk. *Logo tzv. biozebry by v budoucnu mělo být jen pro české biopotraviny*. *Ekolist.cz* [online]. 11. 9. 2014 [cit. 2014-10-01]. Dostupné z WWW: <http://ekolist.cz/cz/zelena-domacnost/zpravy-zd/logo-tzv-biozebry-uz-by-melo-byt-pouze-pro-ceske-biopotraviny>
24. *PRO-BIO Svaz EZ. Jak nakupovat BIO na trzích - DESATERO CHYTRÉHO SPOTŘEBITELE*. Bio-měsíčník pro trvale udržitelný život, 2013 č. 4. [online]. PDF. [2014-01-05]. Dostupné z WWW: [http://www.biomesicnik.cz/clanky/bio1304\\_trhy.pdf](http://www.biomesicnik.cz/clanky/bio1304_trhy.pdf)

25. ÚZEI. Základní statistické údaje EZ za rok 2012 - Zpráva ÚZEI č. 2, PDF, 2013 [cit.2014-08-19]. Dostupné z WWW:  
<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/zakladni-statisticke-udaje-ez-za-rok.html>
26. VÁCLAVÍK, Tomáš. *Kam pro bedýnky* - Adresář farem a bioklubů podporující „jídlo z blízka“. Bio-info.cz, 2010 [online]. PDF. [2014-01-05]. Dostupné z WWW:  
<http://www.bio-info.cz/zpravy/adresar-kam-pro-bedyanky-ukaze-lidem-cestu-k-jidlu-z-blizka>

## **7 PŘÍLOHY**

### **SEZNAM PŘÍLOH**

**Příloha č. 1:** Dotazník

## Zhodnocení distribuce biopotravin

Dobrý den,

jsem studentkou 3. ročníku České zemědělské univerzity v Praze. Ráda bych Vás požádala o vyplnění následujícího dotazníku pro mou bakalářskou práci, která se zabývá vybranými aspekty distribuce biopotravin.

Dotazník zabere cca 5 minut Vašeho času a je zcela anonymní. Pokud není u otázky uvedeno jinak, zvolte vždy jednu z možných odpovědí.

Předem Vám děkuji za ochotu a čas strávený vyplněním tohoto dotazníku.

Lucie Fillingerová

### 1. Nakupujete biopotraviny?

- ano, pravidelně
- ano, občas
- ne

### 2. Jakou formu prodeje biopotravin upřednostňujete?

- hypermarket / supermarket (např. Tesco, Globus, Billa, apod.)
- specializované prodejny (např. Country Life)
- prodej na trhu
- prodej přímo na farmě
- online nákup přes internet (např. [www.bioobchod.cz](http://www.bioobchod.cz))
- lékárny
- biobedýnky
- jinou, uveďte

### 3. S jakou formou prodeje biopotravin máte již zkušenost?

Nápověda k otázce: *Možno zvolit více odpovědí.*

- hypermarket / supermarket (např. Tesco, Globus, Billa, apod.)
- specializované prodejny (např. Country Life)
- prodej na trhu
- prodej přímo na farmě
- online nákup přes internet (např. www.bioobchod.cz)
- lékárny
- biobedýnky
- jinou, uveďte

### 4. Co považujete za výhody u níže uvedených forem prodeje biopotravin oproti nákupu v obchodních řetězcích?

Nápověda k otázce: *Zaškrtněte, je možno zvolit více odpovědí.*

	Šíře sortimentu	Vyšší kvalita	Původ biopotravin	Kvalifikovaný personál	Úspora času	Žádné
Specializované prodejny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Farmářské trhy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Přímý prodej na farmě	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
On-line nákup přes internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lékárny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biobedýnky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Co považujete naopak za nevýhody u níže uvedených forem prodeje biopotravin oproti nákupu v obchodních řetězcích?

Nápověda k otázce: Zaškrtněte, je možno zvolit více odpovědí.

	Omezený sortiment	Nižší kvalita	Nedostatek informací	Vyšší cena	Špatná dostupnost	Žádné
Specializované prodejny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Farmářské trhy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Přímý prodej na farmě	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
On-line nákup přes internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lékárny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biobedýnky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Jaký sortiment biopotravin je podle Vás v nabídce specializovaných prodejen biopotravin nedostatečně zastoupen, nebo Vám v nabídce zcela chybí?

- ovoce
- zelenina
- pečivo
- maso
- mléčné výrobky
- vejce
- žádný, s nabídkou jsem spokojen/a
- jiný, uveďte

7. Myslíte si, že na farmářských trzích koupíte pouze biopotraviny?

- ano
- ne



8. Je pro Vás při nákupu důležitý původ biopotravin, tzn. kde a za jakých podmínek biopotraviny vznikají?

- ano  
 ne

9. Jaká rizika spatřujete v online nákupu biopotravin?

Nápověda k otázce: *Možno zvolit více odpovědí.*

- poškození či jiné znehodnocení při dopravě  
 možná záměna výrobku  
 prošlá doba trvanlivosti  
 nedodání výrobku  
 nespátřuji žádná rizika  
 jiná, uveďte

10. Víte, kde byste sehnal/a biobedýnky?

- ano  
 ne

11. Kolik korun v průměru za biopotraviny měsíčně utratíte?

- do 200  
 200 - 500  
 500 - 1000  
 více jak 1000

12. Vaše pohlaví:

- žena  
 muž

13. Momentálně jste:

- student
- na mateřské dovolené
- nezaměstnaný/á
- zaměstnaný/á
- OSVČ
- důchodce

14. Váš věk:

- do 26 let
- 26 - 36
- 36 - 46
- 46 - 60
- nad 60 let