

Mendelova univerzita v Brně
Agronomická fakulta
Ústav agrosystémů a bioklimatologie



**Biopotraviny a farmářské potraviny – současný stav
a perspektivy na Brněnsku**

Diplomová práce

Vedoucí práce:
Ing. Soňa Dušková, Ph.D.

Vypracovala:
Bc. Martina Minaříková

Brno 2016

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci: Biopotraviny a farmářské potraviny-současný stav a perspektivy na Brněnsku vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace uvádím v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne:.....

.....
podpis

Poděkování

Děkuji vedoucí mé diplomové práce Ing. Soně Duškové, Ph.D. za odpovědné vedení, konzultace a rady, které mi poskytla během zpracování této práce. Dále děkuji všem zúčastněným respondentům, majitelům a prodavačům v obchodech za ochotu při zpracování dotazníků. Také děkuji rodičům za podporu při studiu.

ABSTRAKT

V diplomové práci je zpracován současný stav biopotravin a farmářských potravin na Brněnsku. Jsou to potraviny stále populárnější díky způsobu produkce (biopotraviny) a regionalitě a přímějšímu kontaktu s jejich výrobcem (farmářské potraviny). Práce se zaměřuje na původ bio a farmářských potravin ve vybraných prodejnách a na spotřebitelské preference a motivace k nákupu těchto potravin vyhodnocené na základě dotazníkového šetření (150 respondentů). Základními zjištěními práce je, že sledované prodejny mají v některých případech stejné dodavatele (lze vysvětlit oblíbeností produktů u zákazníků a dostatečnou produkcí pro pokrytí poptávky), a že biopotraviny nakupuje 81,4 % a farmářské potraviny 85,3 % respondentů. Biopotraviny mají často charakter regionálních farmářských produktů a prosazují se formy prodeje jako prodej ze dvora, bedýnky, farmářské trhy, apod. Dotázaní respondenti nakupují na farmářských trzích jak biopotraviny (64,2 % dotázaných), tak farmářské potraviny (64,2 % dotázaných). I přes vzrůstající popularitu těchto potravin mám za to, že je stále prostor pro výzkum a objektivní informování veřejnosti v oblasti jejich kvality.

Klíčová slova: biopotraviny, farmářské potraviny, regionální potraviny, Brno

ABSTRACT

The thesis deals with the current situation of organic food and farmers' food in Brno Region. These products have become more and more popular thanks to the way of their production (organic food) and a possibility of a direct contact with their producers (farm food). The work focuses on the origin of organic and farmers' products in selected shops as well as on consumers' preferences and motivations to buy these products evaluated from the data gathered in a questionnaire survey (150 respondents). The detailed analysis and evaluation of the data obtained in the survey mentioned above show that some of the concerned shops have the same contractors, which may be a result of the fact that their products are popular with customers and/or they produce enough to meet the demands of the market. The organic products are bought by 81,4 % and farmers' products by 85,3 % respondents. In many cases organic products are at the same time local farmers' products. Yard sales, box sales and farmers' markets are among the most popular forms of sale. The respondents go to the farmers' markets to buy both organic products (64,2 %) and farmers' products (64,2 %). Despite the growing popularity of these products, I assume that there is still a lot of research work to be done and a necessity to provide the public with unbiased information on their quality.

Keywords: Organic food, farm food, regional food, Brno

Obsah

1	Úvod.....	8
2	Cíl práce.....	9
3	Literární přehled	10
3.1	Biopotraviny.....	10
3.2	Výroba biopotravin	11
3.3	Kvalita biopotravin.....	13
3.3.1	Nutriční kvalita	13
3.3.2	Technologická kvalita.....	14
3.3.3	Senzorická kvalita.....	14
3.3.4	Hygienická kvalita	14
3.4	Značení biopotravin	16
3.5	Trh biopotravin.....	17
3.5.1	Specifika trhu biopotravin	17
3.5.2	Poptávka po biopotravinách.....	18
3.5.3	Ceny biopotravin.....	19
3.5.4	Prodej biopotravin.....	19
3.6	Regionální potravina	20
3.6.1	Značení regionální potraviny	20
3.6.2	Udělování značky Regionální potravina.....	21
3.6.3	Benefity potravin oceněných značkou Regionální potravina	21
3.6.4	Statistický přehled soutěže „Regionální potravina“ v letech 2010-2015 v ČR	22
3.7	Farmářská potravina – navrhovaná definice	24
3.7.1	Kodex farmářských trhů	24
3.7.2	Označování farmářské potraviny	26
3.7.3	Mobilní aplikace a web Farma v kapse a Farma na dlani.....	26
3.8	Trh s biopotravinami a farmářskými potravinami v ČR.....	27
3.8.1	Celková výměra půdy a počet farem v ekologickém zemědělství ČR.....	27
3.8.2	Počet ekofarem a výměra celkové plochy v ekologickém zemědělství v krajích ČR v roce 2014	27
3.8.3	Počet registrovaných subjektů v ekologickém zemědělství v ČR	29
3.8.4	Ekologičtí zemědělci hospodařící v okresech Brno-město a v Brno-venkov	31
3.8.5	Výrobci biopotravin v okresech Brno-město a Brno-venkov.....	32
3.8.6	Vývoj trhu s biopotravinami a farmářskými potravinami v ČR.....	36
3.9	Formy prodeje	38
3.9.1	Přímý prodej	38
3.9.2	Zprostředkovaný prodej.....	38
3.9.3	Způsob distribuce biopotravin a farmářských potravin	40
4	Materiál a metodika	41
4.1	Dotazníkové šetření, sběr a zpracování dat.....	41
5	Výsledky	43
5.1	Průzkum v prodejnách s bio a farmářskými potravinami	43
5.2	Dotazníkové šetření spotřebitelských preferencí a motivace k nákupu biopotravin a farmářských potravin	45
5.2.1	Výsledky dotazníkového šetření.....	46
6	Diskuze	55
7	Závěr	57
8	Seznam použité literatury a zdrojů	58

9	Seznam obrázků.....	65
10	Seznam tabulek.....	66
11	Seznam příloh	67

1 Úvod

V současnosti se již několikrát vyskytly kauzy, které se týkají kvality a zdravotní nezávadnosti potravin, a tím dochází k ovlivňování myšlení spotřebitelů. Významnou roli mají také zdravotnická doporučení, která varují před konzumací nezdravých potravin, jež mohou způsobovat obezitu nebo ještě hůř, nejrůznější vážné až smrtelné choroby. Lidé na celém světě se proto začali více zajímat o potraviny, které v obchodech nakupují. Velkým fenoménem, obzvláště u mladší generace, se tedy stává zdravý životní styl. Svou popularitu si postupně získává vše, co je bio, farmářské (zboží od farmářů) a regionální.

Přestože poptávka po biopotravínách a farmářských potravinách roste, není jisté, na kolik spotřebitele rozumí této problematice. Zda vědí, v čem spočívá výroba, zda jsou tyto potraviny skutečně zdravější či znají jejich způsob označování. V tomto směru je z hlediska spotřebitele třeba, aby se nadále vedly rozsáhlé informační kampaně a přinášelo více odborných výzkumů, které by dokázaly zhodnotit, jaké mají tyto potraviny výživové hodnoty a jak jsou tedy ve skutečnosti prospěšné pro zdraví.

Spotřebitel nákupem biopotravin podporuje nejen ekologické zemědělství, ale tím, že nakupuje od zemědělců z regionu i farmářské potraviny, nepřímo působí na ochranu životního prostředí.

V rámci literárního přehledu této diplomové práce jsou zpracovány informace o biopotravínách, regionálních potravinách a farmářských potravinách. Na teoretickou část navazuje část praktická, kde je vyhodnocený průzkum prodejen v Brně a dotazníkové šetření spotřebitelského chování při nákupu biopotravin a farmářských potravin.

2 Cíl práce

Cílem práce je přinést ucelený přehled informací týkající se biopotravin a farmářských potravin. Dále je cílem této práce zmapovat dodavatele vybraných komodit v prodejnách s biopotravinami a farmářskými potravinami a pomocí dotazníkové šetření zhodnotit spotřebitelské preference a motivace vedoucí k nákupu těchto potravin.

3 Literární přehled

3.1 Biopotraviny

Biopotraviny jsou potraviny vyprodukované v souladu s požadavky zákona č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství, nařízení Rady (ES) č. 834/2007 a nařízení Komise (ES) č. 889/2008. Jsou vyrobené z bioproduktů, tedy produktů kontrolovaného ekologického zemědělství, což je prozíravý způsob hospodaření s kladným vztahem k půdě, rostlinám, zvířatům a přírodě se striktně omezeným používáním umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků, hormonů a umělých látek. Při jejich výrobě lze použít pouze povolené aditivní látky, pomocné látky a zemědělské suroviny konvenčního původu do 5% hmotnosti (KOMPRDA, 2009). Mezi nejběžněji biopotraviny vyráběné z bioproduktů patří především mléko a mléčné výrobky (jogurty, sýry, tvaroh atd.), pečivo, čaje, koření, mouka, těstoviny, dětská výživa, vejce, kuřecí, vepřové a hovězí maso, víno atd.

Biopotraviny přináší výhody zejména, co se týká zdravotní nezávadnosti a kvality a jsou produktem ekologického zemědělství. U těchto potravin se přísně omezuje používání syntetických chemikálií a konzervačních látek, které se široce využívají při zpracování běžných potravin (KRETZSCHMAR a SCHMID, 2011). Na rozdíl od klasických potravin nemají obsahovat chemická aditiva, konzervanty, stabilizátory, umělá barviva atd., pokud to není nevyhnutelné. Ministerstvo zemědělství České republiky na svých oficiálních webových stránkách uvádí, že biopotraviny mají lepší výživnou hodnotu (vyšší obsah vitamínů, zejména vitamínů C a E, vyšší obsah minerálních látek). Ekologicky vypěstovaná zelenina má nižší obsah dusičnanů, a to až o 50 % a o více než 90 % nižší obsah pesticidů v porovnání s konvenční zeleninou (MZe, 2012a).

Poptávka po biopotravinách v posledních dvou desetiletích roste na celém světě, a to i díky potravinovým skandálům, rozšíření nemocí (např. slintavka a kulhavka) a šíření GMO plodin, jež způsobují ztrátu důvěry v kvalitu tradičních potravin (VEGA-ZAMORA a kol., 2013). Biopotraviny jsou jedním z nejrychleji se rozvíjejících segmentů potravinářského trhu. Maloobchodní prodej je nejvýznamnějším distribučním místem ve všech vyspělých zemích (MZe, 2006).

Bioprodukt je podle zákona o ekologickém zemědělství surovina rostlinného či živočišného původu, která je získána v ekologickém zemědělství a je určena na základě osvědčení k výrobě biopotravin (MOUDRÝ, 2001). Bioprodukty nejsou vhodné k přímé konzumaci. Proto je potřeba je zpracovat, zušlechtit a přeměnit na biopotravinu (MOUDRÝ, 1997).

Biopotravina je potravina vyrobená za podmínek uvedených v zákoně o ekologickém zemědělství a v předpisech Evropské unie, která splňuje jakostní požadavky a zdravotní nezávadnost, stanovené zvláštními předpisy, na niž bylo vydáno osvědčení o biopotravině (MOUDRÝ, 2001).

3.2 Výroba biopotravin

Biopotravinu mají vysokou kvalitu, výraznou nefalšovanou chuť a navíc jsou to potraviny ekologicky, eticky a sociálně akceptovatelné. Koupí těchto potravin investujeme peníze nejen do vlastního zdraví, ale i do životního prostředí a našeho venkova (BIOPOTRAVINY, 2012). Výrobce biopotravin je každý, kdo tyto potraviny vyrábí za účelem jejich uvádění do oběhu. Pod pojmem výroba se rozumí čištění, třídění, upravování nebo zpracování bioproduktů. Také se mohou přidávat další látky povolené legislativou včetně balení a dalších úprav.

Povolené postupy jsou např. mechanické zpracování, lisování a extruze, tepelné zpracování, uzení bez chemikálií, extrakce parou, alkoholem, destilace, filtrace, čiření, chlazení, mrazení, homogenizace, fermentace a emulgace (ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005).

Výrobce biopotravin smí zpracovávat bioprodukty pouze takovými postupy, které vedou k zajištění ekologické integrity produkce, tzn. (ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005):

1. veškeré zpracování produktů musí probíhat v provozech zcela a zřetelně prostorově nebo časově oddělených od provozu, kde se zpracovávají suroviny vyrobené konvenčními postupy
2. během skladování a dopravy bioproduktů musí být učiněna nezbytná opatření, zajišťující ochranu bioproduktů před možnou kontaminací a jejich oddělení od surovin vyráběných konvenčními postupy. Celý výrobní postup musí být zajištěn účinným a dokumentovaným systémem k získání záznamů, díky nimž může kontrolní orgán sledovat (ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005):
 - a) původ, vlastnosti a množství bioproduktů, přidaných látek a pomocných látek, které byly dodány do výrobní jednotky
 - b) vlastnosti a množství produktů, které opustily výrobní jednotku všechny další informace, které mohou být vyžadovány pro účely prováděné kontroly výrobních operací, jako jsou údaje o původu, vlastnostech a množství přísad a přídavných látek, o výrobních zařízeních a o složení výrobků

Cílem je, aby se ke spotřebiteli dostávaly produkty, které si zachovají svůj přirozený charakter, barvu, vůni a chuť. Toho všeho se dosahuje u bioproduktů bez použití chemických barviv, konzervačních látek a podobně. Biopotraviny mají vyšší obsah vitamínů, minerálů a stopových prvků, neohrožují naše zdraví vysokou koncentrací chemických látek a jejich chuť je intenzivnější (NAŠE VÝŽIVA, 2012).

3.3 Kvalita biopotravin

Kvalita biopotravin není doposud nikde ve světě legislativně definována, tedy až kromě základního požadavku, že byly vyprodukovány a kontrolovány podle zásad a nařízení EU. Samozřejmostí je, že biopotraviny musí splňovat limity jakostních a hygienických norem, které jsou určeny pro běžně vyrobené potraviny. U produktů, které jsou vypěstovány ekologickým způsobem, můžeme očekávat, že mají vyšší hygienickou a velmi často i nutriční hodnotu, lepší skladovatelnost a senzoryckou hodnotu než u produktů konvenčních (MOUDRÝ, PRUGAR, 2002). Kvalita u biopotraviny je chápána jako výsledek kvality celého procesu, tedy od vypěstování, zpracování, skladování až po samotnou distribuci.

Dle Červenky a Kovářové (2005) musí biopotravina vyhovovat základním kritériím na zdravotní bezpečnost a způsobilost k lidské spotřebě. Tyto zásady jsou následovné:

1. potraviny musí být zdravotně nezávadné a mít potřebnou biologickou hodnotu, nesmí vzbuzovat odpor
2. nesmí být neznámého původu
3. k výrobě a úpravě se smí používat přídatné látky, konzervační látky, barviva, aromatické a jiné přídatné látky jen v typu, množství a za podmínek, které jsou stanoveny platnými předpisy
4. veškeré potraviny z dovozu musí vyhovovat předpisům ČR

Lze tedy říci, že kvalita je obecně dána mírou uspokojení potřeb konzumenta (ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005).

3.3.1 Nutriční kvalita

Nutriční neboli výživová kvalita, vyjadřuje obsah látek, které jsou příznivě uplatněny v lidské výživě, jejich vnitřní stavbu a vzájemné poměry. Především se tedy jedná o bílkoviny s výhodnou aminokyselinovou skladbou, dieteticky významné polysacharidy (potravinová vláknina), tuky obsahující esenciální mastné kyseliny, vitamíny, enzymy, nezbytné minerální prvky apod. (MOUDRÝ, PRUGAR, 2002). Vědeckým výzkumem bylo jasně dokázáno, že vyšší obsah vitamínu C mají brambory a mrkev v biokvalitě. Bioovoce a biozelenina zase obsahují více minerálů a antioxidačních látek. Chemické zkoušky ukázaly, že v biomléce je obsaženo větší množství vitamínu E a tzv.

omegamastných kyselin, které mají pozitivní vliv na oběhový systém člověka. Více mastných kyselin obsahuje biomaso (ŠKVAŘILOVÁ, 2012, MZe, 2012).

3.3.2 Technologická kvalita

Technologická kvalita je dána vhodností produktu pro různé formy zpracování nejen v průmyslu, ale i v kuchyni. Patří sem: výtěžnost, barevná stálost, loupateľnost, vhodnost k vaření a pečení, ale také odolnost při transportu, skladovateľnost. Biopotraviny mívají zpravidla lepší skladovateľnost díky nižšímu obsahu vody (MOUDRÝ, PRUGAR, 2002). Biopotraviny se vyznačují také menší kazivostí, protože jsou vyzrálější a obsahují více sušiny (MERHAUT, 2012).

3.3.3 Senzorická kvalita

Je jedním z významných parametrů pro hodnocení. Výrobky jsou jednotlivě rozřazeny do tříd jakosti podle senzorických hodnot. Patří mezi ně: neporušenost, barva, tvar, odrůdová čistota, vůně chuť apod. Pro jednotlivé třídy je normou dána hmotnost, velikost, tvar, barva a vnější vzhledová bezchybnost. Tyto parametry tedy určují, jaká bude cenová relace (MOUDRÝ, PRUGAR, 2001). Z důvodu nechemického ošetření bioproduktů, se může vyskytnout tzv. vada na kráse. Jedná se například o nedokonalé zbarvení, strupovitost u jádrového ovoce, odlišnosti v tvaru a velikost atd. (MOUDRÝ, 1997). Biopotraviny taktéž obsahují méně vody, tím jsou tužší a mají pevnější texturu. Za nižší obsah vody může omezené dusíkaté hnojení, které u konvenčních potravin způsobuje rychlejší růst (ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005). Rozhodujícím faktorem pro senzorickou kvalitu je volba odrůdy, klima, vlastnosti půdy, období sklizně a péče po sklizni (MOUDRÝ, 1997). V případě tzv. slepých ochutnávek, hlavně u mléka, masa a zeleniny, bývají bioprodukty hodnoceny lépe (MERHAUT, 2012).

3.3.4 Hygienická kvalita

Hygienická kvalita určuje především stupeň kontaminace produktů cizorodými látkami. Ať jde o těžké kovy, rezidua agrochemikálií, nebo o přírodní toxiny či přítomnost patogenních organismů.

Hlavní motivací pro spotřebitele biopotravin je především zdravotní hledisko, což dokázaly zahraniční průzkumy trhu (MZe, 2012). Produkty ekologického zemědělství jsou méně zatíženy toxickými kovy, dusičnany, rezidui pesticidů atd. a z tohoto důvodu lze očekávat, že mají lepší hygienickou kvalitu v porovnání s konvenčními produkty (ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005, MOUDRÝ, PRUGAR, 2002).

Objevují se však obavy, že bioprodukty mohou být častěji kontaminovány mykotoxiny, případně patogenními organismy, právě jako důsledek omezeného používání přípravků na ochranu rostlin a veterinárních léčiv.

Mikrobiologická a mykotoxikologická kontaminace je v posledních letech důkladně sledována a souvisí s novými mikrobiálně citlivými potravinami, rostoucími požadavky na jejich skladovatelnost a citlivostí populace na alimentární alergeny (MOUDRÝ, PRUGAR, 2001). Některé plísně mohou představovat velké riziko. Prvním obranným opatřením proti plísním je především prevence (MOUDRÝ, PRUGAR, 2002). Ti, kteří konzumují biopotraviny, od nich očekávají, že mají zvýšenou ochranu před zdravím ohrožujícími činiteli a nezávadnou hygienickou kvalitu (MOUDRÝ, PRUGAR, 2001). V zahraničních pokusech, jež byly zaměřeny na kontaminaci zrna obilnin polními a skladištními plísněmi, nebyly zjištěny žádné průkazné rozdíly mezi ekologickým a konvenčním způsobem pěstování (MOUDRÝ, PRUGAR, 2002). Výzkumem bylo dokázáno, že obsah mykotoxinů je v ekologických produktech nižší nebo na stejné úrovni, jako u ostatních potravin (MZe, 2012). Zdrojem špatné hygienické kvality mohou být lidé nebo kontakt potravin s různými živočichy (ptáci, hlodavci...) nebo s jejich výkaly. Proto je nutné a zákonem o hnojivech dané, aby tekutá statková hnojiva byla vždy zapravena do půdy. V Evropě nesmí zemědělci použít na plody hygienicky riziková statková hnojiva (BIO-INFO, 2011).

3.4 Značení biopotravin

Důležitou signalizací pro nákup spotřebitele je označení produktu logem, ze kterého je patrné, že se jedná o certifikovanou biopotravinu. Vhodné je bioprodukty označovat dobře známými organickými certifikačními logy, kterým spotřebitelé důvěřují a jsou více ochotni si tyto produkty koupit (JANSSEN a HAMM, 2012).

Od 1. července 2012 platí nová pravidla pro označování biopotravin. Etikety na biopotravinách ze zemí EU musí být povinně označeny jednotným unijním logem v podobě lístku ze 12 unijních hvězdiček – Obr. 1.



Obr. 1 *Evropské logo (MZe, 2012b)*

U loga musí být uveden kód země, kde biopotravina prošla závěrečnou kontrolou – v případě České republiky je to CZ. Za kódem státu je zkratka BIO nebo EKO, případně ORG či ÖKO, podle označení, zažitého v praxi v různých zemích. Kód končí třímístným číslem kontrolní organizace pověřené v daném státě dozorem nad bio-produkcí. V České republice zabezpečují kontrolu biopotravin čtyři soukromé kontrolní subjekty, kterým ministerstvo zemědělství přidělilo následující kódy:

1. KEZ, o.p.s., kód na obalu: CZ-BIO-001
2. ABcert Ag, organizační složka kód na obalu: CZ-BIO-002
3. BIODKONT CZ, kód na obalu: CZ-BIO-003
4. BUREAU VERITAS, kód na obalu: CZ-BIO-004

Tyto soukromé subjekty zajišťují kontrolní činnost spojenou s vydáním osvědčení o původu bioproduktu, biopotraviny nebo ostatního bioproduktu. Od 1. ledna 2010 byl ke kontrole pověřen též Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (ÚKZÚZ), který provádí úřední kontrolu podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 882/2004.

U biopotravin z neunijních států je unijní logo dobrovolné, přičemž kontrola je zajišťována v 11 zemích na základě dohod o rovnocennosti kontrolního systému biopotravin (např. Švýcarsko, USA, Austrálie a Nový Zéland, Izrael, Argentina, Kostarika či Indie), (MZe, 2012b).

Vedle unijního loga zůstávají v platnosti také národní a soukromá loga použitelná pro potraviny splňující požadavky nařízení 834/2007/ES v platném znění. V ČR tak zůstává v platnosti zákon 242/2000 Sb., ze kterého vyplývá pro výrobce povinnost označovat balené biopotraviny národním logem BIO (biozebra), znázorněno na Obr. 2.



Obr. 2 Národní logo (Mze, 2012b)

3.5 Trh biopotravin

V Evropské unii a i v České republice, je sektor potravin jedním z největších průmyslových odvětví. Potraviny patří mezi základní potřeby člověka a díky tomu odvětví podléhá méně ekonomickým výkyvům, než ostatní výrobní odvětví. Produkce potravin trvale mírně roste a převyšuje spotřebu. Zákazníci se v posledních letech více zajímají o bezpečnost a kontaminaci potravin. Spotřebitelé v Evropě přestali věřit v některé potravinářské výrobky a začínají se více zajímat, co konkrétní výrobky obsahují (SKOŘEPA, 2009).

3.5.1 Specifika trhu biopotravin

Biopotraviny, jsou součástí potravinového trhu a spadají tedy do trhu všeobecného. Poptávka po biopotravinách má svá specifika. Největší podíl na poptávce má garantovaná pravost ekologického výrobku, kvalita výrobku, kontrola a spolehlivost výrobců a dodavatelů. Poptávku dále významně ovlivňuje cena výrobku a chuť bioproduktu. Nejmenší podíl na poptávce má známost značky, balení či servis dodavatele

(MOUDRÝ, 2002). Trh biopotravin je jedním z nejvíce rostoucích sektorů v rozvinutých ekonomikách po celém světě, zejména v Evropské unii (CHEN, 2007).

3.5.2 Poptávka po biopotravinách

Hlavní kategorie biopotravin jsou dlouhodobě stabilní (viz Tab. 1). Stejně jako v předchozích letech byl největší zájem o „Ostatní zpracované potraviny“. V roce 2013 tvořily 33% podíl na maloobchodním obrátu biopotravin, přičemž téměř třetinu (30 %) představují hotové pokrmy typu dětských výživ. Druhou příčku si nadále udržuje kategorie „Mléko a mléčné výrobky“ (18,2 %). Následnou kategorií je „Ovoce a zelenina“ (16,9 %), která zahrnuje i ovocné a zeleninové šťávy (od roku 2009), (ŠEJNOHOVÁ a kol., 2015).

Tab. 1 Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obrátu biopotravin v ČR, 2005–2013

Hlavní kategorie potravin	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	Podíl kategorie potravin (%)								
Maso a masné výrobky	12	7,1	6,2	5,4	9,5	8,6	8,5	8,1	6,9
Ovoce a zelenina ¹⁾	3,5	3	5,4	6,2	10,8	10,8	13,6	13,7	16,1
Oleje a tuky	x	x	x	x	1,8	1,9	1,9	2,1	2,1
Mléko a mléčné výrobky	20	15,2	20,9	22,2	21,1	24,8	19,6	20	18,2
Mlýnské a škrobářenské výrobky	5,5	7,1	6	5,9	6,3	8,4	9,7	10,4	11,7
Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky	4	3	1,6	3,8	9,4	8,2	9,4	9,5	9,2
Ostatní zpracované výrobky	43	49,5	49,3	45,9	35,9	32,8	35,3	34,3	33
Nápoje ¹⁾	12	15,2	10,6	10,6	5,2	4,5	2	1,9	2,7
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100

1) Do roku 2008 jsou ovocné/zeleninové džusy a šťávy zahrnovány do kategorie Nápojů, od roku 2009 jsou dle klasifikace CPA součástí kategorie Ovoce a zelenina

Zdroj: MZe, 2009-2013

3.5.3 Ceny biopotravin

Ekologické zemědělství má většinou nižší výnosy a oproti tomu má výrazně vyšší podíl ruční práce a vyšší náklady spojené s certifikací. Můžeme říci, že cena biopotravin odráží reálnou cenu pravých přírodních potravin a ne cenu jejich chemických napodobenin. Cenu biopotravin taktéž ovlivňuje konkurence na trhu. Zvyšuje se poptávka a je současně vyšší než nabídka biopotravin na trhu. Pokud produkce nadále poroste, můžeme očekávat, že některé biopotraviny sníží svoji cenu (PRO-BIO LIGA, 2010).

3.5.4 Prodej biopotravin

Jistý sortiment biopotravin lze dnes koupit v prodejnách všech řetězců prodejen potravin, filosofii ekologického zemědělství ale lépe vyhovují způsoby prodeje s přímější vazbou mezi producentem a konzumentem. Prodejní místa, kde nalezneme biopotraviny, lze najít například na internetu. Vybrat si můžeme ze seznamu ekofarek nabízejících prodej ze dvora, obchodů s biopotravinami, nebo restaurace s bionabídkou (PRO-BIO LIGA, 2010). Trh bioproduktů má své zvláštnosti a to především v tom, že jde ve své podstatě o značkové zboží vyprodukované za specifických podmínek. Bioprodej lze rozdělit na prodej přímý a zprostředkovaný (MOUDRÝ, 2002).

3.6 Regionální potravina

Regionální potravina představuje produkt (zemědělský nebo potravinářský výrobek) určený ke konzumaci konečnému spotřebiteli, který je vyroben v konkrétním regionu a pochází převážně z tuzemských surovin. Pod pojmem region se rozumí územní celek vymezený pomocí administrativních hranic kraje, jako vyšší územně samosprávný celek. Označení „Regionální potravina“ je určeno pro zemědělské a potravinářské výrobky od malých a středních podniků, tzn. subjekty s počtem maximálně 250 zaměstnanců (REGIONÁLNÍ POTRAVINA, 2015).

Jejím hlavním cílem je představit spotřebitelům to nejlepší z potravinářské produkce ze všech 13 krajů České republiky. Dílčím cílem je podpora místních producentů lokálních potravin a zároveň motivace zákazníků k jejich vyhledávání a spotřebě. Značku „Regionální potravina“ uděluje již sedmým rokem Ministerstvo zemědělství, a to těm nejvyšší kvalitě zemědělským nebo potravinářským výrobkům, které zvítězí v krajských soutěžích (SZIF, 2016).

3.6.1 Značení regionální potraviny

Všechny oceněné výrobky značkou Regionální potravina mají na svém obalu uvedené zelené kruhové logo této značky. První a zároveň základní varianta loga se skládá z grafické části (symbolicky zobrazené krajiny v kruhu se zeleným zoubkovaným okrajem) a části textové (nápis Regionální potravina umístění na stuze), viz obrázek 3. Druhou variantou je logo regionální (obrázek 4), které je doplněné o název kraje v dolní části loga (REGIONÁLNÍ POTRAVINA, 2015).



Obr. 3 Základní logo „Regionální potravina“ (Regionální potravina, 2015)



Obr. 4 Regionální logo „Regionální potravina“ (Regionální potravina, 2015)

3.6.2 Udělování značky Regionální potravina

Na základě výsledků hodnocení odborné poroty, tzv. hodnotitelské komise, v jednotlivých krajích, uděluje ministr zemědělství toto ocenění. Mezi nejdůležitější body hodnocení patří to, jak se výrobek váže k danému regionu, z jakých je surovin a v čem je jeho kvalita nadstandardní. Mezi členy komise jsou zástupci Ministerstva zemědělství, Státního zemědělského intervenčního fondu, Agrární komory ČR, Potravinářské komory ČR, krajského úřadu daného regionu, Státní veterinární správy ČR a Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZIF, 2016). Logo „Regionální potravina“ je držitel oprávněn užívat po dobu 4 let. (REGIONÁLNÍ POTRAVINA, 2016).

3.6.3 Benefity potravin oceněných značkou Regionální potravina

1. Výrobky oceněné touto značkou jsou kvalitní, chutné, tradiční či speciální potraviny. Jsou zárukou kvality a původu z místních zdrojů, což je protiklad masově dovážených levných potravin.
2. Jasný původ Regionální potraviny. Spotřebitelé díky tomu jednoznačně vědí, kde a od koho si potravinu kupují, což může na výrobce vytvářet pomyslný tlak na udržení kvality potravin.
3. Regionální potraviny jsou čerstvější a mají lahodnější chuť a jsou výživově hodnotnější než potraviny dovážené z různých koutů světa. Platí rovnice – čím delší trasa dopravy, tím potraviny ztrácí na čerstvosti.
4. Regionální potraviny jsou ekologičtější. Čím menší je vzdálenost potravin ke spotřebiteli, tím klesá zatížení životního prostředí při jejich dopravě a distribuci.
5. Spotřebitel nákupem regionální potraviny podporuje zaměstnanost a rozvoj krajů (REGIONÁLNÍ POTRAVINA 2016).

3.6.4 Statistický přehled soutěže „Regionální potravina“ v letech 2010-2015 v ČR

Tabulka 2 přináší přehled všech uchazečů a výrobků, jenž se účastnily soutěže v letech 2010 až 2015, a to ve všech krajích. Nejúspěšnějším, co do počtu uchazečů (433), výrobků (1 294) a i počtu oceněných „Regionálních potravin“ (106), byl rok 2014. Za dobu trvání soutěže se přihlásilo celkem 2 159 uchazečů s celkovým počtem 6 376 výrobků. Označení „Regionální potravina“ dohromady používá 575 výherců této soutěže.

Tab. 2 *Statistický přehled soutěže „Regionální potravina“ v letech 2010-2015 ve všech krajích*

Rok	Počet výrobků (ks)	Počet uchazečů	Počet „Regionálních potravin“
2010	927	318	71
2011	790	281	99
2012	1 021	347	103
2013	1 082	362	100
2014	1 294	433	106
2015	1 262	418	96
Celkem	6 376	2 159	575

Zdroj: vlastní zpracování autorem, 2016

V tabulce 3 (str. 23) je statistický přehled soutěže v Jihomoravském kraji od roku 2010 do roku 2015. Od roku 2010 vzrostl počet přihlášených uchazečů a dochází i ke zvyšování počtu výrobků, které uchazeči prezentují v této soutěži. Právo na logo „Regionální potravina“ užívá v rámci Jihomoravského kraje prozatím 48 výherců.

Tab. 3 Statistický přehled soutěže „Regionální potravina“ v letech 2010-2015 v Jihomoravském kraji

Rok	Počet výrobků (ks)	Počet uchazečů	Počet „Regionálních potravin“
2010	54	18	6
2011	109	34	8
2012	101	35	8
2013	99	34	8
2014	147	51	9
2015	129	38	9
Celkem	639	210	48

Zdroj: vlastní zpracování autorem, 2016

3.7 Farmářská potravina – navrhovaná definice

Pod pojmem farmářská potravina se rozumí vše, co je tuzemské, nejlépe přímo z regionu, ve kterém se prodávají, jsou kvalitní, vyrobené tradičními postupy, do značné míry ručně, v menších množstvích a bez přísad zbytečné chemie. Farmářské potraviny jsou vyráběny z lokálních zdrojů, především malými a středními výrobci. Pokud výrobce surovinu sám nevyrábí/nepěstuje, může ji nakupovat od jiných dodavatelů. Tito dodavatelé však také musejí splňovat podmínku lokálnosti a velikosti produkce. Finální produkt vyrábí a dále utváří sám farmář (BEVERAGE-GASTRONOMY, 2016).

Zákonná definice farmářské potraviny dosud neexistuje. Ministerstvo zemědělství vytvořilo pouze „Kodex farmářských trhů“, který je ovšem založen na dobrovolnosti. Role ministerstva zemědělství v rámci kodexu je pouze koordinační a koncepční, jeho naplňování zajišťuje samotný organizátor farmářských trhů (MZe, 2011). V roce 2012 byla založena Asociace farmářských tržišť České republiky, která tento kodex přijala.

3.7.1 Kodex farmářských trhů

Dle Ministerstva zemědělství (2011) jsou farmářské trhy (sedlácké, selské, zemědělské trhy apod.) forma prodeje zemědělského a potravinářského zboží pro občanskou veřejnost, jejímž cílem je:

- a. podpora malých a středních zemědělských pěstitelů, chovatelů, zpracovatelů a výrobců potravin;
- b. zásobování občanů čerstvými zemědělskými plodinami a potravinami převážně českého a regionálního původu;
- c. vytvoření nového společenského prostoru, který vedle prodeje zemědělského zboží slouží k setkávání lidí, přiblížení městských obyvatel zemědělské sezóně a přírodním cyklům;
- d. oživit vybrané prostory měst a zlepšit jejich atmosféru.

Farmářské trhy se konají ve veřejně oznámené časové periodě, zpravidla pod otevřeným nebem a prodej na nich se řídí předem oznámeným a vyvěšeným tržním řádem, který vychází ze vzorového tržního řádu a z dispozic jednotlivých měst.

Na Farmářských trzích může být prodáváno pouze zboží, které tematicky odpovídá charakteru těchto trhů a vychází z české tradice, a to zejména z tradice pěstovaných plodin, chovu hospodářských zvířat a výroby potravinářských produktů. Kodex farmářských trhů by měl přispět k lepší orientaci spotřebitelů, kde základním kritériem musí být pro spotřebitele jistota o původu, kvalitě a hygienické nezávadnosti nabízených farmářských produktů. Dle Ministerstva zemědělství (2011) obsahuje kodex tyto body:

1. Prodávané zboží na „farmářských trzích“ pochází od farmáře nebo výrobce potravin (dále jen farmář), který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.
2. Farmáře může při prodeji zastupovat jeho rodinný příslušník, nebo osoba, s kterou má farmář uzavřenou smlouvu nebo písemné pověření.
3. Provozovatelé farmářských trhů a farmáři u nabízeného zboží dodržují a splňují základní legislativní požadavky.
4. Provozovatel farmářských trhů preferuje zejména farmáře, kteří prodávají zboží z daného regionu. O prodeji zboží z ostatních regionů ČR, případně z příhraničních oblastí rozhoduje provozovatel.
5. V rámci tzv. „doplňkového prodeje“ mohou provozovatelé farmářských trhů poskytnout místa i jiným prodejčům. V případě, že se jedná o zahraniční zboží je u něj nutné označit zemi původu.
6. Provozovatel „farmářského trhu“ který se hlásí k principům „Kodexu farmářských trhů“ zajistí označení vlastním jednotným a viditelným logem ty stánky prodejců, kteří splňují body 1 a 2 „Kodexu farmářských trhů“.
7. Provozovatel farmářského trhu je povinen umístit znění „kodexu farmářských trhů“ na viditelném místě při konání farmářských trhů (například u vstupu na tyto trhy nebo na každém stánku u prodávajícího, u tržního řádu apod.).

Každá osoba (spotřebitel, farmář, prodejce, inspektor), která se domnívá, že došlo či dochází k prodeji zboží v rozporu s „Kodexem farmářských trhů“ (např. zboží evidentně nepochází z farmy a je nakoupené ve velkoskladu atd.) má právo upozornit na tento stav provozovatele farmářských trhů. Provozovatel farmářských trhů je povinen neprodleně zajistit nápravu (minimálně formou odebrání loga jednotného označení stánku).

3.7.2 Označování farmářské potravin

V dnešní době nese označení „farmářská potravina“ mnoho výrobků. Jedná se totiž o označení, které nemá žádná legislativní pravidla, jenž by muselo splnit. To znamená, že za farmářskou potravinu může být označeno skoro vše (ENWIWEB, 2015). Je ale potřeba respektovat obecnou legislativu a jakékoliv označení zboží nebo služby nesmí ve spotřebiteli vzbuzovat klamavý dojem, že má určitý původ nebo vlastnosti. Klamavé praktiky se hodnotí z hlediska průměrného spotřebitele (DTEST, 2015).

3.7.3 Mobilní aplikace a web Farma v kapse a Farma na dlani

Přestože neexistuje žádný přehled skutečně existujících prodávajících farmářů a díky tomu se informace o jejich počtu různí, vzniklo několik iniciativ umožňujících nalezení takovýchto farmářů v blízkosti bydliště každého, kdo má o nákup farmářských potravin zájem. Mezi nejlépe hodnocené iniciativy patří weby a aplikace Farma v kapse a Farma na dlani.

Weby i mobilní aplikace nabízejí nejen aktuální informace o farmářských potravinách, trzích a výrobcích, ale dokáží zmapovat trasu od uživatele k farmáři. Na profilu každého farmáře je také označení kategorií, podle toho, jaký typ potravin produkuje (ovoce, zelenina, vejčeka, maso, med, apod.). Mezi farmáři jsou i ti, kteří ve skutečnosti farmu nemají, ale vlastní třeba sad, včelín, vinohrad atp. (IPRIMA, 2016). Výhodou je i funkce chatu přímo s farmáři a také hodnocení konkrétních farmářů uživateli (FARMA NA DLANI, 2016).

3.8 Trh s biopotravinami a farmářskými potravinami v ČR

3.8.1 Celková výměra půdy a počet farem v ekologickém zemědělství ČR

Z údajů Registru ekologických podnikatelů k 31.12.2014 je patrné, že ekologicky hospodařilo 3 885 ekofarem, což je cca 8 % zemědělských podniků v ČR, a to na celkové výměře 493 971 ha, což je z celkové výměry zemědělské půdy v České republice 11,7 %, viz Tab. 4 (MZe, 2015).

Díky změnám podmínek zařazení do podopatření „Ekologické zemědělství“ v rámci Agroenvironmentálních opatření (AEO) nového Programu rozvoje venkova pro období 2014-2020, došlo ke snížení počtu zemědělců a k minimálnímu nárůstu ploch v ekologickém zemědělství (MZe, 2015).

3.8.2 Počet ekofarem a výměra celkové plochy v ekologickém zemědělství v krajích ČR v roce 2014

Mezi hlavní oblasti ekologického zemědělství patří převážně horské a podhorské oblasti České republiky. Nejvíce ekologicky obhospodařované plochy půdy se nacházejí v pohraničních hornatých okresech Jihočeského, Plzeňského, Karlovarského, Moravskoslezského a Ústeckého kraje. Jihočeský kraj má dlouhodobě nejvíce ekologických farem, následuje ho kraj Plzeňský, Moravskoslezský a Zlínský (viz Tab. 5).

V meziročním vývoji dochází k poklesu počtu ekofarem téměř ve všech krajích. Tabulka 5 ukazuje regionální rozmístění ekofarem a jejich obhospodařovaných ploch v rámci jednotlivých krajů ČR (MZe, 2015).

Tab. 4 Vývoj celkové výměry půdy a počtu farem v ekologickém zemědělství ČR (1990–2014)

Rok	Počet farem hospodařících v EZ	Celková výměra půdy v EZ (ha)	Podíl z celkové výměry ZPF (%)	Meziroční změna počtu farem v EZ (%)	Meziroční změna celkové výměry půdy v EZ (%)
1990	3	480	-	-	-
1991	132	17 507	0,41	-	-
1992	135	15 371	0,36	2,3	-12,2
1993	141	15 667	0,37	4,4	1,9
1994	187	15 818	0,37	32,6	1,0
1995	181	14 982	0,35	-3,2	-5,3
1996	182	17 022	0,40	0,6	13,6
1997	211	20 239	0,47	15,9	18,9
1998	348	71 621	1,67	64,9	253,9
1999	473	110 756	2,58	35,9	54,6
2000	563	165 699	3,86	19,0	49,6
2001	654	217 869	5,09	16,2	31,5
2002	721	235 136	5,50	10,2	7,9
2003	810	254 995	5,97	12,3	8,4
2004	836	263 299	6,16	3,2	3,3
2005	829	254 982	5,98	-0,8	-3,2
2006	963	281 535	6,61	16,2	10,4
2007	1 318	312 890	7,35	36,9	11,1
2008	1 946	341 632	8,04	47,6	9,2
2009	2 689	398 407	9,38	38,2	16,6
2010	3 517	448 202	10,55	30,8	12,5
2011	3 920	482 927	11,40	11,5	7,7
2012	3 923	488 483	11,56	0,1	1,2
2013	3 926	493 896	11,70	0,1	1,1
2014	3 885	493 971	11,72	-1,0	0,0

Zdroj: MZe a Registr ekologických podnikatelů (údaje vždy k 31.12. daného roku)

Tab. 5 Počet ekofarem a výměra celkové plochy v EZ v krajích ČR v roce 2014

Kraj	Počet ekofarem	Výměra celkové plochy v EZ		Z toho v přechodném období		Průměrná výměra ekofarmy (ha)
		(ha)	(%)	(ha)	(%)	
Jihočeský	526	69 784,9	14,6	3 223,1	4,6	133
Plzeňský	417	54 731,6	11,5	3 052,3	5,6	131
Karlovarský	205	54 626,5	11,5	891,9	1,6	266
Moravskoslezský	373	54 543,4	11,4	1 224,9	2,2	146
Ústecký	246	43 088,2	9,0	1 589,3	3,7	175
Olomoucký	245	38 693,1	8,1	2 648,5	6,8	158
Zlínský	346	36 640,2	7,7	2 030,9	5,5	106
Liberecký	227	32 070,8	6,7	818,7	2,6	141
Vysočina	329	21 751,9	4,6	1 280,6	5,9	66
Královéhradecký	209	21 689,8	4,5	1 026,8	4,7	104
Středočeský	252	17 644,2	3,7	1 415,5	8,0	70
Jihomoravský	321	17 039,2	3,6	1 137,0	6,7	53
Pardubický	163	14 687,0	3,1	915,8	6,2	90
Hl. m. Praha	7	35,7	0,0	8,7	24,4	5

Zdroj: MZe a Registr ekologických podnikatelů (údaje vždy k 31.12. daného roku)

3.8.3 Počet registrovaných subjektů v ekologickém zemědělství v ČR

Jak uvádí zákon č. 344/2011 Sb., o ekologickém zemědělství, musí každý zájemce, jenž hodlá podnikat v ekologickém zemědělství, podat žádost o registraci na Ministerstvo zemědělství. Tato registrace umožňuje rozlišení subjektů na následující kategorie:

- a) Ekologický podnikatel (ekozomědělec)
- b) Výrobce biopotravin (zpracovatel bioproduktů)
- c) Výrobce nebo dodavatel ekologických krmiv
- d) Osoba uvádějící biopotravinu nebo bioprodukty do oběhu (tzn. dovozce, vývozce, obchodník)
- e) Výrobce nebo dodavatel ekologického rozmnožovacího materiálu (osiv)

f) Ekologický chovatel včel

g) Jiná povaha činnosti (tj. ekologický chovatel ryb, ekologický sběrač volně rostoucích rostlin, ekologický pěstitel hub)

Tabulka 6 uvádí celkový počet provozoven a subjektů v jednotlivých kategoriích pro roky 2013 a 2014 (MZe, 2015).

Tab. 6 Počet registrovaných subjektů v ekologickém zemědělství k 31. 12. 2013 a 2014

Kategorie	Počet subjektů / provozoven		Meziroční změna 2014/13	
	2013	2014	(abs.)	(%)
Ekologičtí zemědělci	3910 / 3926	3866 / 3885	- 44 / - 41	-1,1
Výrobci biopotravin	471 / 500	506 / 538	35 / 38	7,4
Distributoři bioproduktů a biopotravin	305 / 332	351 / 381	46 / 49	15,1
Výrobci krmiv	38 / 38	38 / 39	0 / 1	0,0
Výrobci osiv	31 / 31	33 / 33	2 / 2	6,5
Ekologičtí včelaři	15 / 15	14 / 14	- 1 / -1	-6,7
Z toho dále:				
Dovozci biopotravin ze 3. zemí	89 / 89	110 / 110	21 / 21	23,6
Vývozci biopotravin do 3. zemí	42 / 42	54 / 54	12 / 12	28,6
Faremní zpracovatelé	185 / 185	201 / 201	16 / 16	8,6

Zdroj: MZe a Registr ekologických podnikatelů (údaje vždy k 31.12. daného roku)

3.8.4 Ekologičtí zemědělci hospodařící v okresech Brno-město a v Brno-venkov

Na území Brno-město je v ekologickém režimu celkem 39,38 hektarů půdy a Brno-venkov má ekologicky obdělávanou plochu o velikosti 1 710,27 hektarů (MZe, 2014). V tabulce 7 jsou uvedeny konkrétní podniky hospodařící v regionu.

Tab. 7 Ekologičtí zemědělci hospodařící v Brno-město a v Brno-venkov v roce 2014

Název podniku/Příjmení a jméno	Adresa sídla/Místo trvalého pobytu	Území podle užívání půdy	Výměra půdy celkem (ha)
COMMERCIAL SERVICE K + K, s.r.o.	Hoblíkova 554, 613 00 Brno	Brno-město	27,08
Doleček Milan	Plotní 542, 602 00 Brno	Brno-venkov	10,18
Fiala Lukáš, Bc.	Zámecká 30, 643 00 Brno	Brno-město	2,69
Fiala Lukáš, Bc.	Zámecká 30, 643 00 Brno	Brno-venkov	44,28
MANNER, občanské sdružení	Halasovo náměstí 257, 638 00 Brno	Brno-venkov	5,67
Mendelova univerzita v Brně	Zemědělská 1/1665, 613 00 Brno	Brno-město	9,61
Mendelova univerzita v Brně	Zemědělská 1/1665, 613 00 Brno	Brno-venkov	1650,14

Zdroj: MZe, 2014, zpracováno autorem

3.8.5 Výrobci biopotravin v okresech Brno-město a Brno-venkov

Na území okresů Brno-město a Brno-venkov podniká 21 výrobců biopotravin. Nejčastěji produkují maso a masné výrobky. Jako obchodníci a distributoři je zároveň registrováno 13 podnikatelů. V tabulce 8 je přehled výrobců biopotravin na území Brna (města/venkova) a u každého z nich je uveden předmět jejich výroby a adresa.

Tab. 8 Výrobci biopotravin v Brno-město a Brno-venkov v roce 2014

Název podniku/Příjmení a jméno	Adresa sídla/Místo trvalého pobytu	Předmět výroby
NOSS, s.r.o.	U vlečky 29, 617 00 Brno-město	Výrobky z masa, vč. souvisejících služeb a prací
Gala Vinařství, a.s.	Údolní 388, 602 00 Brno-město	Víno z vinných hroznů, vč. subdodavatelských prací
B - UNIPACK a.s.	Křenová 306, 602 00 Brno-město	Výrobky z masa, vč. souvisejících služeb a prací, Mléčné výrobky, vč. subdodavatelských prací
GALA ALŽBĚTA, Mgr.	Údolní 388, 602 00 Brno-město	—
ESPRIT plus s.r.o.	Mlýnská 326, 602 00 Brno-město	Ostatní suché nebo trvanlivé pekařské výrobky, Pekařské, cukrářské a jiné moučné výrobky, vč. subdodavatelských prací
UNITED BUSINESS a.s.	Bohunická 519, 619 00 Brno-město	—
Nonnetit s.r.o.	Jeneweinova 300, 617 00 Brno-město	Sušená zelenina, Ostatní zpracované nebo konzervované ovoce
IREL, spol. s r.o.	Brožikova 59, 638 00 Brno-město	Oleje a tuky, vč. subdodavatelských prací, Mlýnské výrobky, vč. subdodavatelských prací
BIOPURUS s.r.o.	Rebešovická 131, 643 00 Brno-město	Oleje a tuky, vč. subdodavatelských prací, Ostatní zpracované a konzervované ovoce a zelenina, vč. souvisejících služeb a prací
SOLARFIT s.r.o.	Hybešova 212, 602 00 Brno-město	Obiloviny (kromě rýže), luštěniny a olejnatá semena, Oleje a tuky, vč. subdodavatelských prací
VEJDOVSKÝ JAN	Bohunická 187, 619 00 Brno-město	Balicí služby

Název podniku/Příjmení a jméno	Adresa sídla/Místo trvalého pobytu	Předmět výroby
MEDINOX, s.r.o.	Lužánecká 2002, 602 00 Brno-město	Různé potravinářské výrobky
Karlova pekárna s.r.o.	Brněnská 158, 667 01 Brno-venkov	Pekařské a cukrářské výrobky, kromě trvanlivých, vč. subdodavatelských prací
KROPÁČKOVÁ RENATA	Nelepeč-Žernůvka 3, 666 01 Brno- venkov	Zpracované a konzervované maso a výrobky z masa, vč. souvisejících služeb a prací, vč. subdodavatelských prací
SVOBODA-výroba domácích knedlíků, s.r.o.	Blučina 700, 664 56 Brno- venkov	Hotové pokrmy
KORENEK ZOLTÁN, Ing.	Hluboké Dvory 12, 679 23 Brno- venkov	Mléčné výrobky, vč. subdodavatelských prací
VÁLKA KAREL, Ing.	Kroužek 428, 691 64 Brno- venkov	Víno z vinných hroznů, vč. subdodavatelských prací, zpracované a konzervované ovoce a zelenina
PLAČEK JAN, Ing.	Moravské Bránice 39, 664 64 Brno- venkov	Víno z vinných hroznů, vč. subdodavatelských prací
Bylinné kapky, s.r.o.	Viničné Šumice 376, 664 06 Brno- venkov	Různé potravinářské výrobky j. n.
Zelenka s.r.o.	Topolová 910, 667 01 Brno-venkov	Zpracované a konzervované drůbeží maso, vč. subdodavatelských prací
EKOPRODUKT spol. s r.o.	Jinačovice 501, 664 34 Brno- venkov	Sójový olej, surový. Ostatní potravinářské výrobky j. n., vč. subdodavatelských prací

Zdroj: MZe, 2014, zpracováno autorem

3.8.5.1 Distributoři-obchodníci s biopotravinami v Brně

V Brně podniká 20 distributorů a obchodníků s biopotravinami. V tabulce 9 je uveden jejich přehled. Všichni distributoři mají sídlo firmy v Brně-městě. Předmět výroby je u jednotlivých obchodníků různý – od zprostředkování velkoobchodu, přes výrobky z masa, až po kakao a čokoládu.

Tab. 9 Distributoři-obchodníci s biopotravinami v Brně

Název podniku/ Příjmení a jméno	Adresa sídla/Místo trvalého pobytu	Předmět výroby
VEJDOVSKÝ JAN	Bohunická 187, 619 00 Brno-město	Zprostředkování velkoobchodu a velkoobchod v zastoupení s potravinami, nápoji, tabákem a tabákovými výrobky
OVINEX a.s.	Hněvkovského 587, 617 00 Brno-město	Ovoce a ořechy, též vařené, zmrazené, zpracované a konzervované ovoce a ořechy
NOSS, s.r.o.	U vlečky 29, 617 00 Brno-město	Výrobky z masa, vč. souvisejících služeb a prací
AN Brno, spol. s r.o.	Koniklecová 450, 634 00 Brno-město	—
UNITED BUSINESS a.s.	Bohunická 519, 619 00 Brno-město	—
B - UNIPACK a.s.	Křenová 306, 602 00 Brno-město	Výrobky z masa, vč. souvisejících služeb a prací, mléčné výrobky, vč. subdodavatelských prací
Tatranská mlékárna - Bohemia spol. s r.o.	U vlečky 29, 617 00 Brno-město	Mléčné výrobky, vč. subdodavatelských prací
MEDINOX, s.r.o.	Lužánecká 2002 602 00, Brno-město	Ostatní potravinářské výrobky j. n., vč. subdodavatelských prací
ELITA semenářská, a.s.	Cupákova 621 00, Brno-město	Obiloviny (kromě rýže), luštěniny a olejnatá semena, koření a aromatické, léčivé a farmaceutické rostliny
OVO - IMONT, spol. s r.o.	Křehlíkova 475 627 00, Brno-město	Jádrové a peckové ovoce
Nonnetit s.r.o.	Jeneweinova 300, 617 00 Brno-město	Ostatní zpracované a konzervované ovoce a zelenina, vč. souvisejících služeb a prací
ITC Logistic s.r.o.	Slezská 742, 616 00 Brno-město	Potravinářské výrobky, vč. souvisejících služeb a prací
Day Spa Shop s.r.o.	Cejl 40, 602 00 Brno-město	Kokosový olej, surový, káva a čaj, zpracované. Čokoláda a cukrovinky

Název podniku/ Příjmení a jméno	Adresa sídla/Místo trvalého pobytu	Předmět výroby
SOLARFIT s.r.o.	Hybešova 212, 60200 Brno-město	Škrobárenské výrobky, vč. subdodavatelství prací. Kakao, čokoláda a cukrovinky, vč. subdodavatelství prací
IREL, spol. s r.o.	Brožíkova 59, 616 00 Brno-město	Oleje a tuky, vč. subdodavatelství prací, mlýnské výrobky, vč. subdodavatelství prací
JOI International s.r.o.	Veveří 476, 638 00 Brno-město	Škrobárenské výrobky, vč. subdodavatelství prací, kakao, čokoláda a cukrovinky, vč. subdodavatelství prací
PASARGAD, s.r.o.	Mezírka 775, 602 00 Brno-město	Koření a aromatické, léčivé a farmaceutické rostliny
BIOPURUS s.r.o.	Rebešovická 131, 643 00 Brno	Oleje a tuky, vč. subdodavatelství prací, ostatní zpracované a konzervované ovoce a zelenina, vč. souvisejících služeb a prací
Chocotherapia s.r.o.	Vránova 1500 621 00 Brno	Kakao, čokoláda a cukrovinky, vč. subdodavatelství prací
DK MASS s.r.o.	Výpadní 802 641 00 Brno	Mlýnské výrobky, vč. subdodavatelství prací

Zdroj: MZe, 2014, zpracováno autorem

3.8.6 Vývoj trhu s biopotravinami a farmářskými potravinami v ČR

V roce 2013 byl obrat trhu s biopotravinami 2,7 miliardy korun (viz tabulka 10). V České republice spotřeba potravin ekologického zemědělství činila 1,95 miliard korun a vývoz vzrostl na 774 milionů korun. Z celkové spotřeby byl obrat v rámci maloobchodů 1 745 milionů korun, ve veřejném stravování 28 milionů a obrat přímého prodeje dospěl do výše 172 milionů korun.

Čeští konzumenti nakupují nejvíce v maloobchodních řetězcích (63,9%), za 1,24 miliardy korun. Na druhém místě jsou prodejny zdravé výživy a biopotravin (16,6%). Nárůst zaznamenal i přímý prodej, a to skoro o 9 %. U kategorií potravin zaznamenaly největší objem prodeje „Ostatní zpracované potraviny“ (33 %, zahrnuje zejména dětské výživy), následuje kategorie „Mléko a mléčné výrobky“ (18,2 %), pak „Ovoce a zelenina“ (16,1 %).

Tab. 10 Vývoj trhu s biopotravinami v ČR od roku 2005 do roku 2013

Ukazatel	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Celkový obrat s biopotravinami včetně vývozu	x	0,84	1,39	1,95	1,98	2,10	2,24	2,40	2,72
Vývoz (mld. Kč)	x	0,08	0,10	0,15	0,37	0,51	0,57	0,62	0,77
Spotřeba biopotravin v ČR (mld. Kč)	0,51	0,76	1,29	1,80	1,61	1,67	1,67	1,78	1,95
Meziroční změna obratu biopotravin (%)	16	49	70	40	-10	-1	4,6	6,7	9,5
Podíl na celkové spotřebě potravin a nápojů (%)	0,18	0,35	0,55	0,75	0,65	0,63	0,65	0,66	0,71
Spotřeba na obyvatele a rok (Kč)	50	74	126	176	154	151	158	169	185
Podíl dovozu na obratu biopotravin (%)	54	56	62	57	x	46	46/60*	46/60*	46/57*
Podíl řetězců na obratu biopotravin (%)	57	67	68	74	68	67	64	64	64

Zdroj: MZe, 2014

Biopotraviny se z ČR vyváželi především do zemí EU (95 %). Biopotraviny za 200 000 milionů korun byly vyvezeny do ostatních zemí EU, které nesousedí s ČR. Na druhém

místě byl vývoz do Rakouska (167 milionů korun) a Německa (146 milionů korun).

Růst spotřeby biopotravin úzce souvisí se zvyšujícím se zájmem o tzv. faremní produkty, které bývají mnohdy v biokvalitě. Může za to trend farmářských trhů, systém bedýnek nebo farmářské prodejny ve velkých městech. Ministerstvo zemědělství tyto aktivity podporuje nejrůznějšími projekty, jako např. Poznej svého farmáře, Farmářské slavnosti a Měsíc biopotravin a ekologického zemědělství (MZe, 2015).

Stále častěji nakupují spotřebitelé v České republice v obchodech s farmářskými potravinami. Jedná se o podobný trend, který před několika lety zaznamenaly farmářské trhy. V rámci ČR panují kamenným obchodům s farmářskými potravinami dvě společnosti, a to Náš grunt (původ v Praze) a Sklizeno (původ v Brně). Tyto obchody nabízejí též možnost franšízy.

Důkazem rostoucího trhu jsou i tržby řetězců Sklizeno a Náš grunt. V roce 2014 utržili okolo 150 milionů korun. Konkurencí těchto největších řetězců, jsou v Brně prodejny My Food Market.

Kupní síla ve větších městech, jako je Brno, je stále větší, což znamená, že podnikat v tomto oboru se vyplatí. Problémem v Brně je ovšem nedostatek vhodných prostorů, což nárůst prodejen limituje.

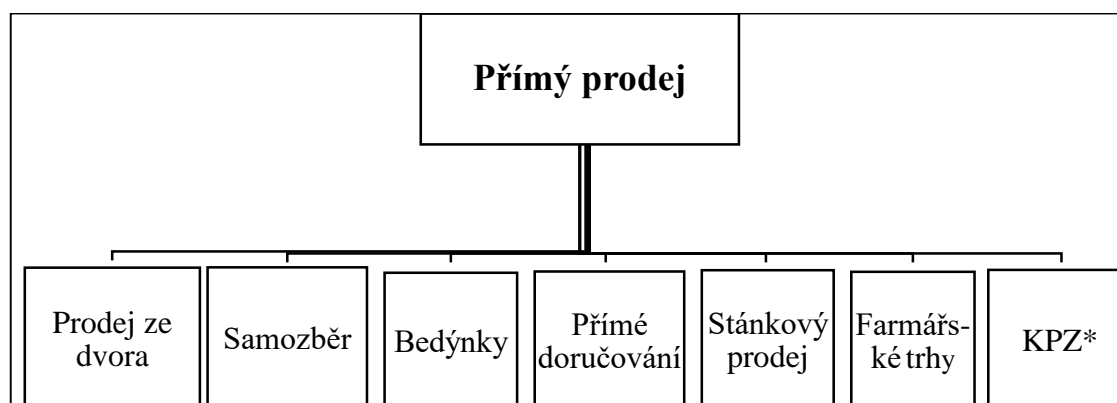
My Food Market a Náš grunt mají v Brně své pobočky převážně v centru či lokalitách, kde je dostatečný pohyb lidí. Sklizeno se naopak snaží mít své obchody i na sídlištích, kde mohou fungovat i jako lokální večerky.

O budoucnosti biopotravin a farmářských potravin, přesněji jejich prodejen, může rozhodovat často i odlišnost obchodů od sebe navzájem. Sklizeno je například spolujednatel Agrodružstva Miroslav, což umožňuje kontrolu nad tím, co prodává a dokáže se vyhnout výkyvům dodávek. Náš grunt se snaží o pokrytí svého zboží od co největšího počtu lokálních dodavatelů. My Food Market přišel s novým on-line prodejem, kdy si objednané zboží mohou zákazníci nechat dovést do svých domovů (PŘIBÍK, 2015).

3.9 Formy prodeje

3.9.1 Přímý prodej

Pod tímto pojmem se rozumí prodej menšího množství produktu z prvovýroby chovatelem či pěstitelem. Produkty jsou prodávány v tržnicích, tržišti, spotřebiteli v jeho domácnosti, nebo se tyto produkty mohou dodat do místní maloobchodní sítě (DROBNÍČEK et al. 2010). Princip přímého prodeje spočívá v bezprostředním prodeji spotřebiteli. Výhodou je, že se zemědělec nedělí o tržby s navazujícími zpracovateli, zprostředkovateli (dopravci, obchodníci). Nevýhodou je, že narůstá práce a náklady, které jsou spojeny se zpracováním, balením atd. Přímý prodej u nás nemá velkou tradici, spíše převládá v západní Evropě (MOUDRÝ, PRUGAR, 2002). Tento způsob prodeje je také odvislý od toho, jak si je farmář schopen zajistit odbyt (PRO-BIO Liga, 2010). Formy přímého prodeje jsou uvedeny na obrázku č. 5.



*KPZ = Komunitou podporované zemědělství

Obr. 5 Dělení přímého prodeje (vlastní zpracování autorem, 2015)

3.9.2 Zprostředkovaný prodej

Formy zprostředkovaného prodeje se dělí na prodej v rámci velkoobchodníků a výrobců potravin a maloobchodních řetězců. Velkoobchodníci a výrobci biopotravin se dále dělí na firmy konvenční s nabídkou biopotravin a firmy zaměřené výhradně na biopotraviny a farmářské potraviny. Schéma zprostředkovaného prodeje je na obrázku 6.



Obr. 6 Zprostředkovaný prodej (vlastní zpracování autorem, 2015)

Z hlediska naplnění idee ekologického zemědělství se jeví jako nejvhodnější forma prodeje Komunitou podporované zemědělství. V České republice není tento systém příliš častý, protože se jedná o poměrně nový způsob. Je podobný systému bedýnek, ale ten nevystihuje potřebnou šíři celé problematiky (FRESHBEDÝNKY.cz, 2015). Komunitou podporované zemědělství znamená novou alternativu pro české drobné hospodáře a spotřebitele (MZe, 2011). Jedná se tedy o vztah jednotlivého farmáře a skupinu konečných zákazníků, kteří nakupují produkci z farmy (GOERINT et al. 1993 in DVOŘÁČKOVÁ, 2000). KPZ představuje specifický systém, kdy si zákazník předkoupí určitý podíl produkce a v čase sklizně již nic dalšího neplatí, jen si svůj podíl vyzvedne. Tento druh partnerství vytváří lokální produkci a spotřebu, což má za následek trvale udržitelnou produkci potravin. (FRESHBEDÝNKY.cz, 2015, COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE 2001). Systém KPZ má skoro celosvětovou působnost a nadále se rozvíjí, případně takové farmy nově vznikají (MZe, 2011). Historicky prvním, kdo KPZ systém začal používat, bylo Japonsko, a to z důvodů kontaminace potravin průmyslovými látkami. Lidé se tehdy rozhodli uzavřít dohodu s malými zemědělci, aby si zajistili zdravé potraviny (FRESHBEDÝNKY.cz, 2015). Velmi často bývá součástí dohody pracovní účast na farmě. Skupina může být neformální (farmář a každý odběratel zvlášť) nebo formální, což je sice složitější, ale usnadňuje případné následné spory. Nevýhodou pro odběratele je, že společně s farmáři sdílejí riziko neúrody a živelných pohrom. Toto je naopak výhodné pro samotné zemědělce, protože odběratelé musí přijmout úrodu, i když je nízká. Komunitou podporované zemědělství znamená pro zemědělce osvobození od tržního tlaku na snižování ceny (FRESHBEDÝNKY.cz, 2015).

3.9.3 Způsob distribuce biopotravin a farmářských potravin

Biopotraviny a farmářské potraviny se v České republice prodávají několika způsoby. Nejvíce těchto potravin nakoupí spotřebitelé v maloobchodních řetězcích (63,9 %, tj. za 1,24 mld. Kč), dále pak v prodejnách zdravé výživy (16,6 %). Třetím nejčastějším místem nákupu jsou lékárny (5 %). Nárůst zažívá prodej ze dvora a od výrobců a distributorů (téměř o 9 %). Podíl jednotlivých odbytových míst v ČR (2005-2013) je uveden v tabulce č. 11.

Tab. 11 Podíl jednotlivých odbytových míst v ČR, 2005-2013

Odbytové místo v ČR	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013
	Podíl odbytového místa v ČR (%)									Mld. Kč
Supermarkety/hypermarkety	57	67	67,5	74	65,7	67,2	64,4	66,4	63,9	1 241
Drogerie	x	x	x	x	3,5	3,2	3,4	3,2	3,1	60
Prodej zdravé výživy a biopotravin	37	28	22,5	18	17,7	19,4	19,8	19	16,6	322
Nezávislé prodejny biopotravin	2	3	2,5	2	2,4	1,2	1,4	1,4	1,6	32
Farmy a ostatní přímý prodej	4	2	2	1,4	3,9	3,5	5,2	5,9	8,9	172
Lékárny	x	x	5	4	6	4,7	5,2	4,8	4,5	88
Gastronomie	x	x	0,5	0,6	0,8	0,8	0,6	1,1	1,4	28
Celkem	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1,95

Zdroj: MZe, 2014

4 Materiál a metodika

V praktické části jsou zpracovány výsledky šetření o původu vybraných komodit v prodejnách biopotravin a farmářských potravin na Brněnsku a též šetření spotřebitelských preferencí a motivace k nákupu biopotravin a farmářských potravin.

Pro průzkum dodavatelů jsem si vybrala celkem 12 prodejen v Brně-městě, které jsem osobně navštívila. Šest prodejen je zaměřeno především na farmářské potraviny a doplňkově nabízí i potraviny v bio kvalitě. Zbývající prodejny nabízí především certifikované biopotraviny a jiné biovýrobky. Sběr dat ohledně spotřebitelských preferencí při nákupu biopotravin a farmářských potravin je zpracovaný prostřednictvím strukturovaného dotazníku, který jsem rozeslala především přes Facebook od společnosti Facebook. Dále jsem využila služeb přímého odkazu od Survio s.r.o. Prostřednictvím této služby jsem také dotazník vytvořila.

Pomocí dotazníku byl proveden sběr dat o biopotravinách a farmářských potravinách celkem u 150 respondentů převážně z Brněnska, přičemž výsledky jsou vyhodnoceny v praktické části.

4.1 Dotazníkové šetření, sběr a zpracování dat

Sběr dat ohledně spotřebitelských preferencí a motivace k nákupu biopotravin a farmářských potravin byl proveden prostřednictvím dotazníkového šetření přes Survio. Dotazník vyplnilo 150 respondentů převážně z Brněnska v období leden 2016 – březen 2016.

Dotazník obsahuje 18 otázek a u některých je možnost zaškrtnout více odpovědí. Prvních 6 otázek je pro zjištění struktury respondentů (pohlaví, věk, bydliště, vzdělání, povolání a měsíční příjem). Cílem první otázky je zjistit, zájem respondentů o životní prostředí. Otázka č. 2 zjišťuje, co si spotřebitelé představují pod pojmem biopotravina. Jaký je názor respondentů na to, jestli jsou biopotraviny zdravější, rozpoznává otázka č. 3. Otázka č. 4 je sestavena ze dvou označení biopotravin a určuje povědomí respondentů, jestli tyto značení znají.

Rozdělení respondentů na pravidelné, příležitostné spotřebitele či na ty, kteří nikdy biopotraviny nenakupují, zjišťuje otázka č. 5. Pro spotřebitele, kteří biopotraviny nakupují, jsou určeny otázky č. 6-9, které určují, jak často biopotraviny nakupují, které biopotraviny a kde je nakupují a také, jakou částku asi měsíčně utratí v domácnosti za biopotraviny. Poslední otázky, tedy č. 10-12, se týkají farmářských potravin. Zjišťují, zda respondentům záleží na tom, jestli jsou v bio kvalitě, co si o farmářských potravinách myslí a kde je případně nakupují. Otázky jsou sestaveny jasně a srozumitelně, s dostatečným výběrem odpovědí. Veškeré zjištěné údaje jsou zpracovány do grafů. Dotazník k nahlédnutí je v Příloze 5, na straně 75.

5 Výsledky

5.1 Průzkum v prodejnách s bio a farmářskými potravinami

Největší důraz jsem při průzkumu kladla hlavně na dodavatele masa/masných výrobků, mléka/mléčných výrobků, ovoce/zeleniny a vajec. U těchto komodit jsem chtěla zmapovat, kolik prodejen má stejné dodavatele. Podařilo se mi zjistit, že shodu lze nalézt u dodavatelů:

A) Masa/masných výrobků:

- Řeznictví Strejček (výskyt 2x)
- Steinhauser (výskyt 2x)
- Hadač a Zapletal (výskyt 2x)

B) Mléka/mléčných výrobků:

- Farma rodiny Němcovi (výskyt 3x)
- Ježkův statek (výskyt 3x)
- Farma Ratibořice (výskyt 3x)
- Farma Brníčko (výskyt 2x)
- Statek Horní Dvorce (výskyt 2x)
- Mlékárna Krasolesí (výskyt 2x)
- Tatranské Biomléko (výskyt 2x)
- Olma Bio (výskyt 2x)

C) Ovoce a zeleniny:

- Dagmar Komendová (výskyt 2x)

D) Vajec:

- Zdeněk Albert (výskyt 2x)

V prodejnách jsem dále pokládala zaměstnancům (majitelům) otázku, jaký je nejoblíbenější výrobek u jejich zákazníků a dobrovolnou otázku, kdo je typický zákazník v jejich obchodě.

Nejoblíbenější výrobky u zákazníků:

- a) Buchty
- b) Žinčice, brynza, ovčí sýry
- c) RAW výrobky
- d) Semínka, oříšky

- e) Obložené pečivo, sladké výrobky
- f) Bedýnky
- g) Otruby, semínka, tyčinky
- h) Vejce, jablečný mošt
- i) Rakytníkový olej a tinktury
- j) Náhražky mléka a masa
- k) Chia semínka

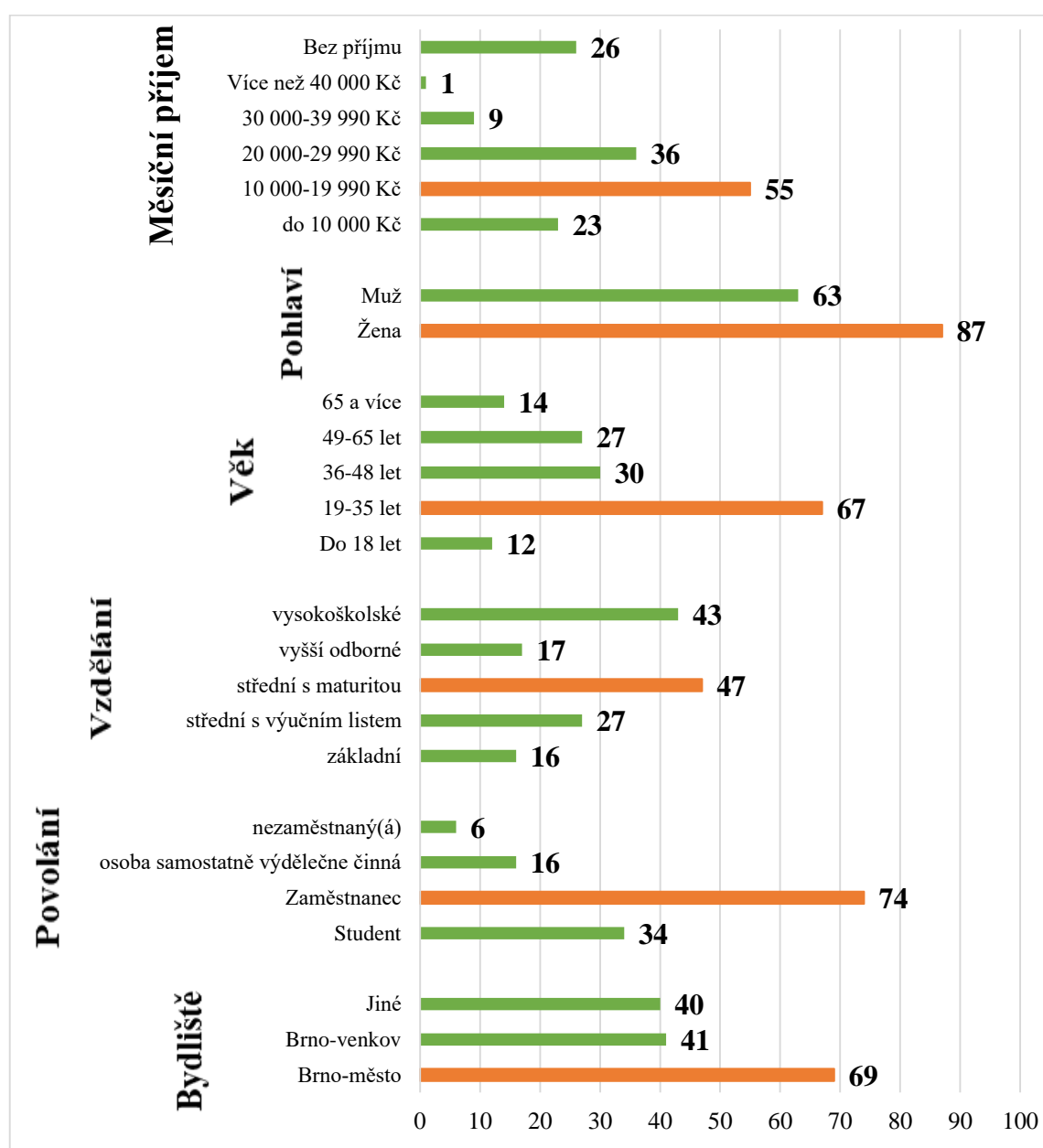
Prodejci nejčastěji jako typického zákazníka uvádí ženu, ženu na mateřské, středního věku. Typ zákazníka je značně určován místem, kde se prodejna nachází (blízkost škol, vlakové nádraží, nákupní galerie...).

Přehled mnou navštívených prodejen (včetně adres) je v Příloze 4 (str. 72).

5.2 Dotazníkové šetření spotřebitelských preferencí a motivace k nákupu biopotravin a farmářských potravin

Sběr dat byl provedený v Jihomoravském kraji a dotazník vyplnilo 150 respondentů. Hlavním záměrem dotazníkového šetření je zjistit povědomí a nákupní chování v oblasti biopotravin a farmářských potravin.

Prvních 6 otázek v dotazníku rozděluje respondenty podle pohlaví, věku, místa bydliště, vzdělání, povolání a měsíčního příjmu. Rozřazení respondentů je vyhodnoceno v Obrázku 7.



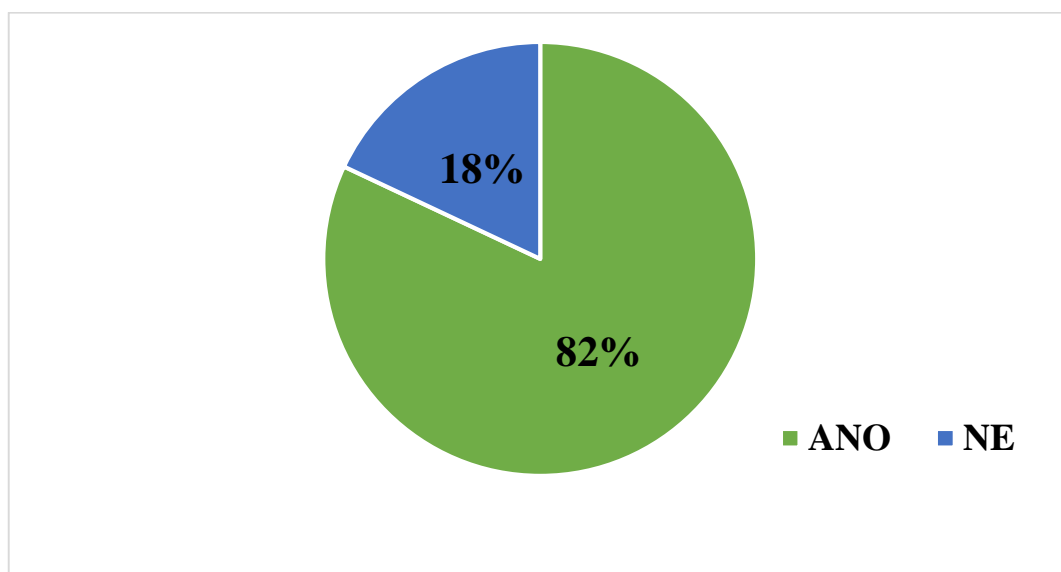
Obr. 7 Struktura respondentů

Na Obr. 7 znázorňuje oranžová barva nejpočetnější skupinu v dané kategorii. Na první pohled je zřejmé, že dotazník vyplnilo více žen (58 %) než mužů (42 %) a většina respondentů je ve věku 19-35 let (44,7 %). U místa bydliště bylo častěji vyplňované Brno-město (46 %), převážně se jedná o zaměstnance (49,3 %), s měsíčním příjmem 10 000-19 990 Kč (36,7 %) a respondenty se středoškolským vzděláním, zakončeným maturitou (31,3 %).

5.2.1 Výsledky dotazníkového šetření

Otázka č. 1: *Zajímáte se o životní prostředí?*

Tato otázka ukazuje zájem respondentů o životní prostředí. Největší podíl tvoří odpověď ano s celkem 82 % respondentů (123), pouze 18 % dotazovaných odpovědělo, že se o životní prostředí nezajímá (27). Zájem o životní prostředí projevuje 93,10 % žen a 69,84 % mužů.

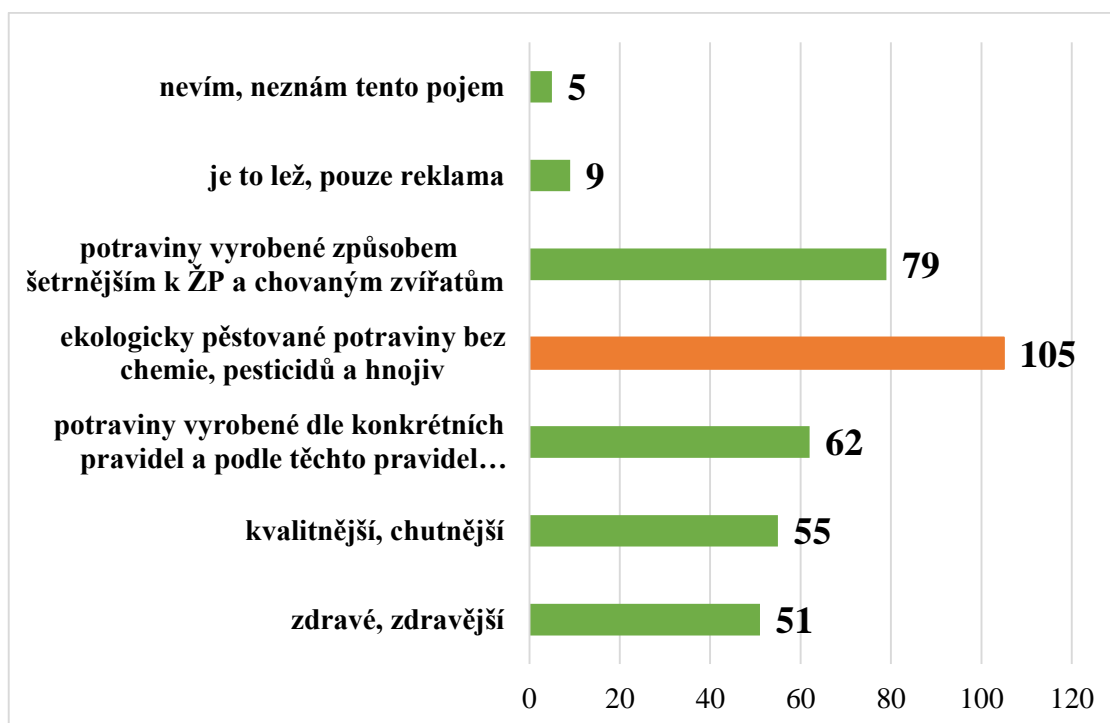


Obr. 8 Otázka č. 1: *Zajímáte se o životní prostředí?* (odpovědělo 150 respondentů)

Otázka č. 2: *Co si představíte pod pojmem biopotravina?*

Otázka č. 2 posuzuje vnímání biopotravin spotřebiteli. Respondenti mohli vybrat více odpovědí. Nejčastější odpověď byla, že se jedná o ekologicky pěstované potraviny bez chemie, pesticidů a hnojiv (70 %). Potraviny vyrobené způsobem šetrnějším k životnímu prostředí a chovaným zvířatům, pak byla druhou nejčastější odpovědí (52,7 %).

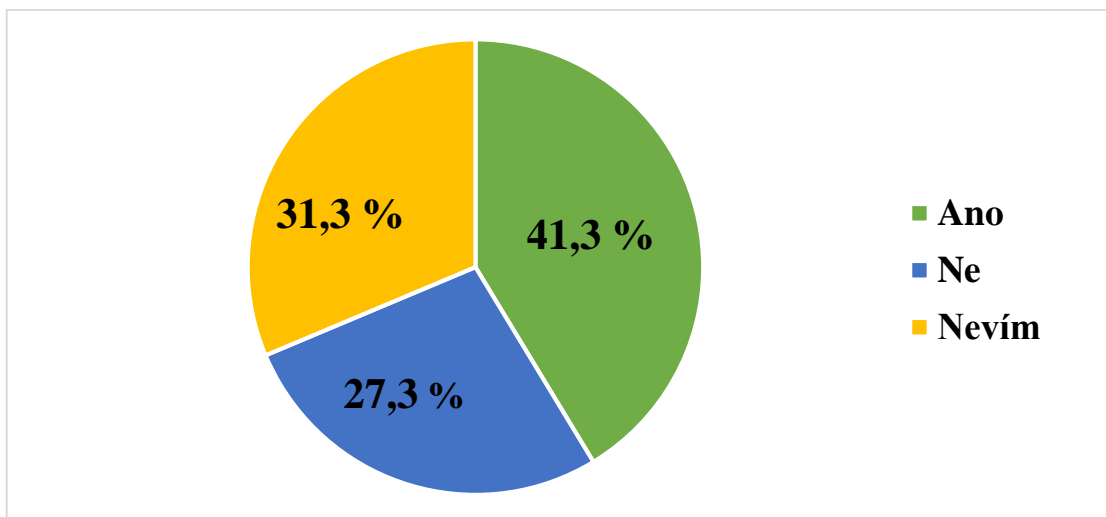
Že se jedná o lež či reklamu si myslí 6 % respondentů a 3,3 % respondentů pojem biopotravina nezná. Na tuto otázku odpovědělo 150 respondentů.



Obr. 9 *Otázka č. 2: Co si představíte pod pojmem biopotravina? (odpovědělo 150 respondentů, možnost více odpovědí)*

Otázka č. 3: Myslíte si, že jsou biopotraviny zdravější než konvenčně vyráběné potraviny?

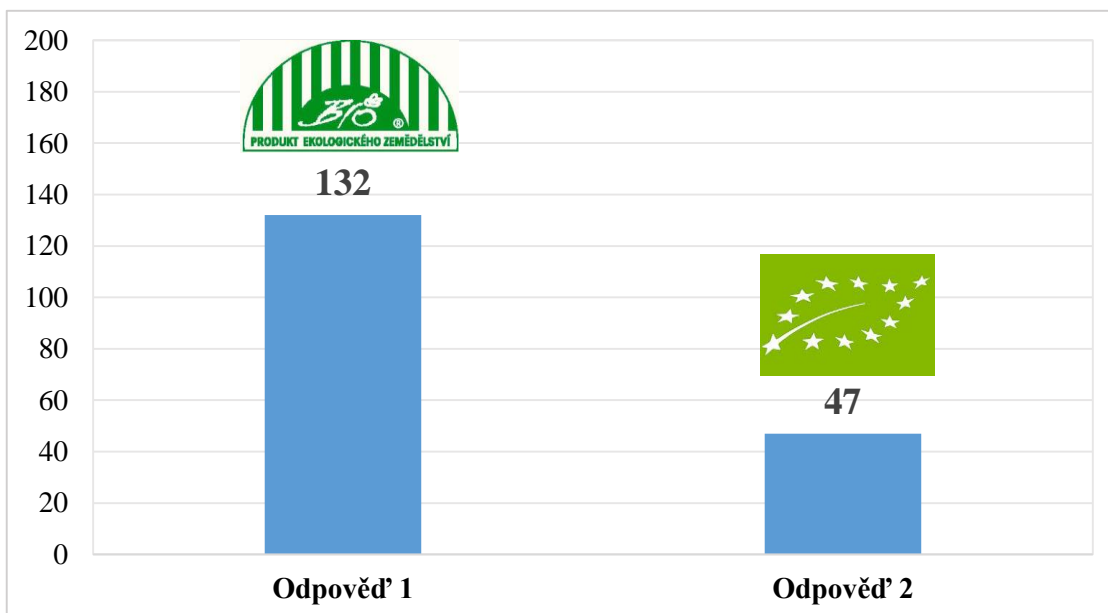
Otázku zodpovědělo 150 respondentů a 41,3 % respondentů si myslí, že jsou biopotraviny zdravější. Nemyslí si to 27,3 % dotazovaných a 31,3 % neví, jestli biopotraviny jsou nebo nejsou zdravější. Že biopotraviny jsou zdravější než konvenční potraviny, si myslí spíše ženy, z nichž takto odpovědělo 44,84 %, ve srovnání s 36,51 % mužů. Z hlediska vzdělání tento názor převládá u respondentů se středoškolským (47,15 %) a s vysokoškolským (43,90 %) vzděláním.



Obr. 10 *Otázka č. 3: Myslíte si, že jsou biopotraviny zdravější, než konvenčně vyráběné potraviny? (odpovědělo 150 respondentů)*

Otázka č. 4: Které z označení biopotravin znáte?

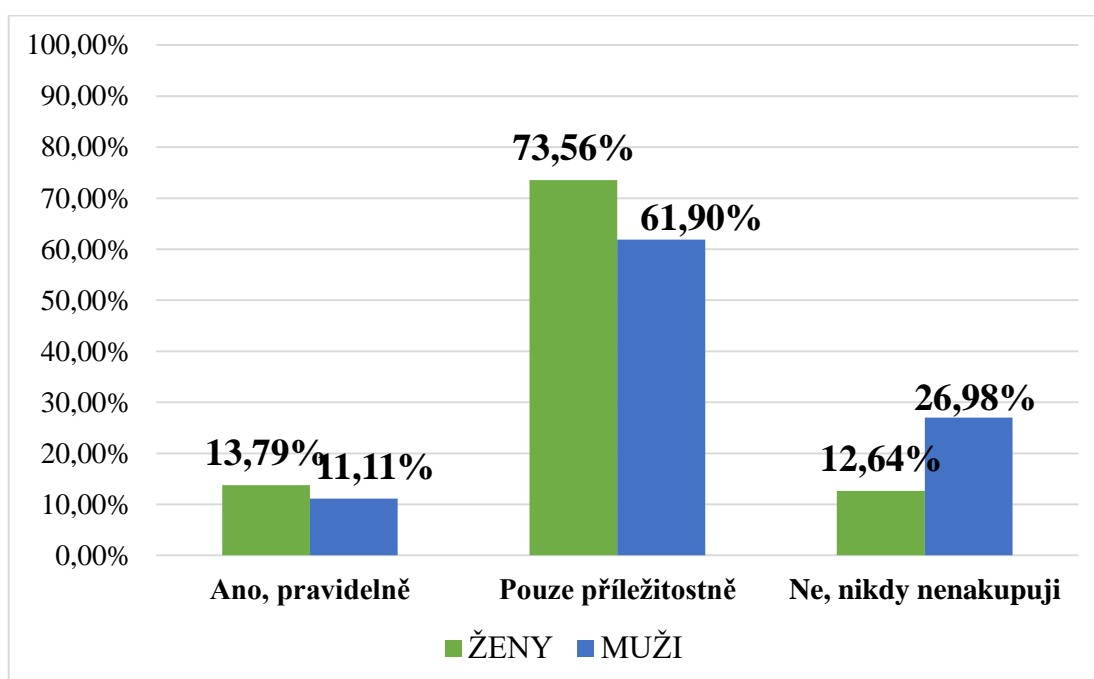
Respondenti mohli označit, jak českou „biozebru“ (odpověď 1), tak i evropské logo listu s hvězdami (odpověď 2). Z celkového počtu odpovědí vyplývá, že 95,7 % respondentů zná označení „biozebra“ a pouze 35,5 % zná evropské označení biopotravin. Obě značky zná 28,67 % dotázaných (odpovědělo 150 respondentů, možnost více odpovědí).



Obr. 11 *Otázka č. 4: Které z těchto označení biopotravin znáte? (odpovědělo 150 respondentů, možnost více odpovědí)*

Otázka č. 5: *Nakupujete biopotraviny?*

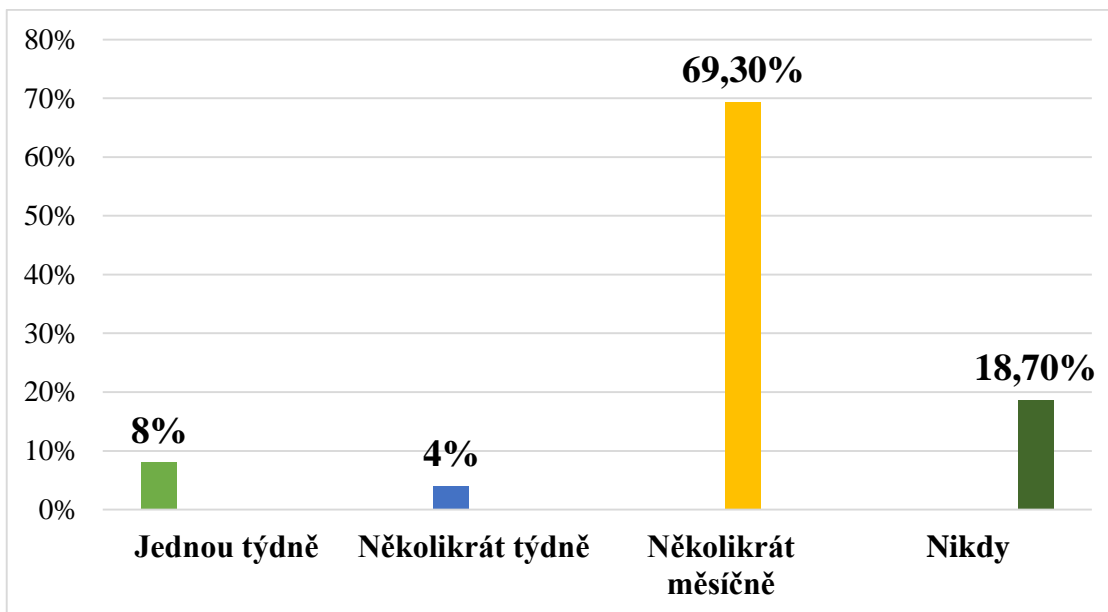
Výsledky ukazují, že respondenti biopotraviny nakupují převážně nepravidelně (68,7 % dotázaných). Nejvíce tuto variantu volili respondenti, kteří mají středoškolské vzdělání (52,43 %). Pravidelně biopotraviny nakupuje 12,7 % dotázaných, a největší podíl má tato odpověď u respondentů s vysokoškolským vzděláním. Ti, kdo uvedli, že se zajímají o životní prostředí, v 90,16 % případů také nakupují biopotraviny (pravidelně, nebo příležitostně). Biopotraviny nikdy nenakupuje 18,7 % respondentů. Tato odpověď se nejvíce vyskytuje u respondentů se středoškolským vzděláním. Zájem či nezájem o životní prostředí je u nich vyrovnaný. Pravidelně i příležitostně nakupují spíše ženy. Naopak převahu mezi respondenty, kteří biopotraviny nenakupují, mají muži.



Obr. 12 Otázka č. 5: *Nakupujete biopotraviny?* (odpovědělo 150 respondentů)

Otázka č. 6: *Jak často nakupujete biopotraviny?*

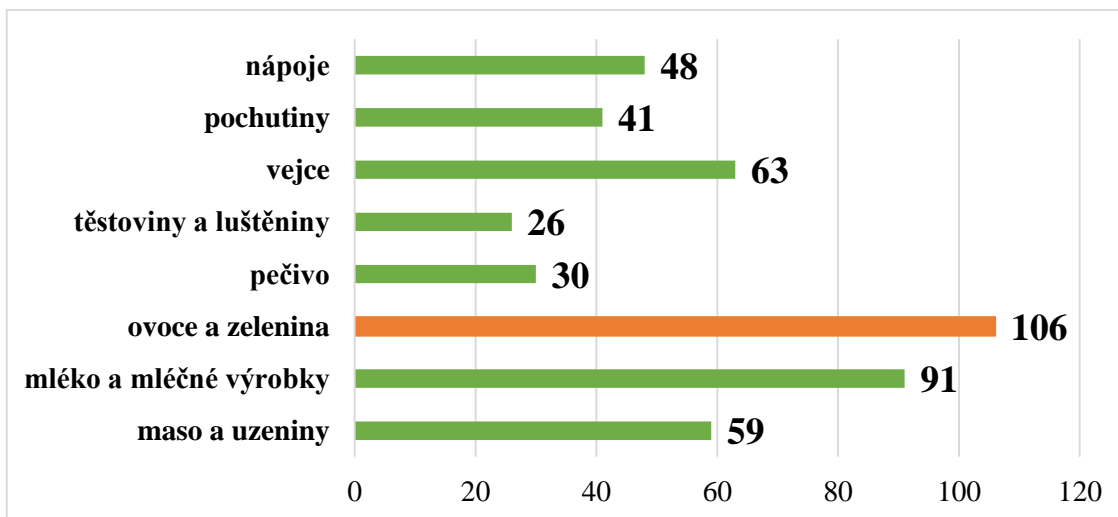
Největší část respondentů (69,30 %) volila odpověď s nejnižší nabízenou frekvencí nákupu biopotravin, tedy několikrát měsíčně. Nikdy tyto potraviny nenakupuje 18,70 % respondentů. Jednou týdně biopotraviny nakupuje 8 % respondentů a několikrát týdně 4 %. Pro kategorie nákupu „několikrát týdně“ a „jednou týdně“ platí, že je uskutečňují ti, kteří biopotraviny nakupují pravidelně.



Obr. 13 *Otázka č. 6: Jak často nakupujete biopotraviny? (odpovědělo 150 respondentů)*

Otázka č. 7: Jaké biopotraviny nakupujete?

Na tuto otázku odpověděli ti, co biopotraviny nakupují, celkem tedy 133 respondentů. Dotázaní mohli vybrat více odpovědí. Nejčastěji respondenti nakupují ovoce a zeleninu (79,7 %), následují mléko a mléčné výrobky (68,4 %) a na třetí místo nejčastěji nakupovaných biopotravin se řadí vejce (47,4 %). Nejméně (19,5 %) dotázaných nakupuje těstoviny a luštěniny.



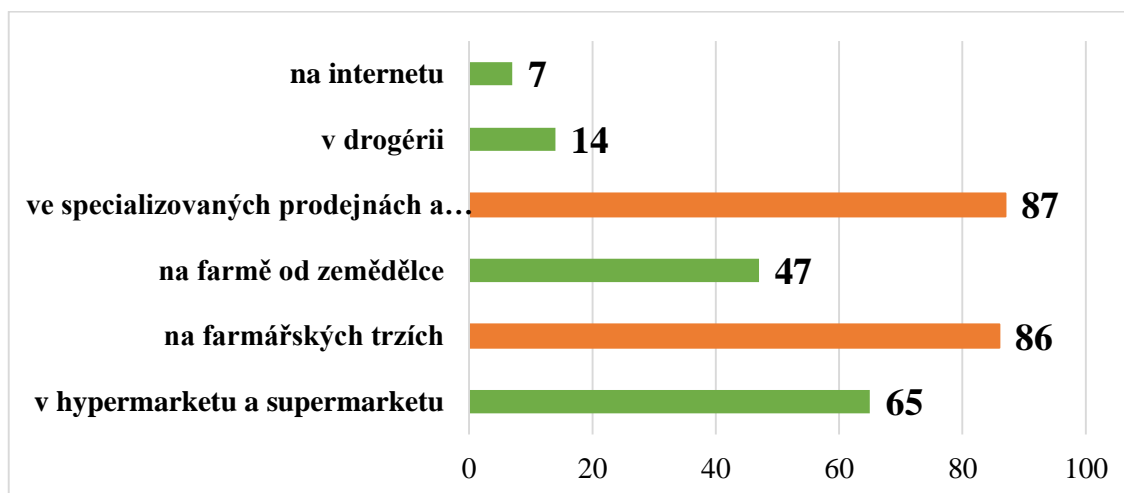
Obr. 14 *Otázka č. 7: Jaké biopotraviny nakupujete? (odpovědělo 133 respondentů, možnost více odpovědí)*

Otázka č. 8: Kde nakupujete biopotraviny?

Otázku zodpovědělo 134 respondentů a mohli si vybrat více odpovědí. Nejvíce dotázaných nakupuje biopotraviny ve specializovaných prodejnách (64,9 %) a na

farmářských trzích (64,2 %). Další nejčastější odpovědi respondentů pak byly hypermarkety a supermarkety (48,5 %). Na farmě od zemědělce nakupuje 35,07 %, v drogerii 10,45 % a na internetu 5,22 % dotázaných.

Z hlediska bydliště respondenti z Brna-města nejčastěji volili nákup ve specializovaných prodejnách a z Brna-venkova na farmářských trzích.

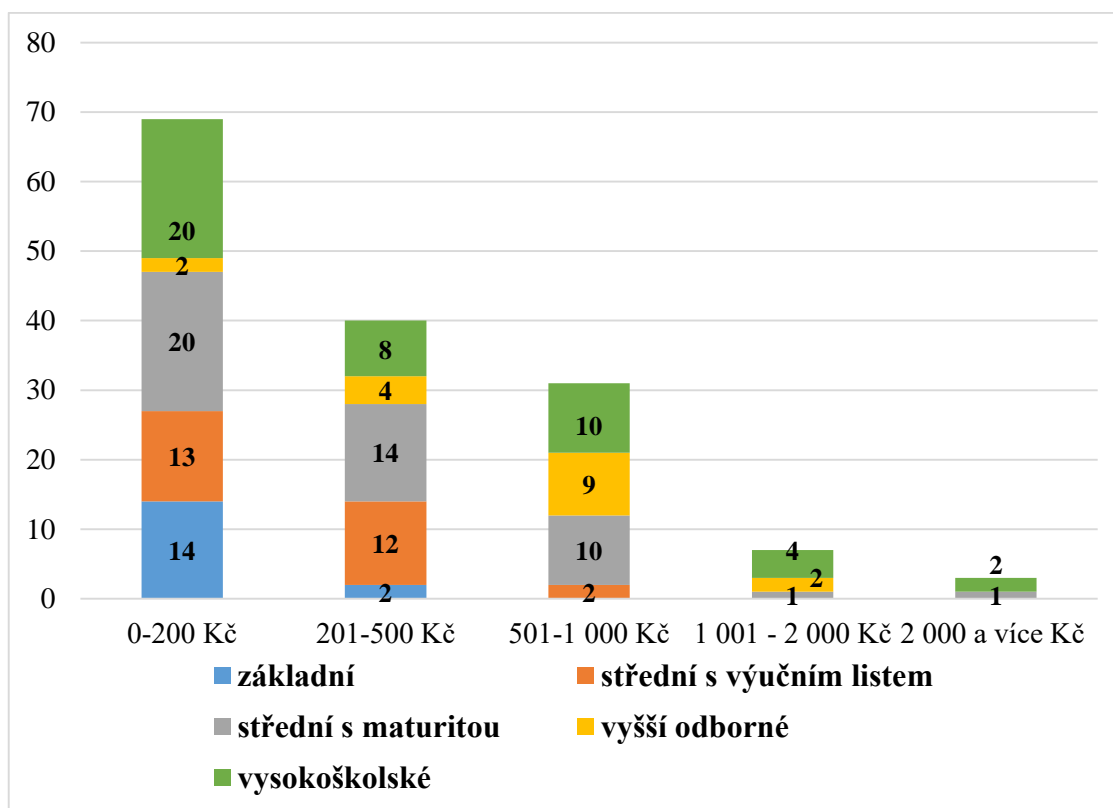


Obr. 15 Otázka č. 8: *Kde nakupujete biopotraviny?* (odpovědělo 134 respondentů, možnost více odpovědí)

Otázka č. 9: Jakou částku asi měsíčně utratíte ve Vaší domácnosti za biopotraviny?

Na otázku odpovědělo 150 dotázaných. Nejfrekventovanější odpověď u respondentů byla částka 0-200 Kč (46 %). Druhou nejčastější odpovědí byla částka 201-500 Kč (26,7 %) a třetí pak byla odpověď 501-1 000 Kč (20,7 %).

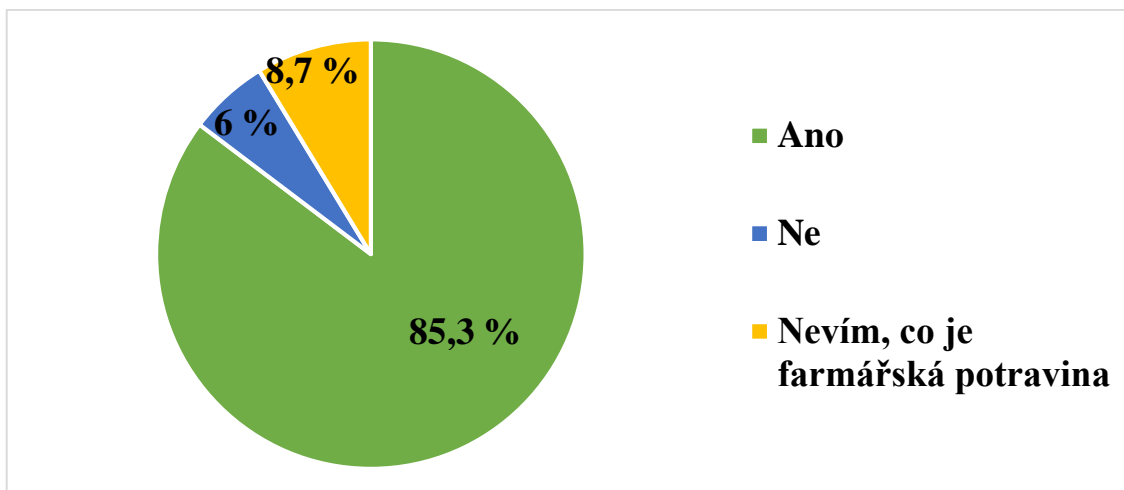
Respondenti, kteří nakupují biopotraviny nejčastěji (tzn. několikrát týdně a jednou týdně), utratí měsíčně za tyto potraviny více peněz, a to částku 201-2 000 Kč. Zároveň mají respondenti s touto vyšší útratou (66,67 %) vyšší měsíční výdělků (10 000-30 000 Kč). Z toho můžeme usuzovat, že výše útraty je ovlivněna měsíčním příjmem.



Obr. 16 *Otázka č. 9: Jakou částku asi měsíčně utratíte ve Vaší domácnosti za biopotraviny? (odpovědělo 150 respondentů)*

Otázka č. 10: Nakupujete farmářské potraviny bez ohledu na to, jestli jsou bio?

Tato otázka odhaluje, zda lidé nakupují či nenakupují farmářské potraviny v biokvalitě (tzn., zda jim záleží na tom, jestli má farmářská potravina certifikát biokvality). Odpovědělo 150 dotázaných. Výsledky průzkumu ukazují, že 85,3 % respondentů nakupuje farmářské potraviny, i když nemají certifikaci bio kvality. Co je farmářská potravina nevědělo 8,7 % dotázaných a pouze 6 % respondentů vyžaduje u farmářských potravin bio kvalitu.

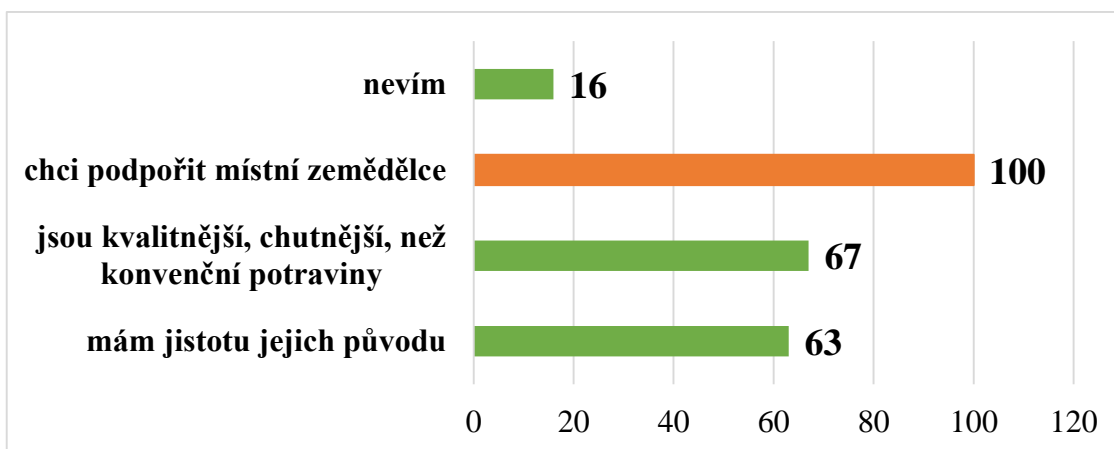


Obr. 17 *Otázka č. 10: Nakupujete farmářské potraviny bez ohledu, jestli jsou bio? (Odpovědělo 150 respondentů)*

Otázka č. 11: Co si o farmářských potravinách myslíte?

Otázku zodpovědělo 150 respondentů a mohli si vybrat více odpovědí. Příjemným překvapením je zjištění, že 66,7 % respondentů, chce podpořit místní zemědělce. Farmářské potraviny považuje za kvalitnější, než konvenční 44,7 % dotázaných a 42 % oceňuje jistotu jejich původu. Co si mají myslet o farmářských potravinách, neví jen 10,7 % respondentů.

Nákupem farmářských potravin chtějí podpořit místní zemědělce zejména respondenti v kategorii s vysokoškolským vzděláním a z pohledu věku v kategorii 19-35 let. Vyšší kvalitu těchto potravin předpokládají respondenti nejvíce v kategorii se středoškolským vzděláním (36-48 let) a jistotu původu uvádí nejvíce dotazovaní v kategorii se středoškolským vzděláním, ve věkové kategorii 49-65 let.

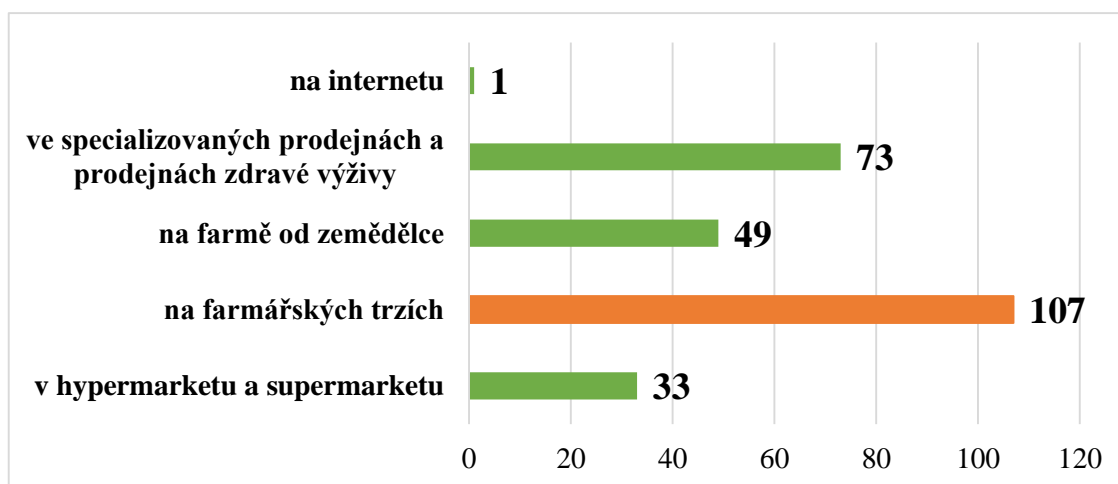


Obr. 18 *Otázka č. 11: Co si o farmářských potravinách myslíte? (odpovědělo 150 respondentů, možnost více odpovědí)*

Otázka č. 12: Kde nejčastěji farmářské potraviny nakupujete?

Respondenti nejčastěji nakupují farmářské potraviny na farmářských trzích (74,3 %) a ve specializovaných prodejnách a prodejnách zdravé výživy (50,1 %). Na farmě od zemědělce nakupuje tyto potraviny 34 % a v hypermarketu a supermarketu 22,9 % dotázaných. Pouze jeden respondent nakupuje farmářské potraviny na internetu (0,7 %). Otázku zodpovědělo 144 respondentů a měli možnost více odpovědí.

Z hlediska bydliště respondenti z Brna-města a i respondenti z Brna-venkova by nejčastěji volili nákup na farmářských trzích.



Obr. 19 Otázka č. 12: *Kde nejčastěji farmářské potraviny nakupujete?* (odpovědělo 144 respondentů, možnost více odpovědí)

6 Diskuze

Z dostupných průzkumů vyplývá, že prodej biopotravin a farmářských potravin má v České republice narůstající charakter. Během posledních několika let vzniklo mnoho nových prodejen. Od roku 1992 začala v Brně fungovat první prodejna zdravé výživy, která je otevřena doposud. Od tohoto období v průměru vznikají v Brně dvě nové prodejny ročně. Největší koncentrace prodejen s biopotravinami a farmářskými potravinami je ve středu města Brna.

Narůstající zájem o farmářské potraviny zaznamenávají především obchodníci. Tento fakt potvrzuje i zpráva ministerstva zemědělství, ve které je zaznamenáno oživení trhu s biopotravinami, které velmi často mají charakter farmářských potravin. Růst spotřeby biopotravin souvisí se zvyšujícím se zájmem právě o farmářské potraviny. V roce 2013 bylo v České republice registrováno okolo 471 výrobců biopotravin, což znamená nárůst o 4,9 % oproti roku 2012 (MZe, 2013).

Prodejny s biopotravinami a farmářskými potravinami mají v některých případech stejné dodavatele, což napovídá, že se patrně jedná o kvalitní výrobky, o něž mají spotřebitelé zájem, a že mají tito dodavatelé dostatečnou produkci pro pokrytí poptávky (Řeznictví Strejček, Farma rodiny Němcovi, aj.). Podle prodejců je typickým zákazníkem žena, což se potvrdilo i v různých výzkumech (včetně dotazníkového šetření v rámci této diplomové práce).

Dle výzkumu Sociologického ústavu AV ČR (2015) je zřejmé, že se lidé stále více zajímají o životní prostředí, což odpovídá mému průzkumu, kdy 82 % respondentů odpovědělo, že se o životní prostředí zajímá také.

Nejčastější odpovědí na pojem biopotraviny v průzkumu Lackové (2014) bylo, že se jedná o potraviny ekologicky pěstované bez chemie, pesticidů a hnojiv (77 %) a potraviny vyrobené šetrnějším způsobem k životnímu prostředí a chovaným zvířatům (45 %). V tomto se naše průzkumy shodují. V mém dotazníku takto v prvním případě odpovědělo 70 % respondentů a ve druhém 52,7 % respondentů. Přesvědčení o tom, že jsou biopotraviny zdravější, než konvenčně vyráběné potraviny je dle Lackové (2014)

65 % respondentů. Z mého průzkumu vyplývá, že i mnou oslovení respondenti s tímto tvrzením souhlasí, avšak je jich jen 41,3 % z celkově dotázaných.

V případě znalosti označení biopotravin MZe (2014) uvádí, že 72 % respondentů pozná „tzv. biozebru“, ale evropské značení zná celkem jen 24 % dotázaných. V případě této otázky v mém dotazníkovém šetření zná označení „biozebra“ více respondentů, a to 95,7 % a evropské označení biopotravin zná dokonce až 35,5 % mnou dotázaných.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce nakupuje biopotraviny žena středního věku. Jedná se o nákupy pravidelné, což se shoduje s MZe (2014). Nejčastěji respondenti nakupují biopotraviny v hypermarketu či supermarketu, což se neshoduje s výsledky MZe (2014), které jako nejčastější místo nákupu uvádí trh (nákup od zemědělce) a specializované prodejny. Mezi nejčastěji nakupované biopotraviny patří ovoce a zelenina (79,7 %), dále pak mléko a mléčné výrobky. V tomto bodě je shoda s výzkumem Lackové (2014) a Konečné (2012). Čím vyšší je měsíční příjem respondentů, tím vyšší je útrata za biopotraviny, což úzce souvisí s dosaženým vzděláním. Tento fakt souhlasí s dotazníkovým šetřením Lackové (2014).

Biokvalitu farmářských potravin, v případě jejich nákupu, nevyžaduje 85,3 %, což by mohla být pozitivní zpráva pro všechny drobné zemědělce, kteří neprodukují potraviny v ekologickém zemědělství. Spotřebitelé farmářských potravin chtějí jejich nákupem především podpořit místní zemědělce. Respondenti farmářské potraviny považují za kvalitnější a chutnější, než konvenční potraviny, s jistým původem. Nejčastěji je nakupují na farmářských trzích (74,3 %) a ve specializovaných prodejnách. Tyto výsledky korespondují s anketou firmy Sklizeno (2015).

7 Závěr

V posledních několika letech dochází k růstu spotřeby biopotravin. Tento růst je úzce spjat se zvyšujícím se zájmem o farmářské potraviny, které stále častěji nakupují spotřebitelé ve specializovaných prodejnách. Zájem spotřebitelů a důkaz rostoucího trhu je vidět především na tržbách, ale i na počtu těchto prodejen v České republice. Například Sklizeno, Náš grunt a My Food Market jsou dokonce obchodními řetězci, které nabízejí možnost franšizy, což posiluje jejich sílu na trhu.

Limitujícím faktorem pro prodej biopotravin a farmářských potravin je nedostatek vhodných prostorů na místech, kde je vyšší koncentrace lidí. Dalším důležitým faktorem je nápad, čím se odlišit od konkurence a tím být pro spotřebitele atraktivnější.

O úspěchu podnikání rozhoduje i správný výběr dodavatelů. V rámci Brněnských prodejen lze u dodavatelů biopotravin a farmářských potravin nalézt shodu, např. Farma rodiny Němcovi, Ježkův Statek, Farma Ratibořice, apod. Tento fakt můžeme brát tak, že výrobky od těchto dodavatelů jsou u spotřebitelů oblíbené a považují je za kvalitní a chutné nebo, že mají tito dodavatelé dostatečnou produkci pro pokrytí poptávky.

I když poptávka po biopotravinách a farmářských potravinách roste, je nadále důležité, aby se ke spotřebitelům dostaly důležité informace. Například, že i ekologicky pěstované produkty se hnojí, a to statkovými hnojivy. A přestože konzumenti znají národní logo pro označování biopotravin, je třeba, aby věděli, že existuje i logo evropské. Dále je třeba, aby se ke spotřebitelům dostalo více odborných výzkumů, které hodnotí, jestli jsou biopotraviny a farmářské potraviny skutečně zdravější, než konvenčně vyráběné potraviny. Zároveň by tyto výzkumy měly upozorňovat na fakt, že se jedná o potraviny vyrobené procesem šetrnějším k životnímu prostředí a ke zvířatům.

Pokud se zájem o biopotraviny a farmářské potraviny udrží, mohl by se tento trend promítnout také do zvětšení ploch v ekologickém režimu, čímž by mohlo docházet ke zvýšení ochrany životního prostředí.

8 Seznam použité literatury a zdrojů

[1] BIOPOTRAVINY, 2012: *Co jsou to biopotraviny*, [on line], [cit. 2015-06-25]. Dostupné z: <http://www.bio-potraviny.cz/>

[2] BIO-INFO, 2011: *Bakteriální nákaza v severním Německu a ekologický způsob produkce zeleniny*, [on line], [cit. 2015-07-10]. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/bakterialni-nakaza-v-severnim-nemecku-a-ekologicky-zpusob>

[3] BEVERAGE-GASTRONOMY. *Farmářské potraviny*. [online]. 2015 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <http://www.beverage-gastronomy.cz/aktuality/lide-chteji-kupovat-farmarske-potraviny-neshodnou-se-ale-na-jejich-definici/>

[4] ČERVENKA, KOVÁŘOVÁ, 2005: *Biopotraviny*, Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, Praha, ISBN 80-213-1404-4

[5] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Charakteristika Jihomoravského kraje*. [online]. 11.1..2016 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/11280/17987574/rocenka_char.pdf/f5fcf39d-1890-4a6c-8612-585908658fe6?version=1.2

[6] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Charakteristika okresu Brno-město*. [online]. 4.1..2016 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xb/charakteristika_okresu_brno_mesto

[7] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Charakteristika okresu Brno-venkov*. [online]. 1.2..2013 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/xb/charakteristika_okresu_brno_venkov

[8] DROBNÍČEK, PEŠÁN, SMETANA, 2010: *Jak na firemní prodej ze dvora*, Úhlava, o.p.s., Klatovy, ISBN 978-80-903851-6-0

- [9] DTEST. *Musí farmářské potraviny potkat farmu?*. [online]. 11.8..2015 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <https://www.dtest.cz/clanek-4557/musi-farmarske-potraviny-potkat-farmu>
- [10] DVOŘÁKOVÁ T., 2012: *Prodej lokálních potravin v Brně*, Brno, Masarykova univerzita, Diplomová práce, 127 s.
- [11] ENVIWEB. *Musí farmářské potraviny potkat farmu?*. [online]. 29.08.2015 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <http://www.enviweb.cz/clanek/biofood/103741/musi-farmarske-potraviny-potkat-farmu>
- [12] FARMA NA DLANI. *Kvalitní nemusí být nedostupné*. [online]. 2015 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <http://www.farmanadlani.cz/>
- [13] FARMA V KAPSE. *Farma do vaší kapsy*. [online]. 17.6.2015 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <http://www.farmavkapse.cz/blog/farma-do-vasi-kapsy/>
- [14] FILIPOVÁ M., 2008: *Faremní zpracování ve světle hygienických předpisů*, Voštěp, Brno, 22 s.
- [15] FRESHBEDÝNKY, 2015: *Jak funguje běžné bedýnkování?* [online] Biobedýnky, c2008 [cit. 2015- 06-15] Dostupné z: [http:// freshbedynky.cz/](http://freshbedynky.cz/)
- [16] CHEN, M. -F., 2007: *Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits*. Food Quality and Preference, 18, 1008-1021 s.
- [17] IPRIMA. *Farmářské potraviny jsou nyní na dosah ruky!*. [online]. 2015 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <http://fresh.iprima.cz/farmarske-potraviny-jsou-nyni-na-dosah-ruky>

- [18] JANSSEN M., HAMM U., 2012: *Product labelling in the market for organic food: Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos*, Food Quality and Preference 25 (1): 9-22
- [19] KALINOVÁ J., 2007: *Posklizňová úprava, skladování a zpracování rostlinných bioproduktů* : odborná monografie , Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 25 s.
- [20] KOMPRDA, 2009: *Srovnání jakosti a zdravotní nezávadnosti biopotravin a konvenčních potravin*. Chem. Listy 103, ISSN 0009-2770
- [21] KONEČNÁ, Romana. *Analýza nabídky a poptávky po biopotravinách ve vybraných obcích Jihomoravského kraje*. Brno, 2012. Diplomová práce. Mendelova univerzita V Brně, Agronomická fakulta, Ústav agrosystému a bioklimatologie. Vedoucí práce Ing. Soňa Dušková, Ph.D.
- [22] KRETZSCHMAR U., SCHMID O., 2011: *Quality and safety aspects of organic and lowinput food processing: Results of a Delphi survey from an expert consultation in 13 European countries*. NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences, 58(3–4): 111-116
- [23] LACKOVÁ, Alena. *Biopotraviny – aktuální stav odvětví a podmínky trhu v Jihomoravském kraji*. Brno, 2014. Diplomová práce. Mendelova univerzita V Brně, Agronomická fakulta, Ústav agrosystému a bioklimatologie. Vedoucí práce Ing. Soňa Dušková, Ph.D.
- [24] MERHAUT, K., 2012: *Čím je dána vyšší kvalita biopotravin*, [on line], [cit. 2015-06-25]. Dostupné z: <http://www.biopotraviny.info/kvalita.html>
- [25] NAŠE VÝŽIVA, 2012: *Biopotraviny*. [online]. 2012 [cit. 2015-06-25]. Dostupné z:<http://www.nasevyziva.cz/sekce-bio-potraviny/clanek-biopotraviny-59.html>
- [26] MOUDRÝ, J., 1997: *Bioprodukty*. Vyd. 1. Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR, 37 s. ISBN 80-7105-138-1.

[27] MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., 2001: *Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů*, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, 152 s. ISBN 80-7040-526-0

[28] MOUDRÝ, J., PRUGAR, J., 2002: *Biopotraviny: hodnocení kvality, zpracování a marketing*. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR v Ústavu zemědělských a potravinářských informací, 34 s. ISBN 80-7271-111-3.

[29] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2006: *Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě* Praha, ISBN 80 - 7084 - 483 - 3.

[30] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2010: *Základní statistické údaje ekologického zemědělství k 31.12.2010*. Ministerstvo Zemědělství [online], [cit. 201505-24]. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/>>

[31] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2011: *Farmářské trhy mají svůj kodex, pomůže jim posílit důvěru zákazníků*. [online], [cit. 2015-06-25]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-majisvuj-kodex-pomuze.html>

[32] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Kodex farmářských trhů*. [online]. 2011 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2011_farmarske-trhy-maji-svuj-kodex-pomuze.html

[33] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2012a: *Biopotraviny* [online], [cit.2015-06-25], Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologickezemedelstvi/biopotraviny/>

[34] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2012b: *Nová pravidla pro označování biopotravin* [online] Informační centrum bezpečnosti potravin, Praha [cit. 2015-06-24] Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/nova-pravidla-pro-oznacovani-biopotravin.aspx>

[35] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2015: *Statistická šetření ekologického zemědělství, Zpráva o trhu s biopotravinami v ČR v roce 2013* [online], [cit. 2015-05-24]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/395242/Zprava_trhu_s_biopotravinami_2013_TU_4212.pdf

[36] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Ročenka ekologického zemědělství 2014*. [online]. 2015 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/434549/Roc_enka_EZ_2014_net.pdf

[37] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Přehled ekologických subjektů*. [online]. 2014 [cit. 2016-02-06]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/app/eagriapp/EKO/Prehled/Prehled.aspx?typ=VYR&clear=A&stamp=1458310510044>

[38] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Bio potraviny, Zpráva z výzkumu*. [online]. 2015 [cit. 2016-04-10]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/file/341591/BioPotraviny2014.pdf>

[39] MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ. *Tiskové zpravy*. [online]. 15.4.2015 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2015_ministr-zemedelstvi-jurecka-diky.html

[40] PRO-BIO LIGA, 2010: *Ekologické zemědělství a biopotraviny - Otázky a odpovědi pro ekofarmy*, PRO-BIO LIGA ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, Praha 2010, 32 s. ISBN 978-80-904223-2-2

- [41] PŘBÍK O.. Zemědělec. *Farmářským obchodům rostou tržby*. [online]. 6.5..2015 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://zemedelec.cz/farmarskym-obchodum-rostou-trzby/>
- [42] REGIONÁLNÍ POTRAVINA. *Regionální potravina*. [online]. 2015 [cit. 2016-02-01]. Dostupné z: <http://www.regionalnipotravina.cz/o-projektu/>
- [43] REGIONÁLNÍ POTRAVINA. *Regionální potravina*. [online]. 2016 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <http://www.regionalnipotravina.cz/files/metodika-a-loga/Metodika2016.pdf>
- [44] SKLIZENO. *Co je to farmářské?*. [online]. 16.11..2015 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.sklizeno.cz/o-nas/aktuality/ptali-jsme-se-co-je-pro-vas-farmarsky-produkt/442>
- [45] SKOŘEPA L., 2009: *Regionální trh potravin*, Jih pro jednotu, spotřební družstvo České Budějovice, České Budějovice, 196 s.
- [46] SOCIOLOGICKÝ ÚSTAV AV ČR. *Chování domácností a hodnocení stavu životního prostředí – květen 2015*. [online]. 8.6..2015 [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a7391/f3/oe150608.pdf
- [47] STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÝ A INTERVENČNÍ FOND. *Regionální potravina*. [online]. 26.5.2015 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: http://www.szif.cz/cs/CmDocument?rid=%2Fapa_anon%2Fcs%2Fzpravy%2Fpkp%2Frp%2F1432732154081.pdf
- [48] STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÝ A INTERVENČNÍ FOND. *Regionální potravina*. [online]. 2016 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <http://www.szif.cz/cs/regionalni-potravina>
- [49] ŠKVAŘILOVÁ, Z., 2012: *Nutriční hodnota biopotravin*, [on line], [cit. 2015-06-24]. Dostupné z: http://www.csvv.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=612&Itemid=1

[50] VEGA-ZAMORA M., PARRAS-ROSA M., MURGADO-ARMENTEROS E., TORRESRUIZ F. J., 2013: *The Influence of the Term 'Organic' on Organic Food Purchasing Behavior. Procedia. Social and Behavioural Sciences*, 81: 660-671
http://eagri.cz/public/web/file/105980/statistika_05_24_2015.doc

9 Seznam obrázků

Obr. 1 Evropské logo

Obr. 2 Národní logo

Obr. 3 Základní logo „Regionální potravina“

Obr. 4 Regionální logo „Regionální potravina“

Obr. 5 Dělení přímého prodeje

Obr. 6 Zprostředkovaný prodej

Obr. 7 Struktura respondentů

Obr. 8 Otázka č. 1: Zajímáte se o životní prostředí?

Obr. 9 Otázka č. 2: Co si představíte pod pojmem biopotravina?

Obr. 10 Otázka č. 3: Myslíte si, že jsou biopotraviny zdravější, než konvenčně vyráběné potraviny?

Obr. 11 Otázka č. 4: Které z těchto označení biopotravín znáte?

Obr. 12 Otázka č. 5: Nakupujete biopotraviny?

Obr. 13 Otázka č. 6: Jak často nakupujete biopotraviny

Obr. 14 Otázka č. 7: Jaké biopotraviny nakupujete?

Obr. 15 Otázka č. 8: Kde nakupujete biopotraviny?

Obr. 16 Otázka č. 9: Jakou částku asi měsíčně utratíte ve Vaší domácnosti za biopotraviny?

Obr. 17 Otázka č. 10: Nakupujete farmářské potraviny bez ohledu, jestli jsou bio?

Obr. 18 Otázka č. 11: Co si o farmářských potravinách myslíte?

Obr. 19 Otázka č. 12: Kde nejčastěji farmářské potraviny nakupujete?

10 Seznam tabulek

Tab. 1: Podíl hlavních kategorií potravin na celkovém obratu biopotravin v ČR, 2005–2013

Tab. 2: Statistický přehled soutěže „Regionální potravina“ v letech 2010-2015 ve všech krajích

Tab. 3: Statistický přehled soutěže „Regionální potravina“ v letech 2010-2015 v Jihomoravském kraji

Tab. 4: Vývoj celkové výměry půdy a počtu farem v ekologickém zemědělství ČR (1990–2014)

Tab. 5: Počet ekofarem a výměra celkové plochy v EZ v krajích ČR v roce 2014

Tab. 6: Počet registrovaných subjektů v ekologickém zemědělství k 31. 12. 2013 a 2014

Tab. 7: Ekologičtí zemědělci hospodařící v Brno-město a v Brno-venkov v roce 2014

Tab. 8: Výrobci biopotravin v Brno-město a Brno-venkov v roce 2014

Tab. 9: Distributoři-obchodníci s biopotravinami v Brně

Tab. 10: Vývoj trhu s biopotravinami v ČR od roku 2005 do roku 2013

Tab. 11: Podíl jednotlivých odbytových míst v ČR, 2005-2013

11 Seznam příloh

Příloha 1 Charakteristika Jihomoravského kraje

Příloha 2 Charakteristika Brna-města

Příloha 3 Charakteristika Brna-venkova

Příloha 4 Seznam prodejen

Příloha 5 Dotazník

Přílohy

Příloha 1

Charakteristika Jihomoravského kraje

Území Jihomoravského kraje je vymezeno okresy Blansko, Brno-město, Brno-venkov, Břeclav, Hodonín, Vyškov a Znojmo. Kraj je rozdělen na 21 správních obvodů obcí s rozšířenou působností a jeho rozloha činí 719 522 ha. Počet obyvatel je 1 172 tisíc a tím se Jihomoravský kraj řadí na čtvrté místo v republice. Kraj leží mezi jihem a severem Evropy, což je z geografického hlediska poměrně výhodná poloha. V rámci EU kraj přiléhá ke Slovensku a Rakousku a v rámci republiky s krajem Zlínským, Olomouckým, Pardubickým a s Jihočeským.

Jihomoravský kraj tvoří z celkové rozlohy takřka 60 % zemědělská půda, z toho na ornou půdu připadá 83 %. Okresy Vyškov a Znojmo mají nejvyšší stupeň zornění. Kraj je z hlediska výrobních oblastí orientován na obiloviny, řepku a cukrovku. Dále je rozvinuté především vinařství, ovocnářství a zelinářství. V rámci ČR má kraj více než 90 % vinic. Do vinařských oblastí patří především okres Břeclav (50 % plochy všech vinic v ČR), Hodonín, Znojmo a částečně i Brno-venkov. V živočišné výrobě převládá chov prasat a drůbeže.

Jihomoravský kraj se řadí k regionům s významným ekonomickým potenciálem. Vytvořený hrubý domácí produkt kraje činí 10,9 % hrubého domácího produktu České republiky. Dosažená výše podílu HDP je 11,1 %. Jelikož Brno patří k tradičním průmyslovým městům, tak i nadále má průmysl významné ekonomické postavení a podílí se na celkové hrubé přidané hodnotě kraje 30,4 %. Jižní oblasti kraje se zaměřují na zemědělství (2,9 % hrubé přidané hodnoty kraje). Stavebnictví se podílí 6,8 % a rozvíjející se služby 59,9 % na HDP (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2015).

Příloha 2

Charakteristika Brno-město

Brno-město je druhým největším městem České republiky, zároveň je centrem Moravy. Na území města žije téměř třetina obyvatel celého Jihomoravského kraje. Brno je nejen střediskem průmyslu a obchodu, školství (druhé největší centrum vzdělání v ČR), zdravotnictví a kultury, ale také i přirozeným administrativním centrem Jižní Moravy. Město je ze tří stran obklopeno zalesněnými vrchy, na jihu přechází do rozměrné jihomoravské nížiny. Ze severozápadu je ohrazeno výběžky Dražanské a Českomoravské vrchoviny, na severovýchodě se nachází Moravský kras. Brno leží na ploše 230 km², v nadmořské výšce od 190 do 425 m a protékají jím dvě řeky – Svitava a Svratka. Na severozápadě města se nachází Brněnská přehrada.

Statutární město Brno se z územně správního pohledu člení na 29 městských částí. Největší je městská část Brno-střed, nejmenší městská část Brno-Útěchov. Postupným připojováním předměstských částí se rozloha města zvětšila na současný stav.

Město se nachází mezi dálnicemi D1 (Praha - Brno) a D2 (Brno - Bratislava), které jsou součástí transevropské dálniční sítě. Je důležitým železničním uzlem, leží na mezinárodní železniční trase vedoucí z Balkánu přes města Budapešť, Brno, Praha, Berlín až do Skandinávie. V městské části Brno-Tuřany je vystavěno mezinárodní letiště, které splňuje nároky na celoroční provoz všech typů letadel. Brno je také sídlem Nejvyššího soudu ČR, Nejvyššího správního soudu, Ústavního soudu ČR, Nejvyššího státního zastupitelství, Úřadu na ochranu hospodářské soutěže a Kanceláře veřejného ochránce práv (ombudsmana) (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2015).

Příloha 3

Charakteristika Brno-venkov

Brno-venkov leží na rozmezí jihomoravských úvalů a prvních kopců Českomoravské a Dražanské vrchoviny. Má hranici se sedmi okresy: na severozápadě s okresem Žďár nad Sázavou, na severu s okresem Blansko, na východě s okresem Vyškov, na jihovýchodě s okresem Břeclav, na jihozápadě s okresem Znojmo, na západě s okresem Třebíč a vevnitř svého území s okresem Brno-město.

Celková plocha okresu Brno-venkov činí 1 499 km². Kromě řek Svitavy a Svratky patří k dalším významnějším vodním zdrojům řeka Jihlava, do které se u Ivančic zprava vlévá Rokytná a zleva Oslava. Celková délka vodních toků v okrese je 785,5 km. Na území Brno-venkov se nachází devět přírodních parků (např. Bobrava, Říčky, Údolí Bílého potoka) a padesát maloplošných chráněných území, z nichž nejvýznamnější je jižní část CHKO Moravský kras o rozloze 920 ha (jeskyně Švédův stůl, Pekárna a Ochozská).

Počet obcí okresu je 187, 13 z nich má statut města (Dolní Kounice, Ivančice, Kuřim, Modřice, Oslavany, Pohořelice, Rosice, Šlapanice, Tišnov, Újezd u Brna, Zbýšov a Židlochovice), 11 obcí má statut městyse (Deblín, Doubravník, Drásov, Lomnice, Medlov, Nedvědice, Nosislav, Ostrovačice, Pozoříce, Troskotovice a Veverská Bítýška). Okres Brno-venkov nemá svoje okresní město. K nejmladším městům patří Újezd u Brna, který statut města obdržel v prosinci roku 2005.

Počet obyvatel v okrese je po Brně-městě druhý nejvyšší v Jihomoravském kraji a postupně se zvyšuje, což způsobují především přistěhovalí z okresu Brno-město, kdy využívají výhodné podmínky pro výstavbu domů a bytů v klidném prostředí obcí okresu Brno-venkov s relativně dobrým dopravním napojením na Brno. Největší co do počtu obyvatel je město Kuřim, druhým největším městem okresu jsou pak Ivančice.

Okres Brno-venkov je díky příznivým půdním a klimatickým podmínkám zemědělskou oblastí, která je zaměřena na výrobu obilovin, okopanin a na pěstování ovoce, zeleniny i vinné révy. Zemědělská půda je na více než 57 % celkové plochy okresu (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2015).

Příloha 4

Seznam prodejen

Koloniál

Gorkého 5

602 00 Brno

Tel.: 608 384 624

E-mail: kolonialbrno@centrum.cz

<http://kolonialbrno.cz/>

Dobrej špajz

Marie Steyskalové 2

616 00 Brno

Tel.: 776 407 555

E-mail: prodejna@dobrejspajz.cz

<http://www.dobrejspajz.cz/>

Farmářské pochoutky

Nádražní 1 - vestibul vlakového nádraží Brno

602 00 Brno

Tel.: 607670286

E-mail: h.bacikova@seznam.cz

<http://www.farmarske-pochoutky.cz/>

Sklizeno

Josefská 14

Brno, 602 00

Tel.: 731 427 972

Email: josefska@sklizeno.cz

<http://www.sklizeno.cz/>

Brána ke zdraví (Zdravá výživa)

Orlí 516/17

602 00 Brno

Tel.: 725 065 899

E-mail: branakezdravi@seznam.cz

<http://www.branakezdravi.cz/>

MY FOOD MARKET

Ve Vaňkovce 1

602 00 Brno

Tel.: 543 210 951

E-mail: brno.vankovka@myfoodmarket.cz

<http://www.myfoodmarket.cz/>

Zdravá výživa na Údolní (Radmila Gajdušková)

Údolní 32

602 00 Brno

Tel.: 775 100 798

E-mail: zdravka.signit@gmail.com

<http://www.zdravavyziva-udolni.cz/>

Bio Point

Nádražní 1/283

602 00 Brno

Tel.: 724 203 150

E-mail: vladimira.novotna@ponty.cz

<http://www.bio-point.cz/bio/>

Ovoce a zelenina tipkup

Lýskova 2771

635 00 Brno

Tel.: 605 424 534

E-mail: janas.krizova@seznam.cz

<http://farmarske.tipkup.cz/>

U Damiány

Veveří 118 a

616 00 Brno

Tel: 736 129 550

E-mail: zavrelova@adslink.cz

<http://www.udamiany.cz/index.php>

Naturka

Veveří 21

602 00 Brno

Tel.: 541 210 620

E-mail: veveri@naturka.cz

<http://www.palla.cz/naturka>

Manna - zdravá výživa a biopotraviny

Křížová 8

614 00 Brno

Tel.: 543 211 804

<https://www.facebook.com/Manna-zdrav%C3%A1-v%C3%BD%C5%BEiva-a-biopotraviny-149102495209833/info/?tab=overview>

Příloha 5

Dotazník

Jaké je vaše pohlaví

- Žena
- Muž

Kolik je Vám let?

- Do 18
- 19-35
- 36-48
- 49-65
- 65 a více let

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- střední s výučním listem
- střední s maturitou
- vyšší odborné
- vysokoškolské

Jaká je Vaše současná pracovní pozice?

- Student
- Zaměstnanec
- Osoba samostatně výdělečně činná
- nezaměstnaný(á)
- důchodce

Místo Vašeho bydliště?

- Brno-město
- Brno-venkov
- Jiné

Jaký je Váš měsíční příjem?

- Do 10 000 Kč
- 10 000-19 990 Kč
- 20 000- 29 990Kč
- 30 000-39 990 Kč
- Více než 40 000 Kč
- Bez příjmu

Zajímáte se o životní prostředí?

- Ano
- Ne

Co si představíte pod pojmem biopotravina? Možné zaškrtnout více odpovědí

- zdravé, zdravější
- kvalitnější, chutnější
- potraviny vyrobené dle konkrétních pravidel a podle těchto pravidel certifikované
- ekologicky pěstované potraviny bez chemie, pesticidů a hnojiv
- potraviny vyrobené způsobem šetrnějším k ŽP a chovaným zvířatům
- je to lež, pouze reklama
- nevím, neznám tento pojem

Myslíte si, že jsou biopotraviny zdravější než konvenčně vyráběné potraviny?

- Ano
- Ne
- Nevím

Které z těchto označení biopotravin znáte? Možné zaškrtnout více odpovědí



Odpověď 1



Odpověď 2

Nakupujete biopotravin?

- Ano, pravidelně
- Ano, příležitostně
- Ne, nenakupuji

Jak často nakupujete biopotravin?

- Jednou týdně
- Několikrát týdně
- Několikrát měsíčně
- Nikdy

Jaké biopotraviny nakupujete? Možné zaškrtnout více odpovědí

- Maso, uzeniny
- Mléko a mléčné výrobky
- Ovoce a zeleninu
- Pečivo
- Těstoviny a luštěniny
- Vejce
- Pochutiny (sladkosti, koření, apod.)
- Nápoje

Kde nakupujete biopotraviny?

- V hypermarketu a supermarketu
- Na farmářských trzích
- Na farmě od zemědělce

- Ve specializovaných prodejnách a prodejnách zdravé výživy
- V drogérii
- Na internetu

Jako částku asi měsíčně utratíte ve Vaší domácnosti za biopotraviny?

- 0-200 Kč
- 201-500 Kč
- 501-1 000 Kč
- 1 001-2 000 Kč
- 2 000 Kč a více

Nakupujete farmářské potraviny bez ohledu na to, jestli jsou bio?

- Ano
- Ne
- Nevím, co je farmářská potravina

Co si o farmářských potravinách myslíte? Možné zaškrtnout více odpovědí

- Mám jistotu jejich původu
- Jsou kvalitnější, chutnější, než konvenční potraviny
- Chci podpořit místní zemědělce
- Nevím

Kde nejčastěji farmářské potraviny nakupujete?

- Na farmě od zemědělce
- Na farmářských trzích
- V hypermarketech a supermarketech
- Ve specializovaných prodejnách a prodejnách zdravé výživy
- Na internetu