

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Diplomová práce

Bc. Tereza Hamáčková

2014

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: N 4101 Zemědělské inženýrství

Studijní obor: Agropodnikání

Katedra: Katedra rostlinné výroby a agroekologie

Vedoucí katedry: prof. Ing. Vladislav Čurn, Ph.D.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Farmářské trhy v ČR

Vedoucí diplomové práce: Ing. Zdeněk Štěrba, Ph. D.

Autor diplomové práce: Bc. Tereza Hamáčková

České Budějovice, 2014

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Tereza HAMÁČKOVÁ**
Osobní číslo: **Z12618**
Studijní program: **N4101 Zemědělské inženýrství**
Studijní obor: **Agropodnikání**
Název tématu: **Farmářské trhy v ČR**
Zadávací katedra: **Katedra rostlinné výroby a agroekologie**

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

Cíl práce: Zmapovat vznik a vývoj farmářských trhů v České Republice.

- 1) Úvod - stručný nástin významu tématu.
- 2) Literární přehled - nové poznatky na základě studia doporučené i další získané literatury (farmářské trhy a EU, farmářské trhy v ČR, sortiment - živočišné a rostlinné produkty, legislativa, kvalita a původ produktů).
- 3) Metodický postup:
 - stanovit hypotézy;
 - dotazníkovou metodou zjistit na dostatečně reprezentativním vzorku pohled veřejnosti na problematiku farmářských trhů v ČR;
 - dotazníky vyhodnotit a zpracovat;
 - vyjádřit se k ověření či vyvrácení hypotéz.
- 4) Výsledková část - uspořádání do tabulek a grafů.
- 5) Závěr - shrnutí výsledků vlastní práce.
- 6) Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: 10 - 15 stran

Rozsah pracovní zprávy: 40 - 50 stran

Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

Drobníček, L. a kol: Jak na faremní prodej ze dvora, Úhlava, o.p.s., Klatovy 2011.

Vědecké a odborné časopisy: Úroda, Farmář, Agromagazín, Zemědělec

Internetové zdroje (www.aftcr.cz) a databáze AGRIS, CAB, Current content, aj.

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Zdeněk Štěrba, Ph.D.

Katedra rostlinné výroby a agroekologie

Datum zadání diplomové práce: 28. března 2013

Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2014



prof. Ing. Miloslav Šoch, CSc.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
studijní oddělení
Studentská 13
370 05 České Budějovice



prof. Ing. Vladislav Čurn, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 28. března 2013

Prohlášení

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to- v nezkrácené podobě- v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných zemědělskou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum: 18. 4. 2014

Podpis studenta

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla velice poděkovat svému vedoucímu diplomové práce Ing. Zdenku Štěřbovi, Ph. D. za cenné rady a připomínky, které mi po celou dobu věnoval. Rovněž děkuji panu Janu Lisznerovi, který taktéž přispěl k zhotovení mé diplomové práce, díky praktickým radám a poznatkům z oblasti farmářských trhů. Velké poděkování patří též mé rodině, která mě v dobách studia vždy plně podporovala.

Abstrakt

V posledních letech mají farmářské trhy v České republice stále větší úspěch. Farmářskými trhy se snažíme propagovat místní a regionální potraviny, aby se dostali do hlubšího povědomí občanů, a aby se stali oblíbenějšími. Sortiment je velice pestrý avšak se k němu vztahují celé řady legislativních předpisů, zákonů, norem a vyhlášek. Farmářské trhy podléhají stejné legislativě jako jakýkoli jiný prodej potravin. V práci byly provedeny řízené rozhovory s prodejci na farmářských trzích a proběhlo dotazníkové šetření mezi zákazníky farmářských trhů a širší veřejností z celé České republiky. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 187 respondentů a díky tomuto šetření byly vyhodnoceny stanovené hypotézy. Tři hypotézy z celkových čtyř byly potvrzeny a jedna byla vyvrácena.

Klíčová slova

Farmářské trhy, prodejci, sortiment.

Abstract

In the last few years have farmers' markets in the Czech Republic still greater success. By farmers' markets we are trying to promote local and regional food to get into a deeper level of awareness, and to become more popular. The range is very varied but referring to the range of many legislative regulation, laws, norms and announcements. Farmers' markets are subject to the same legislation as any other food sales. In the dissertation were performed structured interviews with vendors at farmers markets and held a questionnaire survey among customers of farmers' markets and wider community from all over the Czech Republic. In the questionnaire surveys got involved 187 respondents and thanks to this survey were evaluated by the fixed hypothesis. Three out of four

Key Words

Farmers' markets, dealers, sortiment

Obsah

1	Úvod.....	8
2	Literární přehled.....	10
2.1	Charakteristika farmářských trhů	10
2.2	Farmářské trhy a Evropská unie.....	12
2.3	Vznik a vývoj farmářských trhů v České republice	12
2.4	Legislativa a kontrola	20
2.5	Produkty farmářských trhů.....	26
2.6	Označování potravin.....	33
3	Metodická část.....	38
3.1	Hypotézy	38
3.2	Sběr dat.....	38
3.3	Zpracování a vyhodnocení dat	40
4	Výsledková část a diskuse výsledků	41
4.1	Aplikační část.....	41
4.1.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření	41
4.1.2	Vyhodnocení řízených rozhovorů.....	66
4.2	Hodnocení výsledků	72
4.2.1	Výsledky dotazníkového šetření	72
4.3	Návrhy opatření.....	74
5	Závěr.....	76

1 Úvod

V posledních letech v České republice mají farmářské trhy stále větší úspěch. Začínají se čím dál tím více dostávat do povědomí spotřebitelů. Fenomémem dnešní doby je zdravější životní styl a s tím spojený nákup a konzumace kvalitních a regionálních potravin. Farmářské trhy jsou v tomto případě velice dobrou alternativou pro spotřebitele, kteří chtějí nakupovat potraviny jinde než v maloobchodních řetězcích, kterých je u nás velmi hojně.

Každý z nás nemá tu možnost si čerstvé, kvalitní a domácí produkty vypěstovat sám na zahrádce. Z tohoto důvodu se stále větší část nás obrací s uspokojením svých potřeb právě na farmářské trhy, které můžeme vnímat jako takzvanou oprášenou obdobu dřívějších tržišť. Nejde zde pouze o zkvalitnění zdravého životního stylu, ale i o podporu domácích prvovýrobců a českých potravin. Anonymita, která nakupující doprovází ve velkých obchodních střediscích, je na farmářských trzích vyměněna za osobní kontakt s prodejci, kteří při nákupu velice srdečně a s ochotou sdělují veškeré informace. Jednak k poučení, ale i pro zábavu. Díky tomu si prodejci nemusejí dělat námahu s nákladnými reklamami jak už v podobě letáků, tak i televizních a rádiových spotů.

Farmářské trhy by měli zaručovat nákup produktů přímo od výrobce a z tohoto důvodu mají svůj kodex, který vznikl z iniciativy Ministerstva zemědělství, a měl by zvýšit důvěru pro své zákazníky. Díky tomuto kodexu se lidé dozvědí, že produkty které kupují, jsou skutečně čerstvé, kvalitní a od domácích výrobců. Samozřejmě, že kodex není všemocný a nemůže zaručit stoprocentní solidnost všech prodejců, ale z větší části eliminuje neseriózní obchodníky.

Na farmářských trzích se určitý sortiment produktů odvíjí podle ročního období. Zmiňovaná skutečnost může některým spotřebitelům připadat jako velice nepříjemná, ale jsou i tací lidé, kteří preferují čerstvé domácí ovoce a zeleninu, jež vyniká lepší chutí nežli to dovezené ze zahraničí, které je sklizené zpravidla mnohdy nezralé. Mezi nejčastější produkty, které se objevují na farmářských trzích, patří mléčné výrobky, sýry, jogurty, tvarohy, másla dále také masné výrobky a maso, ryby, koření, marmelády, zavařeniny, pečivo, houby a v neposlední řadě samozřejmě ovoce a zelenina.

Cíl práce

Zmapovat vznik a vývoj farmářských trhů v České republice.

2 Literární přehled

2.1 Charakteristika farmářských trhů

Pojem slova trh může být definováno více způsoby, jedním z nich je znám jako:

„1. Prodej a nákup zboží pro veřejnost; 2. Prodej, obchod zboží podle poptávky a nabídky; 3. Soubor stánků- tržiště.“

Poté jsou uváděna další dvě podobně znějící slova a to tržnice a tržiště. Význam slova tržiště je *„místo, kde se konají trhy neboli trh“*, pro slovo tržnice je význam takový, že se jedná o *„místnost, budovu, kde je zboží prodáváno ve stáncích“*.

Z tohoto rozdělení je zřejmé, že tržiště a trh jsou obdobná vyjádření pro tutéž věc, načež slovo tržnice je konkrétním prostorovým vyjádřením a místem, kde lidé mohou nakupovat (FILIPEC, 1994).

Farmářské trhy

Farmářské trhy se vyznačují formou prodeje potravinářského a zemědělského zboží pro veřejnost občanů, které mají za cíle:

- podporu malých a středních zemědělských chovatelů, zpracovatelů, výrobců a potravin;
- dodávání občanům čerstvé zemědělské potraviny a produkty, které jsou z větší části regionálního původu;
- tvorbu nového společenského území, které vedle prodeje zemědělského zboží slouží k setkávání lidí, přiblížení městských obyvatel přírodním cyklům a zemědělské sezoně;
- vybrané části ve městech oživit a zlepšit jejich atmosféru.

Farmářské trhy jsou konány ve veřejně oznámené časové periodě, zpravidla pod širým nebem a prodej na nich se řídí předem oznámeným a vyvěšeným tržním řádem, který vychází ze vzorového tržního řádu a z dispozic jednotlivých měst (NALOK, 2014).

V zájmu každého farmáře je nabízet kvalitní produkty, a to nejen kvůli konkurenceschopnosti, ale také budování dobrého jména farmy a produktů. Vlastní zpracování části faremní produkce a prodej ze dvora jsou návratem k osvědčeným tradicím, uvedl bývalý ministr Petr Bendl s tím, že Ministerstvo zemědělství se snaží podporovat lokální zemědělec, regionální potraviny, farmářské slavnosti i trhy a přímý prodej vůbec (DUBEN J., 2012).

Kodex farmářských trhů

- Prodávané zboží na „farmářských trzích“ pochází od farmáře nebo výrobce potravin, který garantuje původ prodávaného zboží z vlastních zdrojů a je schopen tento původ při prodeji prokázat.
- Farmáře může při prodeji zastupovat jeho rodinný příslušník, nebo osoba, se kterou má farmář uzavřenou smlouvu nebo písemné pověření.
- Provozovatelé farmářských trhů a farmáři u nabízeného zboží dodržují a splňují základní legislativní požadavky.
- Provozovatelé farmářských trhů preferují zejména farmáře, kteří chtějí prodávat své zboží z daného regionu. O nabídce zboží z jiných regionů České republiky, eventuálně z příhraničních oblastí rozhoduje provozovatel.
- 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.
- Provozovatel farmářského trhu, hlásící se k principům „Kodexu farmářských trhů“ zajistí označení vlastním jednotným a viditelným logem ty stánky prodejčů, kteří splňují body jedna a dva „Kodexu farmářských trhů“.
- Provozovatel farmářského trhu má povinnost umístit platné znění „kodexu farmářských trhů“ na místě viditelném při konání farmářských trhů (například u vstupu na tyto trhy nebo, na každém stánku u prodejce, u tržního řádu apod.).
- Každá osoba (farmář, spotřebitel, inspektor, prodejce), 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 v takovém případě povinen okamžitě tuto situaci řešit a sjednat nápravu (KRBCOVÁ, 2011).

2.2 Farmářské trhy a Evropská unie

Evropská unie podporuje způsob distribuce, která dbá na původ zboží a způsob prodeje. Čím je kratší cesta, kterou výrobek či potravina urazí za svým zákazníkem, tím lépe pro prodejce, spotřebitele, ale i životní prostředí. Podpora Evropské unie spočívá ve Společné zemědělské politice. Evropský parlament schválil reformu Společné zemědělské politiky v roce 2013. V platnost však vstoupí až 1. ledna 2015 a v rámci Evropské unie bude platit až do roku 2020 (MZV, 2012).

Mezi hlavní nástroje společné zemědělské politiky patří:

Spravedlivější rozdělování unijních fondů. Musí být zajištěno, aby přímé platby byly získávány pouze aktivními zemědělci. Dále je zájem o ekologičtější zemědělskou politiku bez dvojího financování. V rámci nové Společné zemědělské politiky bude moci být určitá část z rozpočtu použita pouze tehdy, budou-li splněna závazná ekologická opatření (EUROPARL, 2013). Podle schválené reformy dočasně přetrvávají některé kvóty systému. Například u mléka do roku 2015, u cukru je to do roku 2017 a u vína do roku 2030. Českého zemědělce se dotkne změna v přímých platbách, tedy u základních dotací. Měly by zvýhodňovat malé zemědělské podniky a velkým naopak dotace krátit. Nová společná zemědělská politika se také snaží podporovat pouze aktivní zemědělce. Tato pravidla se pokoušejí o větší ekologické ohledy (EUROSKOP, 2013).

2.3 Vznik a vývoj farmářských trhů v České republice

Prvotní trhy na území České republiky

Prvotními trhy na území České republiky se vyskytovaly již v 9. století a nacházely se v blízkosti Pražského hradu. Později v 10. století se tato tržiště stala jedním z nejvýznamnějších nákupních míst pro Slované, svědčí o tom i zpráva od kupce a cestovatele z Andalusie, jímž byl Ibrahima ibn Jákúba (STÁTNIKOVÁ, 2010). Probíhaly zde smíšené obchody, kde se vyměňoval výrobek za výrobek. Toto obchodování, bylo později nahrazováno penězi. Trhy byly řízeny jednoduchou

směnou, ale i volnou spoluprací města s venkovem. Venkovští dodávaly do měst zemědělské přebytky a naopak město na oplátku řemeslné výrobky. Postupem času začala vznikat nová vrstva obchodníků, kteří nic nevyráběli ani nepěstovali, ale pouze zprostředkovali obchody (EDERER, 2002). Po tomto bohatém období nastala v 11. století krize a ta trvala až do století 12. Z této doby jsou dochovány záznamy v Kosmově kronice, které dokládají informace o tom, že každou sobotu se v Praze konaly trhy. Tyto trhy byly dokonce již organizovány, regulovány a kontrolovány samotným panovníkem. O sto let později se stal i obchod plně regulovaným, a to v oblasti správní, finanční, policejní a především právní. Následovalo 13. a 14. století, kde tržištím napomohly nejrůznější panovnické výsady, jako například povolení panovníka uskutečňovat denní, měsíční nebo výroční trhy, a dále privilegia, díky kterým se mohli čeští kupci podílet na mezinárodním obchodování (STÁTNIKOVÁ, 2010).

V 18 a 19. Století vyvrcholil ekonomický význam trhů. Trhy se v tomto období začaly dělit na čtyři typy trhů:

- dobytčí
- výroční (jarmarky) slovo pochází z němčiny
- týdenní
- denní (DRÁPAL D., 2004).

Výroční trhy (jarmarky) trvali z pravidla více dní a opakovaly se několikrát do roka. Spotřebitelé na těchto typech trhů mohli získat zboží jak z okolí, ale i produkty od profesionálních překupníků. Toto období se může považovat za zárodek velkoobchodu. Na jarmarcích nebylo již jen zboží domácí, ale daly se zde sehnat produkty i z dovozu, například exotické cukrovinky, řemeslné výrobky, ovoce, látky. Po tomto úspěšném období počátkem 20. století začal společenský, ale i ekonomický význam všech čtyř typů trhů pomalu slábnout. Začaly se do popředí dostávat kamenné obchody, které postupem času jarmarky odsunuly (DRÁPAL D., 2004). Dříve, jak již bylo řečeno, se vyskytovaly nejrůznější podoby trhů. Tyto trhy se zpravidla pořádaly na náměstích měst. Náměstí, na kterých se trhy konaly, často nesla názvy podle obchodovaných produktů, a proto se pražskému Karlovu náměstí dříve říkalo Dobytčí trh a Václavskému náměstí Koňský trh. Do současnosti byly některé názvy zachovány jako například Ovocný trh v Praze nebo Zelný trh v Brně (HAVRÁNEK, 2014).

Od roku 1791 byly trhy regulovány tzv. Jednotným tržním řádem, který byl později roku 1807 vyměněn za Všeobecný tržní řád pro Prahu. Tento řád byl v průběhu dalších let několikrát dále obměňován a doplňován. Nejvýznamnějším byl tržní řád z roku 1905, který byl doplněn tak, že v něm byla zahrnuta pravidla jako jaké věci, kde a v jakou dobu mohou být prodávána, dále stanovoval výši tržních poplatků. V roce 1928 proběhla novela tohoto tržního řádu, která doplnila poměrně důležitá a přísná obchodní a hygienická pravidla, která měla dopomoci tomu, aby nebyli zákazníci ani stát šizeni (STÁNÍKOVÁ, 2010).

První republika a následné období

Za první republiky trvající v období 1918- 1938 bylo zaznamenáno mnoho změn. Vzniklo nové samostatné Československo, které bylo odtrženo od Rakousko-uherské monarchie, čímž národ český získal samostatnost a s tím spojené samostatné rozhodování ve všech státních záležitostech. Na počátku první republiky na našem území převažoval průmysl nad zemědělským odvětvím. Díky tomu, že skončila První světová válka, a na našem území byl doslova rozložen přidělový systém, se mezi lidmi objevovaly takzvané hladové bouře. Toto období tedy následovala měnová reforma provedena Aloisem Rašínem a v těsném závěsu byla nastavena nová pozemková reforma. V roce 1920 pomocí přidělového zákona byla nově rozdělena, mezi obyvatele, dříve zabraná půda. Lidé měli radost, že český stát je samostatným státem a tuto skutečnost podpořil i hospodářský protekcionismus, ve kterém si Československo vybuďovalo vlastní potravinářskou výrobu a omezilo dovoz komodit z jiných zemí. Tento růst byl však zasažen velkou hospodářskou krizí v letech 1932-1933, která se jako první projevila především v zemědělství (ZAJÍC, 2012).

Dále v období první republiky byl zaveden statut soukromého zemědělce. Tito lidé měli povolení ve svobodném prodeji vlastnoručně vypěstované či vyrobené produkty, které byly nadbytečné pro jeho soukromou potřebu. Tyto komodity byly především prodávány formou trhů ve městech. Dalším zlomovým bodem na našem území byl únor 1948, kdy se k moci dostala Komunistická strana Československá. Na našem území nastalo období znárodnování, které se dotýkalo i zemědělství. Komunistická strana zavedla plánované hospodářství a došlo k likvidování a zavírání živností a soukromých zemědělců. Tyto aspekty byly nahrazeny Jednotnými zemědělskými družstvy (JZD). V takovéto podobě zůstalo zemědělství až do dob

Sametové revoluce v roce 1989. Po této události byla svržena komunistická strana a nastal u nás zvrát demokratické vlády a následným restitucím majetku (MAHDAL, 2011).

Avšak po roce 1989 trvalo České republice a především soukromým zemědělcům ještě dlouhých dvacet let, než se ze socialistického období jakžtakž vzpamatovali a než si čeští občané opět našli cestu k domácím potravinám, které se dají kupovat u zemědělců právě na farmářských trzích.

Před 17. lety na popud vstupu zahraniční konkurence na naše území (laciná a nekvalitní), Jan Liszner založil první farmářské trhy na území ČR. A to v Českých Budějovicích na náplavce. Trhy se konaly jednou za 14 dní to z důvodů dozrávání zeleniny a ovoce. Jeho cílem bylo, aby potraviny byly vždy čerstvé a aktuální ročnímu období. Trhy navštěvovalo až 6000 lidí. Kromě ovoce a zeleniny se daly na trzích pořídit živočišné produkty jako maso, uzeniny sýry, jogurty dále také rostlinné produkty, doplňující produkty (koření, med, lihoviny). Nedílnou součástí byly i pracovní pomůcky pro pěstitele, houby, květiny, stromky. Na základě oblíbenosti těchto farmářských trhů pan Liszner založil takzvaný bedýnkový prodej. Tento druh prodeje se uskutečňuje buď telefonicky, nebo pomocí internetu. Lidé si díky tomu mohou objednat potraviny, které jsou od prodejců z farmářských trhů. Bedýnky jsou zákazníkům připraveny a buď doručeny na adresu, nebo si je zákazník může vyzvednout sám osobně (LISZNER, ÚSTNÍ SDĚLENÍ, 2014).

Tabulka 1: Počty farmářských trhů na území ČR v roce 2011

Kraj	Počet trhů
Jihočeský	16
Středočeský	28
Plzeňský kraj	11
Karlovarský kraj	3
Královehradecký kraj	7
Moravskoslezský kraj	10
Zlínský kraj	11
Ústecký kraj	13
Liberecký kraj	6
Praha	43
Pardubický	10
Vysočina	9
Jihomoravský kraj	15
Olomoucká kraj	7
Česká republika	189

ZDROJ: BOHATEC, 2011

Tradice v našich zemích hovoří o trzích bez přívlastků, popřípadě lze hovořit o trzích s dobyt看, koňských, ovocných, zelných, o vaječných trzích, popřípadě o jarmarcích (jarmark- výroční trh), kde bylo k mání ode všeho něco. Nicméně je příjemné vědět, že se po 20 letech od roku 1989 tradice vrací (DUBEN J, 2012).

Prodej ze dvora

Původní myšlenka, prezentovat venkov, konkrétní farmáře a místní produkty, byla však prodejem ze dvora.

Pojem prodej ze dvora je zjednodušené označení pro prodej malých množství vlastních produktů z prvovýroby zemědělcem či chovatelem ve svém hospodářství přímo spotřebiteli pro jeho vlastní spotřebu v domácnosti, v tržnicích nebo na tržistiších, a to přímo pro spotřebu v jeho domácnosti, anebo jejich dodávání do místní maloobchodní prodejny, zásobující konečného spotřebitele (DROBENÍČEK, 2010).

Legislativní podklady, na základě kterých je umožněn prodej ze dvora:

Zákon 1966/1999 Sb., veterinární zákon § 27 a vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které nejsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství.

V této vyhlášce jsou stanoveny podmínky distribuce malých množství produktů pocházejících z hospodářství chovatele.

Pro jednotlivé kategorie produktů jsou stanoveny tyto podmínky:

- **Čerstvé drůbeží maso**

- maximální roční produkce živých zvířat 2000 ks krůt, hus nebo kachen, nebo 10000 ks ostatní drůbeže

- za malé množství, které je možno prodat konečnému spotřebiteli v hospodářství, nejbližším tržišti nebo tržnici či v místním maloobchodě je považováno 10 ks/týdně, maso nesmí být dále distribuováno

- **Čerstvé králičí maso**

- chovatel, chovající králíky v malém množství, může dodávat či prodávat naporcované králičí maso taktéž pouze v malých množstvích za podobných podmínek jako čerstvé drůbeží maso, tj. nejvýše 10 ks týdně.

- **Zvěřina**

- uživatel honitby nebo účastník lovu může prodávat nebo dodávat ulovenou volně žijící zvěř v kůži nebo peřím, v malých množstvích přímo konečnému

spotřebiteli, nebo do maloobchodní prodejny s obdobným sortimentem v rámci příslušného kraje, který je prodá přímému spotřebiteli

-za malé množství zvěře, určené k prodeji (dodání) se považuje nejvýše 30 % kusů lovcem skutečně odlovené zvěře ročně, zvěř nesmí být dále uváděna do oběhu.

- **Syrové mléko**

- syrové mléko a syrová smetana nesmí být uváděny do oběhu k přímé lidské spotřebě s výjimkou jejich prodeje v místě výroby přímo konečnému spotřebiteli, a to v malých množstvích (přímý prodej syrového mléka).

- za malé množství syrového mléka a syrové smetany, které je určeno konečnému spotřebiteli, je považováno množství tohoto mléka, které odpovídá obvyklé denní spotřebě tohoto mléka v domácnosti daného spotřebitele.

- **Čerstvá vejce**

- čerstvá vejce, se mohou prodávat pouze v malém množství konečnému spotřebiteli.

- nazývané množství čerstvých vajec prodávaných přímo konečnému spotřebiteli (v hospodářství nebo na trhu nebo tržnici) se považuje nejvýše 60 vajec jednomu konečnému spotřebiteli, za malé množství čerstvých vajec, která mohou být předmětem jedné dávky těchto vajec chovatelem dodávaných do maloobchodní prodejny, se považuje nejvýše 60 vajec/ týdně.

- **Včelí produkty**

- malé množství medu, určeného k prodeji chovatelem v jeho domácnosti, hospodářství, na tržišti či tržnici a to spotřebiteli pro jeho domácí spotřebu, nebo také k dodání medu včelařem na území příslušného okresu do maloobchodní, se považuje množství nepřevyšující 2 tuny ročně, med nesmí být uváděn do oběhu (TRÍSKOVÁ, 2014).

Vyhláška č. 128/2009 Sb., o přizpůsobení veterinárních a hygienických požadavků pro některé potravinářské podniky, v nichž se zachází se živočišnými

produkty, upravuje mimo jiné úlevy pro potravinářské podmínky, které provozují jen maloobchodní činnost. Těmi se v této souvislosti rozumí i hospodářství (farmy).

Vyhláška vymezuje tzv. okrajovou a omezenou činnost na místní úrovni, v jejímž rámci mohou podniky provozující maloobchodní činnost dodávat potraviny i jiným maloobchodním zařízením. Při splnění vyhláškou stanovených výrobních limitů a dalších podmínek se pak na tato zařízení nebude vztahovat nařízení (ES) č. 853/2004 (podniky nemusejí být schváleny a nemusí splňovat další požadavky stanovené tímto nařízením).

Hlavním účelem této části vyhlášky č. 128/2009 Sb. je umožnění výroby masných a mléčných výrobků převážně na farmách a jejich dodání do maloobchodních prodejen na místní úrovni (území kraje a krajů sousedních). Limity množství potravin jsou stanoveny jako kombinace dvou kritérií, která musí být splněna současně- maximálního množství podnikem vyrobených potravin a maximálního podílu z vyrobeného množství, který může být podnikem dodán jinému maloobchodnímu zařízení

Do této vyhlášky mohou být povoleny určité výjimky ze standardních požadavků provozům s malým objemem výroby či maloobchodním zařízením, u kterých jsou tyto činnosti prováděny pouze okrajově.

- Provozy s malým objemem výroby: těmto provozům mohou být na rozdíl od klasických podmínek výroby dle návrhu vyhlášky povoleny výjimky pouze z některých strukturálních požadavků, stanovených předpisy Evropských společenství o hygieně potravin a o zvláštních hygienických pravidlech pro potraviny živočišného původu.
- Maloobchodní zařízení s okrajovou činností: při klasické výrobě a distribuci produktů živočišného původu podléhá provozovatel schválení a registraci dle nařízení Evropského parlamentu a Rady ES č. 854/2004 v případě distribuce dle návrhové vyhlášky podléhá provozovatel pouze registraci. Při klasické výrobě musí provozovatel splnit veškeré požadavky nařízení Evropského parlamentu a rady ES č. 852/2004 a 853/2004. Při výrobě a distribuci dle této vyhlášky je požadavek na splnění požadavků nařízení EP a rady ES č. 852/2004 a vybraných požadavků nařízení EP

a Rady ES č. 853/2004 především co se týká požadavků na teplotu masa. Požadavek na systém HACCP vychází z nařízení EP a Rady ES č. 852/2004 kde je možnost přizpůsobit systém velikosti provozu (TRÍSKOVÁ, 2014).

2.4 Legislativa a kontrola

Základní legislativa ČR

Zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci

Tento zákon stanovuje působnost Státní zemědělské a potravinářské inspekci pro výkon státního dozoru. Státní zemědělská a potravinářská inspekce kontroluje, zda potraviny splňují požadavky stanovené právními předpisy a to například zákon o potravinách, zákon o ochraně veřejného zdraví, mezinárodní smlouvy, stejně tak i proces výroby nebo uvádění do oběhu. Kontroluje klamání spotřebitele, bezpečnost potravin. Vede evidenci provozovatelů potravinářských podniků. Inspektor pověřený Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí může na základě kontroly zakázat výrobu nebo uvádění do oběhu potravin, které nesplňují požadavky nařízené právními předpisy (BOHATEC, 2011).

Zákon č. 166/1997 Sb., o veterinární péči

Tento zákon má požadavky na zdravotní nezávadnost živočišných produktů. Dozoruje povinnosti osob, které vyrábějí, zpracovávají a uvádějí do oběhu živočišné produkty. Dále také prodej zvířat a živočišných produktů v tržnicích a na tržištích + sezónní prodej ryb (BOHATEC, 2011).

Základní evropská legislativa nařízení ES č. 178/2002 o obecném potravinovém právu

Zajištění vysoké úrovně ochrany zdraví: politika zajištění bezpečnosti potravin „z farmy na stůl“ nebo po česku „od vidlí až na vidličku“, bezpečná potravina není škodlivá pro zdraví a je vhodná k lidské spotřebě. Odpovědnost mají provozovatelé potravinářských podniků a zajišťují požadavky potravinového práva ve všech fázích výroby, zpracování a distribuce. Kontrola a dozor je prováděna ze strany státu. Ochrana zájmu spotřebitele: chtějí zabránit podvodným

nebo klamným praktikám, falšování potravin a uvádění spotřebitele v omyl. Když potravina není v souladu bezpečnosti, je neprodleně stažena z trhu (BOHATEC, 2011).

Nařízení evropského parlamentu a Rady (ES) 852/2004 o hygieně potravin

Primární odpovědnost za bezpečnost potravin nese provozovatel potravinářských podniků. Dohlíží na bezpečnost potravin v celém potravinovém řetězci, avšak se do tohoto nevztahuje prvovýroba pro soukromé domácí používání, domácí přípravu potravin a dodávky malého množství zboží konečnému spotřebiteli nebo místnímu maloobchodu, který je přímo dodává konečnému spotřebiteli. Stanovuje podmínky na pojízdné nebo přechodné prostory (stánky na trhu, pojízdné prodejny, prodejní automaty). Musí v něm být k dispozici zařízení, aby v něm bylo možno dodržovat odpovídající osobní hygienu. Čistitelné a vhodné povrchy, které přicházejí do styku s potravinami. Prostory se musejí pravidelně čistit a desinfikovat. Přívod teplé či studené pitné vody. Dále musí být přítomno zařízení pro hygienickou likvidaci nebezpečných nebo nepoživatelných látek a odpadů a zařízení pro hygienické skladování. Musí zde být prováděno sledování odpovídajících podmínek teploty. Tyto potraviny musejí být ukládány tak, aby nedocházelo k riziku kontaminace (BOHATEC, 2011).

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004

Tímto nařízením jsou stanovena zvláštní hygienická pravidla pro potraviny živočišného původu. Tato pravidla se nevztahují na případy dodávek v malém množství výrobku přímo z prvovýroby konečnému spotřebiteli nebo místnímu maloobchodu, který je přímo dodává konečnému spotřebiteli. Na malé množství masa z drůbeže a zajícovců poražených na farmě konečnému spotřebiteli nebo místnímu maloobchodu, který je přímo dodává konečnému spotřebiteli a na myslivce, kteří dodávají malé množství masa volně žijící zvěře konečnému spotřebiteli nebo místnímu maloobchodu.

Toto nařízení stanovuje podmínky například o identifikaci, podmínky pro bourárny a jatky, podmínky na mléko, vejce, školení myslivců atd. (BOHATEC, 2011).

Tabulka 2 Dozorové kompetence při kontrole potravin

	Dozorový orgán
Potraviny rostlinného původu na schválených i neschválených tržistiích	SZPI – Ministerstvo zemědělství (Mze)
Potraviny živočišného původu nezpracované a prodávané na schválených i neschválených tržistiích (ryby, čerstvé maso, med)	SVS- (MZe)
Potraviny živočišného původu, zpracované, prodávané na trhu, stánku, tržním místě (pokud tedy nejsou schválené SVS)	SZPI-(MZe)
U potravin živočišného původu zpracovávaných na schváleném tržišti či tržnici	SVS- (MZe)
Veřejné stravování	Hygienická služba hl. města Prahy+ KHS- (MZe)
„pochtivost prodeje“	ČOI- (MPO)

ZDROJ: BOHATEC, 2011

Kontrola**Mezi orgány, kontrolující farmářské trhy patří:****1. Veterinární správa:**

Jedná se o organizaci, která vykonává ze zákona dozorování zdravotního stavu zvířat, nad zdravotní nezávadností potravin živočišného původu nad tím, aby nebyla zvířata týrána, nad ochranou území před zavlečením nákaz nebo jejich nositelů. Zodpovídá i za zdraví občanů. Veškerá práva a povinnosti jsou vypsány v zákoně č. 166/1999 Sb., platného od roku 1999

(STÁTNÍ VETERINÁRNÍ SPRÁVA, 2014).

Desatero státní veterinární správy k prodeji na farmářských trzích

Krajská veterinární správa (KVS) dozoruje trhy konané na místě schváleném obcí, jejichž konání bylo obcí povoleno a příslušná krajská veterinární správa schválila provozovateli tržní řád, nebyl-li vydán formou nařízení obce.

1. Chovatelé mohou prodávat produkty zvířat z vlastního chovu, které nebyly získány ve schváleném a registrovaném, popřípadě jen registrovaném výrobním podniku a to za těchto podmínek:
 - maso z drůbeže a králíků (musí být vykucháno, u králíků nesmí být oddělená hlava) maximálně 10 kusů týdně maso musí být uloženo při teplotě maximálně 4° C.
 - syrové mléko a smetanu pomocí prodejního automatu (automat musí být registrován u KVS)
 - čerstvá označená vejce s uvedením jména a adresy chovatele a datem minimální trvanlivosti, v maximálním množství 60 kusů jednomu konečnému spotřebiteli, u chovů do 50 kusů nosnic nemusí být vejce označená na skořápce.
 - včelí produkty od včelstev ze stanovišť ve stejném kraji jako trh, označené jménem, příjmením a adresou chovatele a u medu druhem a množstvím.
 - živé ryby (usmrcování a další opracování ryb musí být nahlášeno příslušné KVS a to sedm dní předem).
2. Je nepřípustné prodávat maso z domácí porážky provedené v hospodářství (mimo drůbeže a králíků) a výrobky z tohoto masa.
3. Ostatní prodejci potravin a surovin živočišného původu musí zajistit, aby jimi prodávané potraviny a suroviny byly získány ve schváleném a registrovaném, popřípadě jen registrovaném podniku. Jejich povinností je udržet je při stanovených teplotách. Prodejce je povinen tuto teplotu kontrolovat
4. Pro potraviny podle bodu 3 musí být k dispozici viditelná informace o jejím názvu, množství a datu použitelnosti nebo datu minimální trvanlivosti. Prodávající musí být vždy schopen na místě doložit původ produktů.
5. Označení „domácí“ v názvu potravin je nepřípustné

6. Prodávát potraviny s prošlou dobou použitelnosti je nepřípustné
7. Potraviny musí být po celou dobu uvádění do oběhu chráněny před jakoukoli kontaminací a před přímým vlivem klimatických podmínek.
8. Všechny předměty a zařízení, které přicházejí přímo do styku s potravinami, musí být čisté a nesmí představovat nebezpečí kontaminace, dopravní prostředky a nádoby používané pro přepravu potravin musí být udržovány v čistotě a v dobrém stavu.
9. Osoby manipulující s potravinami musí být držiteli zdravotního průkazu, dodržovat požadavky na osobní hygienu a musí nosit čistý oděv, při prodeji nebalených potravin, zejména masa, musí být k dispozici zdroj pitné vody k mytí rukou.
10. Potravinářské a jiné odpady musí být z prostor, kde se nachází potraviny, co nejrychleji odstraňovány, aby nedocházelo k jejich hromadění, a nesmí představovat přímý či nepřímý zdroj kontaminace (FARMÁŘSKÉ TRHY, 2014).

2. Státní zemědělská a potravinářská inspekce:

Pokud prodejce chce prodávat potraviny na farmářských trzích, pak je nezbytné, kromě požadavků na bezpečnost a jakost potravin, dodržovat tyto zásady:

- Nebalené potraviny chránit před prachem, dotykem se zemí, kontaktem s kupujícími (ti nesmí na nabízené potraviny sahat, kýchat, kašlat...), kontaktem s rukama prodejce (ideální je s nebalenými potravinami manipulovat podávacími kleštěmi použitím jednorázových rukavic).
- Plochy stánku, na které jsou kladeny potraviny, musí být omyvatelné a udržované v čistotě.
- Potraviny vyžadující chlazení (maso, masné výrobky, sýry, mléko, čerstvé šťávy, rybí výrobky, cukrářské výrobky...), uchovávat v chladicím zařízení.
- Mít přístup k sociálnímu zařízení
- Při prodeji nebalených potravin, u nichž případně dochází k dělení, mít zajištěnou pitnou vodu, dle potřeby i teplou vodu, pokud nebude vyřešena očištěním náradí a rukou jiným vhodným způsobem (STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÁ A POTRAVINOVÁ INSPEKCE 2013).

Povinností je samozřejmě mnohem více. Prodávající mají možnost kontaktovat příslušný inspektorát, podle místa prodeje, kde mu pověření pracovníci rádi poradí, co zlepšit. Pokud prodejce bude vzhledem k nabízeným potravinám spadat pod dozorové kompetence Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZIP), měl by se u ní registrovat. Potřebné registrační formuláře jsou k dispozici například na internetových stránkách Státní a zemědělské inspekce. www.szpi.gov.cz v sekci dokumenty ke stažení (Oznámení provozovatele potravinářského podniku). Viz Příloha 1.

Dozorové kompetence při kontrole potravin nabízených na farmářských trzích má SZIP a Státní veterinární správa ČR (SVS). Dozorové kompetence jsou rozděleny takto:

- Potraviny rostlinného původu prodávané na schválených i neschválených tržišťích- SZIP
- Potraviny živočišného původu nezpracované na schválených i neschválených tržišťích- např. ryby, čerstvé maso, med- SVS
- Potraviny živočišného původu zpracované, prodávané na trhu, stánku, tržním místě (pokud tedy nejsou schválené SVS)- SZIP
- U potravin živočišného původu zpracovaných na schválené tržnici či tržišti- SVS (STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÁ A POTRAVINOVÁ INSPEKCE 2013).

3. Hygienická služba

V naší republice je řízena hlavním hygienikem, jmenovaným vládou na návrh ministra zdravotnictví. Jeho hlavním úkolem je odborné řízení vytváření životních podmínek a péči, řídí úkoly nižších orgánů hygienické služby. Zákon, který plní úkoly hygienická stanice, se nazývá zákonem o zdraví veřejném (VEBER, 2007).

4. Česká obchodní inspekce

Jedná se o orgán, podřízený Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. ČOI byla ustanoven zákonem č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, jako organizace, která nastoupila po Státní obchodní inspekci. Tato inspekce dozoruje a kontroluje fyzické a právnické osoby provádějící či dodávající výrobky a zboží na vnitřní trh, dále také poskytující služby nebo obdobnou činnost na vnitřním trhu, poskytující spotřebitelské úvěry nebo provozující tržiště pokud však dle zvláštních právních předpisů nevykonává kontrolu a dozor jiný správní úřad. Tento úřad nekontroluje potraviny, tabákové výrobky, pokrmy, ale poctivost prodejců (ČOI, 2014).

2.5 Produkty farmářských trhů

Maso a masné výrobky

V § 1 vyhlášky č. 326/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů se masem rozumí všechny části zvířat určené k výživě lidí a o jejich použitelnosti bylo rozhodnuto podle zvláštního právního předpisu (viz vyhláška č. 287/1999 Sb., o veterinárních požadavcích na živočišné produkty) a nebyly ošetřeny jinak než mrazem nebo chladem, včetně masa baleného v ochranné atmosféře nebo masa vakuově baleného. Maso je jatečně upravené tělo, které je získáno porážkou jatečných zvířat a je upravený k veterinárnímu vyšetření. Masný výrobek je technologicky opracovaný výrobek obsahující jako převažující základní surovinu maso. Čistá svalová bílkovina je bílkovina bez pojivové tkáně a bílkoviny rostlinného původu (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001).

- **Drůbeží maso**

V § 10, vyhlášky č. 289/2007 Sb., ve znění pozdějších předpisů říká, že chovatel, který má nižší roční produkci než je 2000 kusů krůt, kachen a hus, nebo 10 000 kusů ostatní drůbeže, smí prodávat nebo dodávat neopracované čerstvé drůbeží maso v malých množstvích. Malé množství čerstvého drůbežího masa, které je určené k prodeji nebo dodání masa se považuje nanejvýše 10 kusů drůbeže za jeden týden. Toto maso, které je prodáváno konečnému spotřebiteli nesmí být uváděno dále do oběhu (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2007).

- **Čerstvé králičí maso**

V § 11, vyhlášky č. 289/2007 Sb., ve znění pozdějších předpisů chovatel, který chová králíky v malém množství, smí prodávat či dodávat neopracované čerstvé králičí maso v malých množstvích a to konečnému spotřebiteli na trzích a tržištích, nebo na svém hospodářství anebo do maloobchodní prodejny, která je prodává konečnému spotřebiteli. V případě prodeje králičího masa musí být k masu připojeno dobře viditelné a čitelné upozornění „maso není veterinárně vyšetřeno- určeno po tepelné úpravě ke spotřebě v domácnosti spotřebitele“. Při prodávání čerstvého králičího masa nesmí být hlava oddělena od těla. Takovéto maso by nesmělo být uváděno dále do oběhu (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2007).

- **Masné výrobky**

V § 10 vyhlášky č. 326/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů se masným výrobkem rozumí výrobek, jež je tepelně opracovaný ve kterém převažuje základní surovina a to maso, o jehož použitelnosti bylo rozhodnuto dle vyhlášky č. 287/1999 Sb., (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001).

Ve znění § 13 vyhlášky č. 326/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů nesmí při nakrojení masných výrobků docházet k uvolnění tuku nebo vody. Vložka masného výrobku nesmí vypadávat z nákroje, dále nesmí obsahovat cizí tělesa, které netvoří součást složení masného výrobku, otisky razítek a nezpracované části, shluky koření nebo jiných složek, v případě že nejsou charakteristickým znakem výrobku. Povrch výrobku nesmí být lepkavý, netypicky svraštělý, oslizlý nebo porostlý plísní, pokud se nejedná o ušlechtilé druhy plísní charakteristické pro daný masný výrobek (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001). Vyhláška č. 326/2001 Sb., U tepelně opracovaných masných výrobků musí být tepelně opracován celý výrobek tak, aby bylo zajištěno dostatečné tepelné opracování všech složek výrobku. S masnými výrobky se nesmějí provádět jakékoliv úkony vedoucí k obnovení zdání jejich čerstvosti § 14 ve znění pozdějších předpis (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001).

Dle § 10 vyhlášky č. 326/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů se tepelně opracovaným masným výrobkem rozumí, výrobek u kterého bylo ve všech

částek dosaženo minimálně tepelného účinku odpovídajícího působení teploty plus 70° C po dobu 10 minut (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001).

Po skončení každé výroby musí být masný výrobek co nejrychleji zchlazen na teplotu ve všech jejích částech. § 37 vyhláška č. 287/1999 Sb., ve znění pozdějších předpisů (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1999).

Vejce

Vejce jsou produkty ptáků ve skořápce, nesmějí být myta ani jinak čištěná. Vyhláška č. 326/2001 § 24 (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001).

- **Označování**

V § 26 vyhlášce č. 326/2001 Sb., se uvádí, že vejce se označují živočišným názvem ptáka, ze kterého pocházejí. Slepíčí vejce a výrobky ze slepičích vajec lze označit pouze názvem vejce nebo vaječný výrobek. Slepíčí vejce se označují názvem druhu a podskupiny viz tabulka č. 3. Množství vajec, se stanoví počtem kusů (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2001).

Ryby

Čerstvé ryby a ostatní vodní živočichové jsou ryby, které se dají využívat pro lidskou výživu. Tyto ryby jsou zchlazeny tak, aby nedocházelo k jejich zmrznutí. Zmrazené ryby musejí procházet procesem, který je dán legislativou. Výrobky, které se vyrábějí z ryb, procházejí fyzikálním nebo chemickým procesem a to především uzením, solením, sušením, marinováním nebo zmrazením (HEPPNEROVÁ ET. AL., 2011).

Mléčné výrobky

Podle § 1 vyhlášky č. 77/2003 Sb., se mléčným výrobkem rozumí, výrobek vyrobený výlučně z mléka, přičemž látky nezbytné pro jeho výrobu mohou být přidány, jen když tyto látky nejsou použity za účelem nahrazení všech nebo některé části složek mléka (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003). U mléčných výrobců, u nichž je některá základní složka nahrazena jinou, která je rostlinného nebo živočišného původu např. náhrady sýrů, které obsahují rostlinou např. sójovou bílkovinou složku popřípadě,

jako náhradu mléčného tuku se použije rostlinný olej, nebo směsné tuky. U těchto výrobků je zakázáno používat jakoukoli formu reklamy, která může vyvolat dojem ve spotřebiteli, že se jedná o výrobek mléčný (HEPPNEROVÁ, 2011).

- **Kysané mléčné produkty a jogurty**

Je to produkt vyrobený pomocí kysání mléka, podmásli, smetany nebo jejich směsí za pomoci mikroorganismů. (*Lactobacillus acidophilus, delbrueckii a další mezofilní popřípadě termofilní bakterie mléčného kvašení, Streptococcus salivarius, monokultury nebo směsné kultury mléčného kvašení, Bifidobacterium*). Výrobky jsou tepelně neošetřené po kysacím procesu (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003) § 1 vyhlášky č. 77/2003 Sb.

- **Nezrající sýr, čerstvý sýr, tvaroh**

Dle § 1 vyhlášky č. 77/2003 Sb., se sýrem rozumí mléčný výrobek vyrobený vysrážením mléčné bílkoviny z mléka působícím syřidla nebo jiných vhodných koagulačních činidel, prokysáním a oddělením podílu syrovátky. Čerstvým sýrem se rozumí nezrající sýr tepelně neošetřený po prokysání. Tvarohem se rozumí nezrající sýr, který je získaný kyselým srážením, které převládá nad srážením pomocí syřidla (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003).

- **Zrající sýry, tavené sýry, syrovátkový sýr**

Zrající sýr je sýr, u kterého po prokysání došlo k dalším biochemickým a fyzikálním procesům. Oproti tomu tavený sýr je takový, který byl tepelně upraven za přídavku tavicích solí. Sýrovátkovým sýrem je myšlen mléčný výrobek získaný vysrážením syrovátky nebo směsi syrovátky s mlékem (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003).

Obnova čerstvosti sýrů je zakázána. Nejsou povoleny žádné úkony a pracovní postupy. Taktéž je zakázáno, dále využívat oschlé části sýrů. Upravovat je namletím nebo nastrouháním a nabízet je k prodeji (HAPPNEROVÁ ET.AL., 2011).

Veškeré druhy sýrů musejí být při přepravě, skladování a manipulaci uchovávány při teplotě +4 až +8 °C. Sýry jsou spotřebiteli nabízeny v podobě spotřebitelských balení, dále zabalené prodejcem nebo nebalené a vložené do obalu za přítomnosti kupujícího (HEPPNEROVÁ ET.AL., 2011).

- **Máslo**

Dle vyhlášky č. 77/2003 Sb., v § 1 ve znění pozdějších předpisů je máslem výrobek, který obsahuje výhradně mléčný tuk ve formě emulze vody a tuku. Čerstvé máslo je máslo do 20 dnů od data výroby. Stolní máslo je máslo, které je skladované nejdéle 24 měsíců od data výroby při teplotách minus 18° C a nižších. Máselný koncentrát je výrobek s celkovým obsahem mléčného tuku vyšším než 90 % hmotnostních získaný z mléka, smetany nebo másla. Máselný tuk je bezvodý mléčný tuk, který je získaný z mléka, smetany nebo másla, splňující požadavky 99,3 % hmotnosti mléčného tuku. Pomazánkové máslo je vyrobeno pomocí zakysané smetany, obohacené sušeným podmáslem či mlékem (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003).

Včelí produkty

V §15 vyhlášky č. 289/2009 Sb., je uváděno, že včelí produkty se mohou uvádět do oběhu, jen pokud pocházejí od včelstva, v němž se nenachází mor včelího plodu nebo hniloba, dále jde-li o med, mateří kašičku nebo propolis, zdali pocházejí od zdravého včelstva. Med samotný musí být vykupován, přeléván a skladován v obalech, které splňují požadavky na obaly potravin živočišného původu. Med nesmí být vystavován přímému slunečnímu záření. Mateří kašička musí být stabilizována do 3 hodin po jejím získání a uchovává se při teplotě 0° C (Sbírka zákonů, 2009).

Konzumní brambory

Dle § 27 vyhlášky č. 157/2003 Sb., v novém znění pozdějších předpisů se konzumními bramborami rozumí hlízy brambor odrůd a kříženců *Solanum tuberosum* L. Konzumní brambory se dělí na rané konzumní brambory. Jsou to brambory sklizené před dosažením úplné zralosti hlíz se snadno odstranitelnou slupkou bez loupání. Dále se dělí na brambory konzumní pozdní, tyto brambory se sklízí po dosažení úplné zralosti hlíz s dobře vyvinutou a pevnou slupkou. Brambory konzumní žlutomasé, jsou to brambory s hlízami žluté až světle žluté dužiny. Konzumní brambory bělomasé, které mají bílou dužinu. Brambory se dále odlišují podle varného typu. Jedná se o rozlišení konzistenčních vlastností odrůd

hlíz brambor konzumních pozdních, který určuje vhodnost kuchyňského užití (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003).

Čerstvé ovoce a zelenina

V § 6 vyhlášky č. 157/2003 Sb., ve znění pozdějších předpisů se ovocem rozumí ovoce celé, čerstvé, zdravé, bez známek hniloby a plísní, obsahující všechny základní části, ve stadiu technologické zralosti, očištěné, zbavené nežádoucích cizích příměsí (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003). V § 12 vyhlášky č. zeleninou 157/2003 Sb., ve znění pozdějších předpisů se zeleninou rozumí zelenina celá, čerstvá, zdravá, bez známek hniloby a plísní, obsahující všechny základní části, ve stadiu technologické zralosti, očištěná, zbavená nežádoucích cizích příměsí (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003).

Koření (balené čerstvé)- složení původ

Dle vyhlášky č. 331/1997 Sb., v § 1 a 3 se rozumí kořením části rostlin jako kořeny, oddenky, kůra, listy, nať, květy, plody, semena nebo jejich části v nezbytné míře technologicky zpracované a užívané k ovlivňování chutě a vůně potravin. U mletých koření se připouští přidavek protispékavých látek nejvýše do jednoho procenta hmotnosti. Ve vyhlášce je uvedeno, že směsí jednotlivých koření, bez použití přidaných látek, u mletých a drcených směsí koření se připouští přidavek protispékavých látek také nejvýše do hmotnosti jednoho procenta. Koření jako především vanilkový lusk, badyán, skořicové svitky, balené do průsvitných obalů se může označit pouze počtem kusů (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997).

Čaj a káva

V 1 § vyhlášky č. 330/1997 Sb., se čajem rozumí výrobek rostlinného původu sloužící k přípravě nápoje určeného k přímé spotřebě nebo nápoj připravený z tohoto výrobku. Pravý čaj je vyrobený z výhonků, listů, pupenů, nebo jemných částí zdřevnatělých stonků čajovníku *Camellia sinensis* (Linnaeus) O. Kuntze, popřípadě jejich kombinací. Čaje se rozdělují na zelený čaj, černý, instantní čaj, polo fermentovaný čaj, ochucený čaj, aromatizovaný, bylinný, ochucený, ovoněný, ovocný čaj (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997).

- **Káva**

Zelená káva je vyrobena ze sušených semen kávovníku rodu *Coffea* zbavená pergamenové slupky. Pražená káva se získává pražením zelené kávy. Další káva je pražená bez kofeinu, jde o kávu, která obsahuje nejvýše 0,1% kofeinu v sušině (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997). § 7 vyhlášky č. 330/1997 Sb.

Suché skořápkové plody

Dle § 18 vyhlášky č. 157/2003 Sb., se uvádí, že suchými skořápkovými plody nebo jejich semena, v surovém nebo upraveném stavu, ve skořápce nebo jako jádra. Druhy skořápkových plodů jsou: vlašské ořechy jsou to suché plody ořešáku vlašského a jejich odrůd. Lískové ořechy, sladké mandle, pistácie, jádra kešu ořechů, arašídů (burské oříšky), kokosové ořechy, piniové oříšky, pekanové ořechy (SBÍRKA ZÁKONŮ 2003).

Čerstvé houby volně rostoucí a pěstované

Dle zákona se houbami rozumí jedlé čerstvé plodnice vyšších hub. Houby se dělí na houby volně rostoucí a na houby pěstované. Čerstvé houby volně rostoucí jsou houby získané sběrem v prostředí přirozeném, jejich výskytu, které nejsou starší než tři dny ode dne sběru. Čerstvými houbami pěstovanými se rozumí houby, získané pěstováním v podmínkách uměle vytvořených, které nejsou starší než pět dní od jejich sběru. Houby se mohou dále sušit, takové houby jsou upraveny sušením, u nichž obsah vody činí nejvýše 12% a jednotlivé druhy hub jsou makroskopicky určitelné. Konzervované houby jsou upravené, zejména sterilací a zmrazováním. Pěstovaný žampion se musí značit i třídou jakosti § 24 vyhlášky č. 157/2003 Sb., ve znění pozdějších předpisů (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2003).

Zeleninové a ovocné šťávy

Ovocnou a zeleninovou šťávou se rozumí jak zkvasitelný, ale i nezkvašený výrobek získaný z jedlých částic zralého a zdravého, čerstvého, chlazeného nebo zmraženého ovoce či zeleniny, a to jednoho nebo více druhů, s charakteristickou barvou, vůní a chutí, které jsou typické pro šťávu pocházející z příslušného ovoce nebo zeleniny: aroma, dužnina a buňky získané vhodnými fyzikálními způsoby ze

stejného druhu ovoce nebo zeleniny mohou být do šťávy vráceny: rajčata se pro účely této vyhlášky považují za ovoce. Ovocnou šťávou z citrusových plodů se rozumí šťáva získaná z endokarpu jejich vnitřní části: limetková šťáva však může být získávána z celého plodu. Pro ovocnou nebo zeleninovou šťávu z koncentrované ovocné nebo zeleninové šťávy (šťáva z koncentrátu) je typické, že je výrobek získaný z koncentrované ovocné nebo zeleninové šťávy opětovným doplněním takového podílu vody, jaký byl odstraněn při koncentraci šťávy: aroma, dužnina a buňky získané vhodnými fyzikálními prostředky ze stejného druhu ovoce nebo zeleniny mohou být do šťávy vráceny vyhláška č. 335/1997 Sb. § 1 ve znění pozdějších předpisů (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997).

Mezi další produkty farmářských trhů mohou být řazeny: cukrářské a pekařské výrobky, vína, alkoholické nápoje jako je například medovina a pálenky. Na některých farmářských trzích obchodníci nabízejí i bio potraviny.

2.6 Označování potravin

U balených potravin musejí být údaje uvedeny přímo na spotřebitelském obalu jednotlivých výrobků, nebo na vnějších obalech skupinového balení. Z tohoto předpisu jsou uvolněny potraviny, které mají příliš malou plochu- menší než 10 cm² (SUKOVÁ, 2008). Údaje musejí být srozumitelné, uváděné na viditelném místě, snadno čitelné, nezakryté, nepřerušené jinými údaji, nesmazatelné a uváděné v nekódované formě, s výjimkou označení šarže vyhláška č. 113/2005 Sb., §3 (SBÍRKA ZÁKONŮ 2005). Údaje pro spotřebitele na území české republiky musejí být v českém jazyce. Výjimku však tvoří obchodní název výrobku, nebo údaje, které nelze vyjádřit v češtině (SUKOVÁ, 2008). Označování potravin se musí provádět tak, aby spotřebitelé nebyli uváděni v omyl. Důležité je to, co se týká charakteristiky potravin, její podstaty, totožnosti, vlastností, množství, složení, původu, trvanlivosti, vzniku, způsobu výroby a zpracování. Vyhláška č. 113/2005 Sb., §4 v pozdějším znění (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

Balení potravin

Údaje, které musejí být až na výjimky, uvedeny na veškerých balených potravinách, jsou tyto:

- **Název a sídlo firmy**

Na každé potravině musí být, o jaký druh firmy se jedná, jde-li o právnickou nebo fyzickou osobu. U fyzické osoby se uvádí jméno a příjmení a také místo podnikání a u právnické osoby název a sídlo obchodní firmy. Zákon 110/1997 Sb. §6 ve znění pozdějších předpisů (SBÍRKA ZÁKONŮ 1997).

- **Druh a název potraviny**

Podle zákona o potravinách a tabákových výrobcích ve znění pozdějších předpisů se potraviny označují, obecnými údaji, ale také názvem druhu, skupiny nebo podskupiny potravin, který je stanovený ve vyhlášce, pod níž je potravina uváděna do oběhu. Výjimkou jsou potraviny, které nelze označit druhem, skupinou nebo podskupinou a to vzhledem k použitým surovinám nebo výrobní technologii. Tyto potraviny se označí názvem odvozeným od základní použité suroviny nebo technologie. Zákon 110/1997Sb., §6 ve znění pozdějších předpisů (SBÍRKA ZÁKONŮ 1997). Podle vyhlášky č. 113/2005 Sb. v pozdějším znění se názvy potravin doplňují daty o fyzikálním stavu potravin nebo o způsobu jejich úpravy. (drcené, mleté, v prášku, instantní, sušené, uzené, zmrazené, sterilované, pasterované, koncentrované). Toto se uvádí pouze v případě, že tento fyzikální stav nebo úprava není patrná již z názvu nebo druhu, skupiny nebo podskupiny potravin (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

„Prodejní název“ (např. „Rama“ „Siesta“, mají odlišný význam než–li je zákonem požadovaný název potravin). Obchodní název je tedy povinný údaj, u kterého se dovoluje uvedení v jazyce jiném než českém (SUKOVÁ, 2008).

- **Data minimální trvanlivosti**

Ve vyhlášce č. 113/2005 Sb., § 6 v pozdějším znění se data minimální trvanlivosti uvádí slovy „Minimální trvanlivost do ...“ udává se den, kalendářního měsíce a rok ukončení doby v uvedeném pořadí. Není-li uveden den, uvádí se „Minimální trvanlivost do konce ...“ (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

Tento datum je povinné uvádět na veškerých potravinách, s výjimkou potravin podléhajících rychlé zkáze, u kterých se uvádí datum použitelnosti (SUKOVÁ, 2008). Datum minimální trvanlivosti se však nemusí uvádět na některých potravinách,

uvedených ve vyhlášce č. 113/2005 Sb., § 6 v pozdějším znění: lihoviny, vína, zelenina, ovoce, brambory, sůl, ocet, cukr, nečokoládové neplněné cukrovinky na čerstvém pečivu (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

- **Datum použitelnosti**

Toto datum se uvádí u produktů, náchylným z mikrobiologického hlediska k rychlé zkáze. A mohou po velmi krátké době znamenat nebezpečí pro lidské zdraví. Potraviny, jichž se toto datum týká, jsou uvedeny ve vyhlášce (cukrářské, lahůdkářské výrobky, většina mléčných a masných výrobků, čerstvé upravené ovoce a zelenina (SUKOVÁ, 2008). V případě, že je potravina označena tímto datem, musejí být potraviny doplněny i o podmínky skladování a teploty. Vyhláška č. 113/2005 Sb., § 6 v pozdějším znění (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

- **Množství výrobku**

Je uváděno v jednotkách hmotnosti (kg, g) nebo jednotkách objemu (ml, l). Vyhláška č. 113/2005 (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

Znak „e“ je uveden na potravinách, splňujících české předpisy zavádějící evropské směrnice. (DUPAL ET.AL., 2008). Jedná li se o potraviny v nálevech, je podle zákona nařizováno, že kromě celkové hmotnosti musí být na obale uvedena i hmotnost pevné části potraviny. Vyhláška č. 113/2007 (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

- **Složení potravin**

Za slovem „složení“ se uvádějí údaje o složkách. Jsou řazeny sestupně, dle jejich obsahu bezprostředně po výrobě. Vyhláška 113/2005 Sb., § 8 (SBÍRKA ZÁKONŮ, 2005).

Na každé potravine musejí být přítomny i seznamy možných alergenů, které jsou v produktu přítomny nebo je-li obsažena jakákoli látka z nich pocházející (SUKOVÁ, 2008).

- **Značení šarže**

Jde o množství druhotně totožných jednotek, vyrobených za stejných podmínek (SUKOVÁ, 2008). Když není potravina označena datem minimální

trvanlivosti nebo datem použitelnosti, v takovém případě se označuje šarží. Zákon č. 110/1997 Sb., § 6 a potravinách a tabákových výrobcích (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997).

- **Údaje o způsobu skladování**

Tyto údaje se uvádějí u potravin, které by při nesprávném skladování mohly být poškozeny jednak z hlediska zdravotní nezávadnosti, tak i zhoršena jakost stanovená vyhláškou nebo deklarovaná výrobcem. Zde se jedná o potraviny, u kterých po otevření spotřebitelského obalu, došlo k rychlému poškození jakosti či zdravotní nezávadnosti. V takovém to případě se uvedou konkrétní podmínky pro uchovávání po otevření obalu. Popřípadě doba spotřeby potravin. Zákon 110/1997 Sb., § 6 v pozdějším znění (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997).

- **Výživová hodnota**

Toto označení se provádí pomocí tabulky, ve které je vyznačeno množství obsažené energie a živin (bílkoviny, tuky, sacharidy, vitaminy, dusíkaté látky, aj) není však na potravinách běžně uváděna. Povinně je uváděna na vybraných produktech, jež mají zvláštní charakter a jedná se o potraviny zvláštní výživy (výrobky pro sportovce, kojenecké výživy, apod.), na doplňcích stravy, na potravinách obohacených o určitou složku. Výživová hodnota je značena i u výrobků, kde je uvedeno tzv. výživové či zdravotní tvrzení. U některých druhů je nařízeno vyhláškami, aby bylo uvedeno množství obsaženého alkoholu, tuku, soli nebo cukru. Jedná se o takové látky, které ve vysoké míře škodí lidskému organismu (SUKOVÁ, 2008).

- **Další údaje**

Důležitá informace je i o tom jak byly potraviny nebo suroviny ošetřeny ionizujícím zářením, a to slovem „IONIZOVÁNO“ nebo „OŠETŘENO IONIZUJÍCÍM ZÁŘENÍM“. Zákon č. 110/1997 Sb., § 6 o potravinách a tabákových výrobcích, ve znění pozdějších předpisů (SBÍRKA ZÁKONŮ, 1997). Potraviny pro zvláštní výživu musejí obsahovat údaj o účelu, k jakému je potravina určena: pro diabetiky, pro kojence, pro nemocné fenylketonurií, pro bezlepkovou výživu, s nízkým obsahem bílkovin, laktózy atd. (SUKOVÁ, 2008).

- **Nebalené potraviny**

Jedná-li se o potraviny nebalené, je požadováno, aby vybrané údaje byly při nabízení k prodeji umístěny viditelně a popsány. Jde o název potraviny, datum použitelnosti a trvanlivosti, nebo o množství, třídu jakosti, informací o ošetření ionizujícím zářením. Jiné údaje jsou u nebalených potravin požadovány dle jednotlivých vyhlášek (SUKOVÁ, 2008).

3 Metodická část

3.1 Hypotézy

Hypotézy byly stanoveny následovně:

H1: Lidé v současné době dávají přednost potravinám, které zakoupí na farmářských trzích.

H2: Větší část spotřebitelů by uvítala, kdyby obdobné produkty, jaké jsou na farmářských trzích, našla i v běžných prodejnách.

H3: Informovanost veřejnosti o pořádání farmářských trhů v místě bydliště je velmi špatná.

H4: Lidé na farmářských trzích kupují především ovoce a zeleninu.

3.2 Sběr dat

Veškeré informace nezbytné pro vypracování aplikační části byly poskytnuty pořadatelem farmářských trhů, obchodníky na farmářských trzích a dále dotazovanými respondenty. Po získání informací bylo zpracováno vyhodnocení dotazníkového šetření a provedena metoda řízených rozhovorů s pořadatelem farmářských trhů a obchodníky. V průběhu cílených rozhovorů byly dotazovaným kladeny cíleně zaměřené otázky, které přinesly výsledné poznatky o práci na farmářských trzích, o chování spotřebitelů, dále také o klesajícím či narůstajícím zájmu nových zákazníků. V další části byla použita metoda dotazníkového šetření, a to z důvodu možnosti oslovení většího počtu osob najednou. Dotazníky byly anonymní a otázky v nich byly sestavovány srozumitelně, aby nedocházelo k případným nejasnostem. Dotazníkové šetření bylo sestavováno tak, aby po jeho vypracování bylo odpovězeno na předem stanovené hypotézy a zajištěno jejich potvrzení popřípadě vyvrácení. Práce byla zaměřena na respondenty všech věkových kategorií a obou pohlaví.

Dotazníkové šetření

Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo určit, zda lidé v současné době dávají přednost potravinám, jež zakoupí na farmářských trzích, dále jestli větší část spotřebitelů, kteří nakupují na farmářských trzích by uvítali, kdyby obdobné produkty našli i v běžných prodejnách, další zjišťovanou informací bylo, zda-li je informovanost o pořádání farmářských trhů v místě bydliště, velmi špatná a v neposlední řadě, jestli mezi hlavní nakupované produkty z farmářských trhů patří ovoce a zelenina. Otázky, nacházející se v dotazníku, byly konzultovány se zakladatelem farmářských trhů na Českobudějovicku panem Janem Lisznerem. Při sestavování dotazníku byl kladen důraz na to, aby formulace otázek nacházející se v dotazníku byla srozumitelná a jednoduchá, a to z důvodu, aby se předešlo nejasnostem ze strany respondentů při samotném vyplňování dotazníku.

V první části dotazníků je stručné představení autora současně s informacemi, k jakým konkrétním účelům byl dotazník sestaven. V další části dotazníku se nacházejí otázky, zjišťující pohled dotazovaných, lidí na konkrétní témata týkajících se farmářských trhů. Dotazník se skládá celkem z 25 otázek, z čehož je 16 otázek formulováno jako otázky uzavřené, v tomto druhu otázek měl dotazovaný možnost odpovědět z několika předem stanovených odpovědí. Další čtyři otázky byly dotazovaným položeny formou volné odpovědi, kde měli dotazovaní prostor pro vlastní vyjádření. Zbývající otázka byla sestavena podle hodnotící stupnice, kde jednička znázorňuje výbornou a pětka nedostatečnou. V poslední části jsou otázky směřovány tak, aby respondent byl blíže specifikován, slouží k doplnění základních informací, jako jsou věk, vzdělání, pohlaví a kraj, z kterého dotazovaný pochází.

Celkově bylo v měsíci březnu 2014 vyhodnoceno 187 dotazníků. Dotazování probíhalo na farmářském trhu na Rudolfově u Českých Budějovic, dále pomocí internetových dotazníků a z okruhů přátel.

Dotazník viz příloha č. 2

Řízené rozhovory s prodejci na farmářských trzích

Řízený rozhovor byl uskutečněn s panem Janem Lisznerem, (dále jen prodejce 1), zakladatelem a prodejcem na farmářských trzích a s dalšími třemi prodejci, kteří si nepřáli být jmenováni. Rozhovory, tedy probíhaly se čtyřmi pověřenými osobami. Dva z dotazovaných byli mužského pohlaví ve věku 40-51 let a další dva respondenti byli pohlaví ženského ve věku mezi 30-45 lety. Dotazování jsou středoškolského vzdělání zakončeného maturitní zkouškou.

Rozhovory probíhaly samostatně s každým dotazovaným zvlášť. Celkově bylo v měsíci lednu 2014 položeno 9 předem připravených otázek (viz příloha č. 3). Kladené otázky byly totožné a rozhovory probíhaly jednotlivě. Obdržené informace z řízených rozhovorů, byly velice důležitým zdrojem poznatků týkajících se pohledu obchodníků na současné spotřebitele, produkty, ale i na farmářské trhy samotné.

3.3 Zpracování a vyhodnocení dat

Zpracování zjištěných dat a údajů z dotazníků bylo provedeno s využitím programu Excel 2010. Poté probíhalo slovní zaznamenání a shrnutí řízených rozhovorů.

Hodnoty, které se shromáždily z dotazníkových šetření, byly zpracovány pomocí grafů a tabulek, vytvořených opět programem Excel 2010. S tím, že hodnoty v grafech byly zaznamenávány procentuálním vyjádřením.

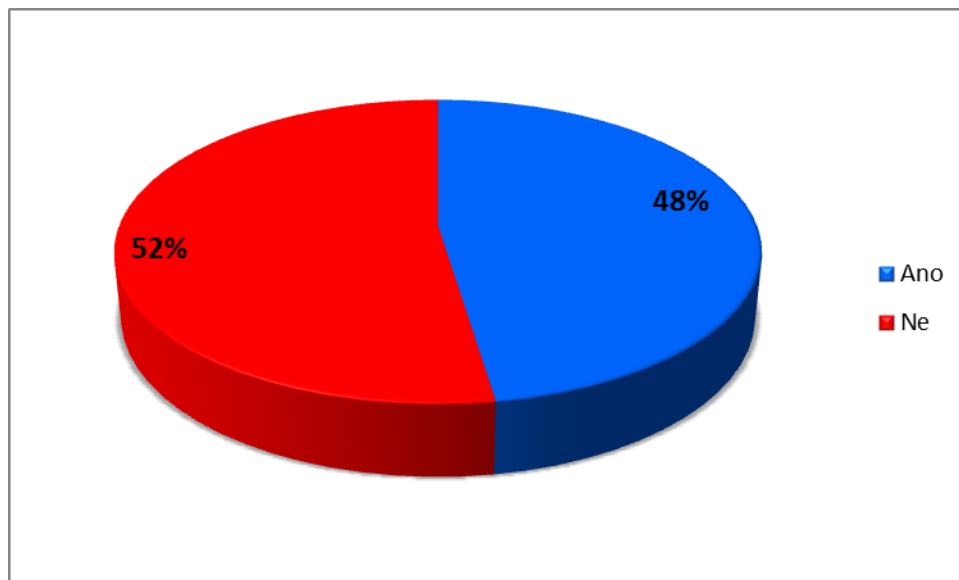
4 Výsledková část a diskuse výsledků

4.1 Aplikační část

4.1.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Otázka č. 1: *Navštěvujete farmářské trhy?*

Graf 1: Návštěvnost farmářských trhů (%)



Z celkových odpovědí uvedlo 89 lidí, že farmářské trhy navštěvuje a 98, že nikoliv. Respondenti s odpovědí „Ano“ představují 47,6 % menšinu a respondenti s odpovědí „Ne“ 52,4 % většinu. Tvrzení bylo překvapující, poněvadž rozdíl mezi odpověďmi, nebyl velký. Dalo by se říci, že se mnoho lidí snaží dbát na to, aby nakupovali kvalitní potraviny s podporou regionálních produktů. Je pravděpodobné, že počet spotřebitelů navštěvujících farmářské trhy by mohl nadále růst.

Otázka č. 2: Proč farmářské trhy navštěvujete (nenavštěvujete)?

Důvody proč dotazovaní navštěvují / nenavštěvují farmářské trhy, jsou strukturovány v následující tabulce sestupně podle četnosti, které se v jejich odpovědích objevily.

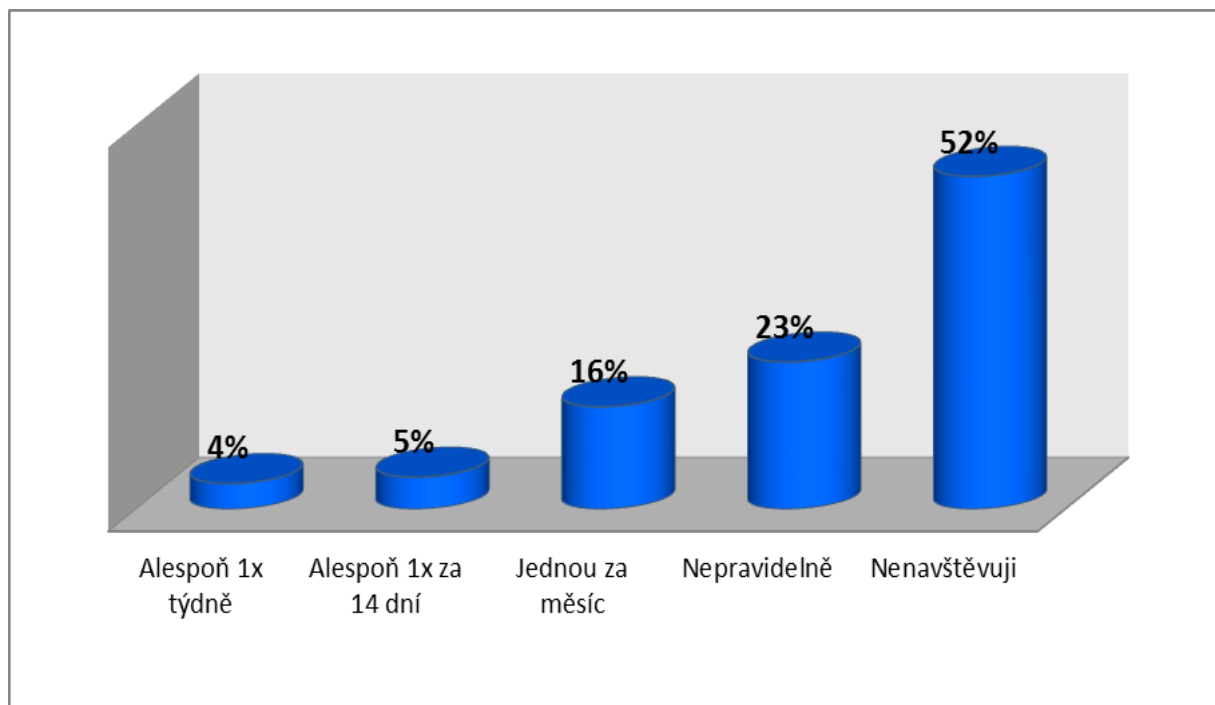
Tabulka 3: Navštěvujete/ nenavštěvujete farmářské trhy

	Nejčastější odpovědi
1	Respondenti nevědí, kde se farmářské trhy konají.
2	Respondenti nemají čas farmářské trhy navštěvovat, chtějí vše koupit na jednom místě.
3	Kvalitní potraviny v příjemném prostředí.
4	Dozvědí se spousty zajímavých rad, a je to zábavné nakupování.
5	Zásobují se sami.

Z výše uvedené tabulky je patrné, že dvě nejčastější odpovědi byly vyplněny od dotazovaných, kteří farmářské trhy nenavštěvují, a to z takového důvodu protože tyto odpovědi jsou k problematice farmářských trhů skeptické a negativní. Naopak v druhé části tabulky jsou údaje od respondentů, kteří k nim mají vtaž kladný. Zmíněná skutečnost se však dala očekávat z důvodu výsledku předchozí otázky (viz otázka č. 1). Překvapující však byla odpověď, že lidé nechodí na farmářské trhy z důvodu, že se zásobují sami. Což znamená obstarávání si potravin vlastní produkcí. Ne však každý má prostory si produkty vypěstovat sám, ale jak se zdá tato možnost není zanedbatelnou.

Otázka č. 3: Jak často farmářské trhy navštěvujete?

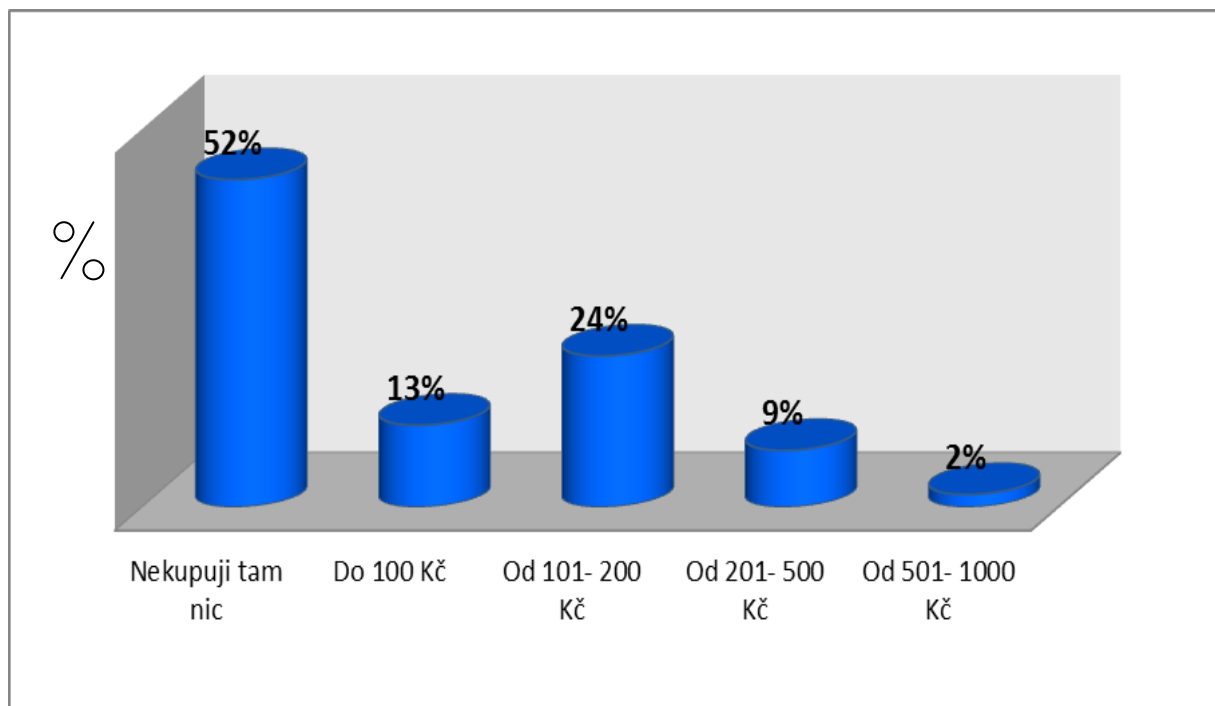
Graf 2: Četnost návštěv farmářských trhů (%)



Zde je možné opět odkázat na otázku č. 1 okamžitě je pak jasné, z jakého důvodu odpovědělo 98 respondentů což je 52,4 %, že farmářské trhy nenavštěvuje. Dále však bylo zjištěno, že 42 odpovědí (22,5%) uvádí, že farmářské trhy navštěvuje v nepravidelných intervalech, 29 respondentů (15,5 %) jedenkrát za měsíc, 10 odpovědí (5,3 %) uvádělo alespoň jedenkrát během čtrnácti dní a pouhých 8 respondentů, což představuje 4,3 %, navštěvuje trhy každý týden. Těmito odpověďmi je více než jasné, že většina zákazníků nemá farmářské trhy, jako jediný zdroj obstarávání potravin. Každý z nás chodí nakupovat potraviny během jednoho týdne určitě mnohokrát a nespolehá se pouze na služby farmářských trhů, které nejsou, každý den v provozu.

Otázka č. 4: *Jakou částku utratíte v průměru na farmářských trzích?*

Graf 3: Utracená částka při nákupu na farmářském trhu (Kč).

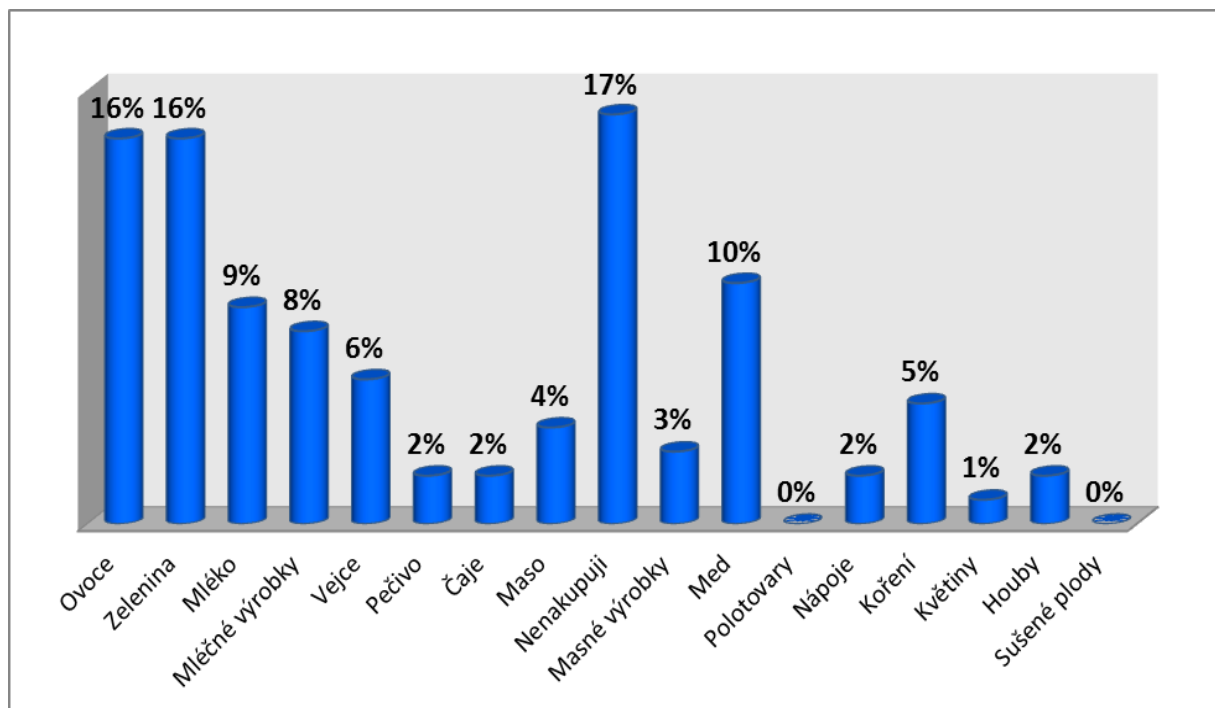


Opět zde převažuje odpověď od respondentů, kteří uvedli v otázce č. 1, že na trhy nechodí a to, že na farmářských trzích nenakupují (52,4%). Větší část dotazovaných, kteří na farmářských trzích nakupují, utratí v průměru od 101- 200,- Kč takovouto odpověď uvedlo 44 lidí tedy 23,5%. Lidé, kteří utratí do 100,- Kč je 25 a to 13%, odpověď 201- 500,- Kč uvedlo 17 respondentů (9,1%), nad 501- 1000,- Kč své peníze utratí jen 1,6% dotazovaných, což představují 3 osoby. Možnost útraty na 1001,- Kč neuvedl nikdo. Podle tohoto zjištění je zřejmé, že spotřebitelé mají farmářské trhy jako doplněk běžných nákupů. Převažující utracené částky nejsou vysoké, a proto je nepravděpodobné, že by se lidé stravovali pouze a jen z potravin nakoupených na farmářských trzích.

Otázka č. 5: Jaké potraviny na farmářských trzích kupujete nejčastěji?

Můžete uvést více odpovědí.

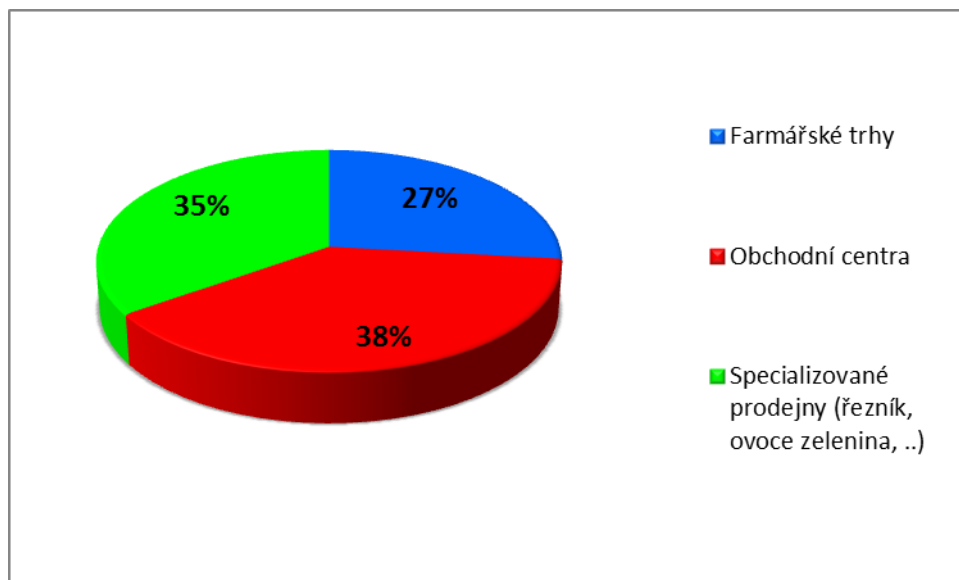
Graf 4: Sortiment nakupovaných potravin (%)



Respondenti, nakupující na farmářských trzích nejvíce kupují ovoce a zeleninu, které představují, každý po 16 ti % pořizovaných produktů, dále med (10 %), mléko (9 %), mléčné výrobky (8 %) a vejce (6 %). Na vyrovnané úrovni bylo maso a koření, hodnoty byly okolo (5%). Dále viz graf č. 4. Tyto odpovědi doplňují předchozí zjištění. Lidé, využívají převážně farmářské trhy k tomu, aby získali domácí a regionální produkty a to zejména ovoce a zeleninu, další možnosti potravin nejsou běžnými surovinami jejich nákupů. Díky této otázce bylo možno odpovědět na hypotézu č. 4: Lidé na farmářských trzích kupují především ovoce a zeleninu. Ano, lidé nakupují na farmářských trzích především ovoce a zeleninu. Hypotéza byla tímto potvrzena.

Otázka č. 6: Kterému nákupu dáváte přednost?

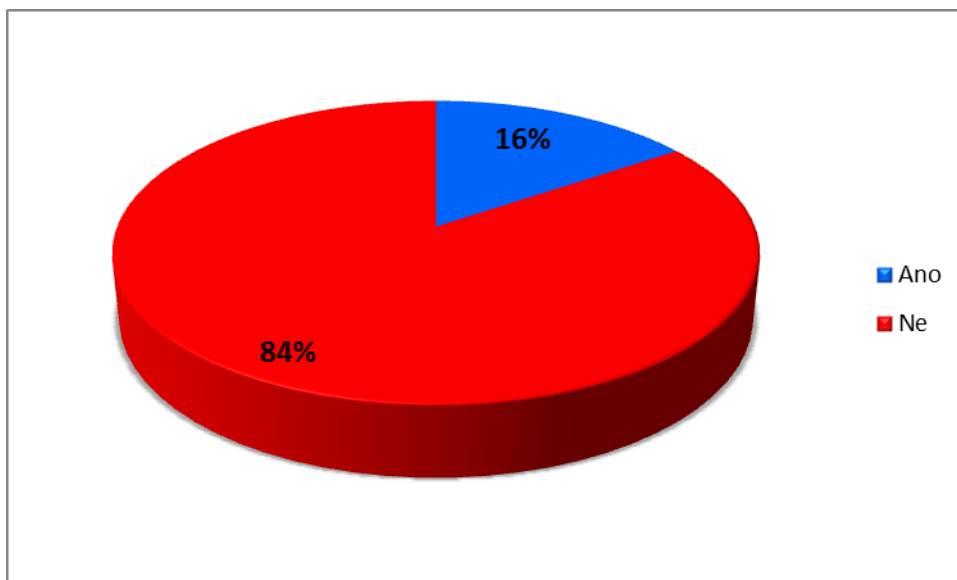
Graf 5: Preference typu nákupu (%).



Největší zastoupení získala obchodní centra, 38 % odpovědí. Poté byly nejčastěji uváděny specializované prodejny, jako je řezník, zelinář, atd. tuto možnost zvolilo 35 % respondentů. Farmářské trhy obdržely 27 % příznivců. Zde je viditelné, že obchodní centra jsou nadále nejvíce preferovanými možnostmi nákupu, a to z důvodu snadného obstarání veškerých potravin a zboží na jednom místě. Zajímavé je to, že poměrně velké množství dotazovaných chodí nakupovat i do specializovaných prodejen, kde však možnost pořídit vše na jednom místě chybí. Díky této otázce z dotazníkového šetření bylo možné vyhodnotit hypotézu č. 1: Lidé v současné době dávají přednost potravinám, které zakoupí na farmářských trzích. Ne, lidé nedávají přednost potravinám z farmářských trhů, protože stále jejich větší část chodí nakupovat do obchodních řetězců popřípadě specializovaných prodejen. Tímto se hypotéza č. 1 vyvrací.

Otázka č. 7: *Myslíte si, že informace o pořádání farmářských trhů je dostačující?*

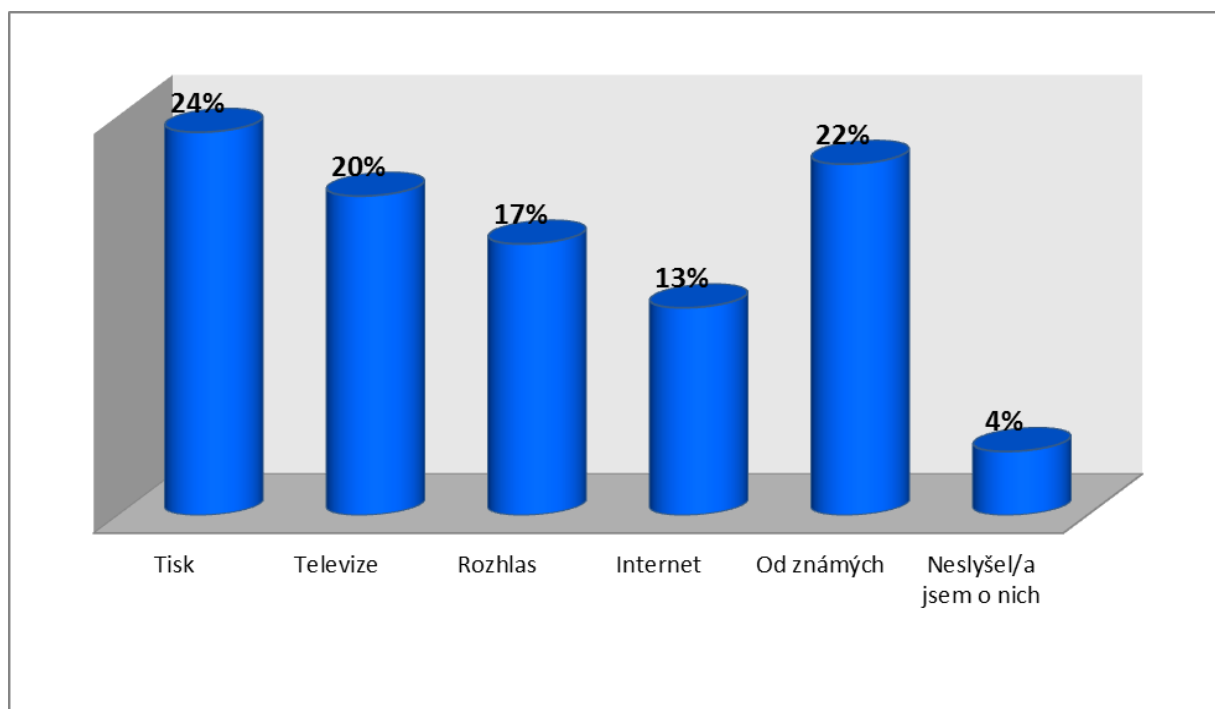
Graf 6: Dostatečnost informovanosti o farmářských trzích (%)



V této otázce většina dotazovaných a to 84 % uvedla, že informovanost o konání farmářských trhů pokládají za nedostačující. Pouhých 16% si myslelo opak. Touto otázkou v dotazníkovém šetření byla zajištěna odpověď na hypotézu č. 3. Informovanost veřejnosti o pořádání farmářských trhů v místě bydliště, je velmi špatná. Hypotéza č. 3 tímto byla potvrzena. Lidé se domnívají, že informovanost o pořádání farmářských trhů je opravdu velice špatná.

Otázka č. 8: Kde se o probíhajících trzích dozvídáte?

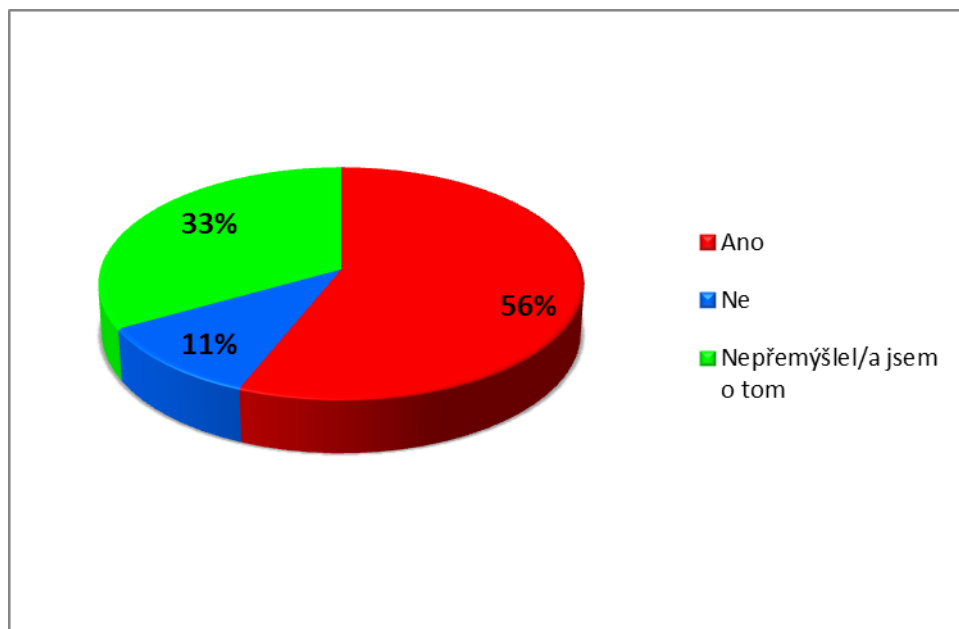
Graf 7: Zdroj informací o farmářských trzích (%)



Většina z dotazovaných se o konání farmářských trhů dozvídá z tisku, tuto skutečnost uvedlo 24 % lidí. Další početnou skupinou byly respondenti, kteří se o konání dozvídají od svých známých (22 %). Poté byla zde uvedena média, jako televize (20 %), rozhlas (17 %) a internet (13 %). Pouhá 4 % z dotazovaných o pořádání farmářských trhů nikdy neslyšela. V době internetu je velice zajímavé, že nejmenší podíl na odpovědi měl právě internet. Mnozí odborníci uvádějí, že dobám tisku „odzvonilo“, že lidé tisk přestávají číst a kupovat, ale v tomto případě je tomu právě naopak. Co se týká uváděné odpovědi, že lidé získávají informace z televize, je pravděpodobné, že tyto informace poskytují regionální televize, které podávají rozsáhlé povědomí o tom, co se děje v určitém regionu.

Otázka č. 9: *Chybí Vám regionální a farmářské potraviny i v běžných obchodech?*

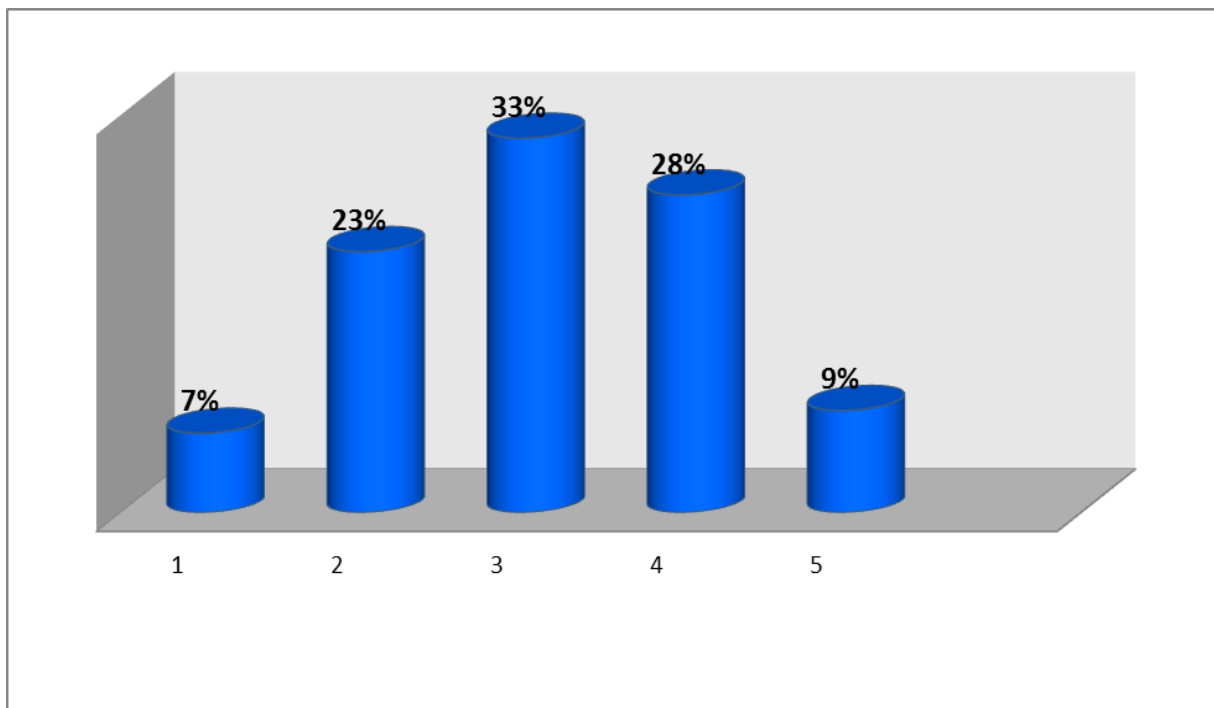
Graf 8: Absence farmářských potravin v běžných obchodech (%)



Nadpoloviční většina (56 %) respondentů uvedla, že postrádají farmářské a regionální potraviny v běžných obchodech. Dalších, 33 % lidí o absenci těchto produktů nepřemýšlelo a zbylých 11 % regionální produkty v běžných obchodech nepostrádá. Výše uvedenou otázkou byla potvrzena stanovená hypotéza č. 2, znějící, že větší část spotřebitelů by uvítala, kdyby obdobné produkty, jaké jsou na farmářských trzích, našla i v běžných prodejnách. Uvedený výsledek by se mohl odůvodnit tím, že si spousta lidí uvědomuje fakt, že ne všechny potraviny dovážené z ciziny jsou kvalitní a tak chutné jako „pocitivé“ domácí produkty. Zde by bylo možné použít přísloví „nejsme tak bohatí, abychom mohli kupovat levné věci“.

Otázka č. 10: *Jak byste ohodnotily dostupnost farmářských trhů z hlediska jejich rozmístění?*

Graf 9: Dostupnost farmářských trhů (%)



V tomto druhu otázky respondenti hodnotili své odpovědi známkami jako ve škole, kde 1 znamenala „výborně“ a 5 „nedostatečně“. Největší zastoupení měla známka 3 tedy „dobře“ kterou uvedlo 33 % dotazovaných. Dalších 28 % hodnotilo dostupnost farmářských trhů za dostatečnou a 9 % jako nedostatečnou. Známkou „2“ byla ohodnocena třetí nejčastější odpověď 23 %. Známkou výborně bylo zaznamenáno jen 7 % odpovědí. Farmářské trhy se z větší části pořádají mimo centra větších měst. Jejich rozmístění bývá z pravidla v okrajových částech nebo přilehlých obcích a z toho důvodu se otázka dostupnosti pro občany značně ztěžuje.

Otázka č. 11: *Jak vnímáte atmosféru na farmářských trzích?*

Vyhodnocení této otázky probíhalo stejným způsobem jako otázka č. 2. Nejčastější odpovědi na položenou otázku jsou seřazeny sestupně v následující tabulce.

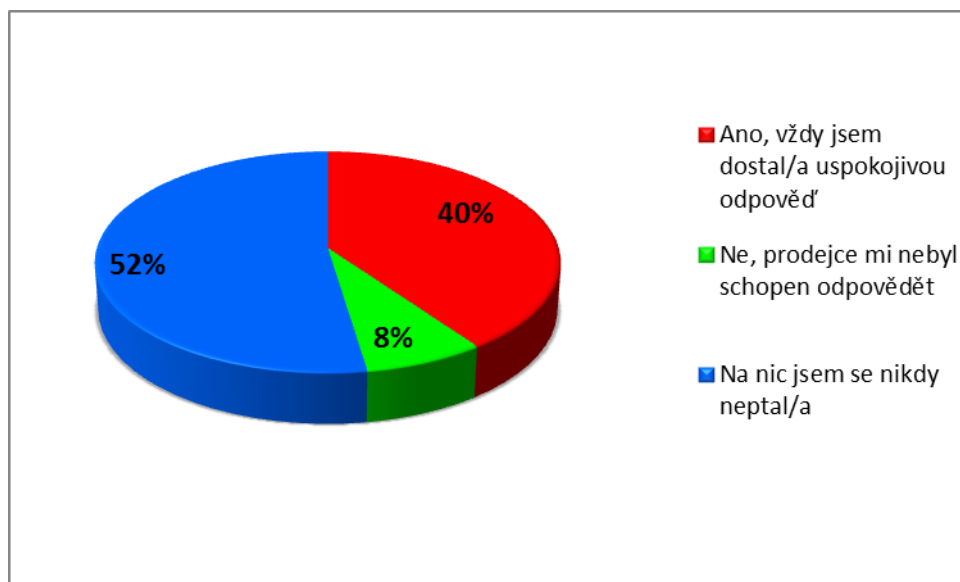
Tabulka 4: Atmosféra na farmářských trzích

	Nejčastější odpovědi
1	Respondenti uvedli, že farmářské trhy nenavštěvují
2	Velice přátelská
3	Profesionální ze strany prodejců
4	Chaotická

V této otevřené otázce uvedla nejpočetnější část respondentů, že atmosféru na farmářských trzích nemohou hodnotit, protože tyto trhy nenavštěvují. Mezi další nejpočetnější odpovědi patřilo tvrzení, že atmosféra je velice přátelská. Jako další odpovědi bylo uváděno, že atmosféra je velice profesionální ze strany prodejců a v neposlední řadě nejmenší část respondentů uvedla, že se jim farmářské trhy jeví jako chaotické a nepřehledné.

Otázka č. 12: *Jestliže se prodejce na farmářských trzích zeptáte na konkrétní informaci (původ, složení, způsob výroby), je schopen Vám uspokojivě odpovědět?*

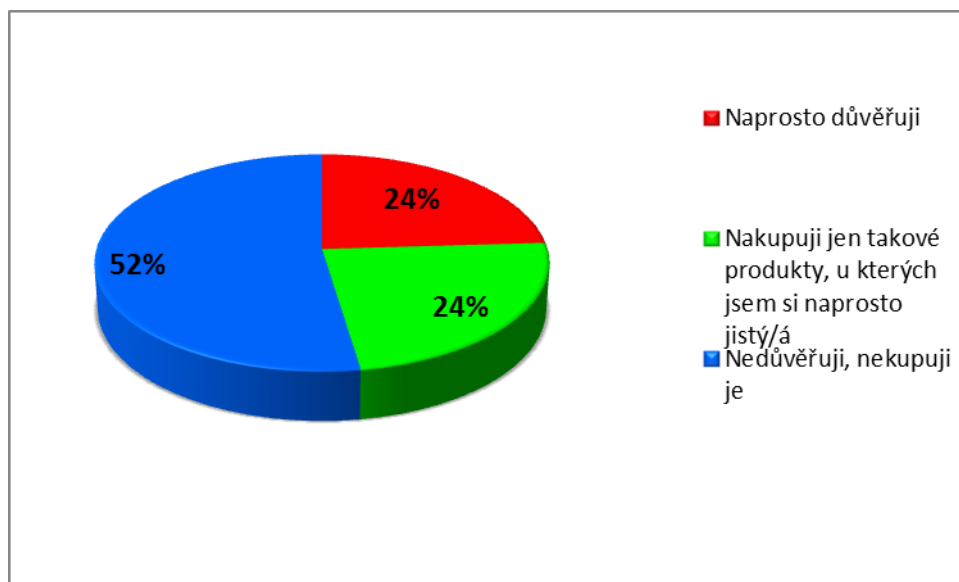
Graf 10: Znalosti obchodníků (%)



Je-li prodejce schopen odpovědět na kladené otázky, uvedlo 52 % lidí, že se nikdy na nic prodejců nezeptalo. Druhou nejpočetnější odpovědí (40 %) bylo, že ano, protože dotazovaný vždy dostal uspokojivou odpověď od prodejce. Pouhých 8 % uvedlo, že jim prodejce nebyl schopen odpovědět. Každý, kdo cokoli prodává, ať už jsou to produkty, potraviny nebo služby, by měl mít široký přehled o své činnosti a nabízených ekvivalentech. Není nic horšího, než když se například prodejce zeptáte na složení jím nabízené uzeniny a on na Vás kouká a neumí odpovědět. V takovém případě není člověkem na svém místě.

Otázka č. 13: *Důvěřujete produktům z farmářských trhů, že jsou vždy farmářského původu?*

Graf 11: Důvěra ve farmářské produkty (%)



Nadpoloviční část respondentů (52 %) uvedla, že nemají důvěru ve farmářské produkty. Důvodem bylo, že těmto produktům nevěří. Shodný počet odpovědí (24 %) měly možnosti, ve kterých bylo uvedeno, že dotazovaní nakupovaným produktům na farmářských trzích naprosto důvěřují a dále to, že lidé nakupují jen takové potraviny, u kterých jsou si naprosto jisti, jaký mají původ. Při hlubším zamyšlení u tohoto výsledku proč není důvěra ve farmářské potraviny větší, je předpokládán takový závěr, že média jsou mocným nástrojem, který umí větší část populace ovlivnit. Jedenkrát se v televizi, či tisku objeví zpráva o nepoctivém obchodníkovi z farmářských trhů a lidé, tak „zaškatulkují“ všechny.

Otázka č. 14: *Co Vám na farmářských trzích chybí?(pokud farmářské trhy nenavštěvujete, tak neodpovídejte)*

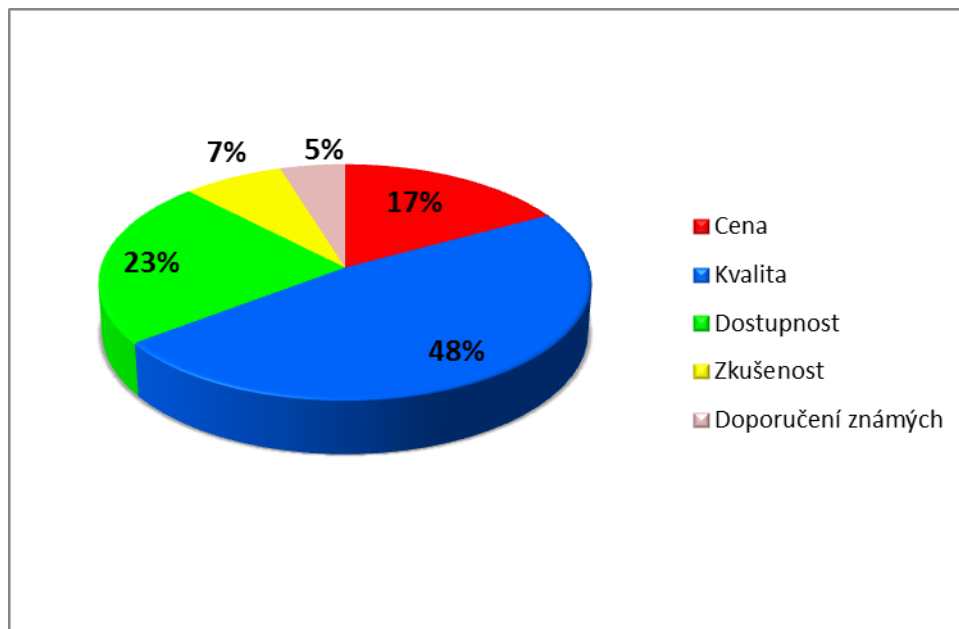
Tabulka 5: Absence na farmářských trzích

	Nejčastější odpovědi
1	Častější opakování.
2	Počet trhů v kraji.
3	Nižší ceny.
4	Ochota prodejců.
5	Nic respondenty nenapadá.

Mezi nejčastěji uváděné příklady bylo to, že by si zákazníci přáli častější opakování farmářských trhů. Dalším zásadním zjištěním bylo to, že respondentům nestačí počty farmářských trhů v okolí jejich bydliště a chtěli by, aby jejich počty narůstaly. Některým respondentům vadí vyšší ceny farmářských produktů. Čtvrtá nejčastější odpověď, poukazuje na neochotu některých prodejců. Zbylé respondenty nenapadá nic, co by jim na farmářských trzích mělo chybět. Právě v odpovědi o absenci častějšího opakování, je utvrzujícím faktorem, že lidé chodí nakupovat vícekrát během týdne a proto si spousty potravin nakoupí v obchodních centrech či menších samoobslužných prodejnách. Farmářské trhy probíhají zpravidla jednou za čtrnáct dní, někde i v mnohem delších intervalech a v takovém případě spotřebitel už většinu potřebného nakoupené má. V lepším případě dojde na trh alespoň pro chutné ovoce a zeleninu, a v horším případě si řekne, že se mu tak daleký nákup nevyplatí finančně a nevydá se na trh vůbec.

Otázka č. 15: Co je u Vás rozhodující při koupi potravin?

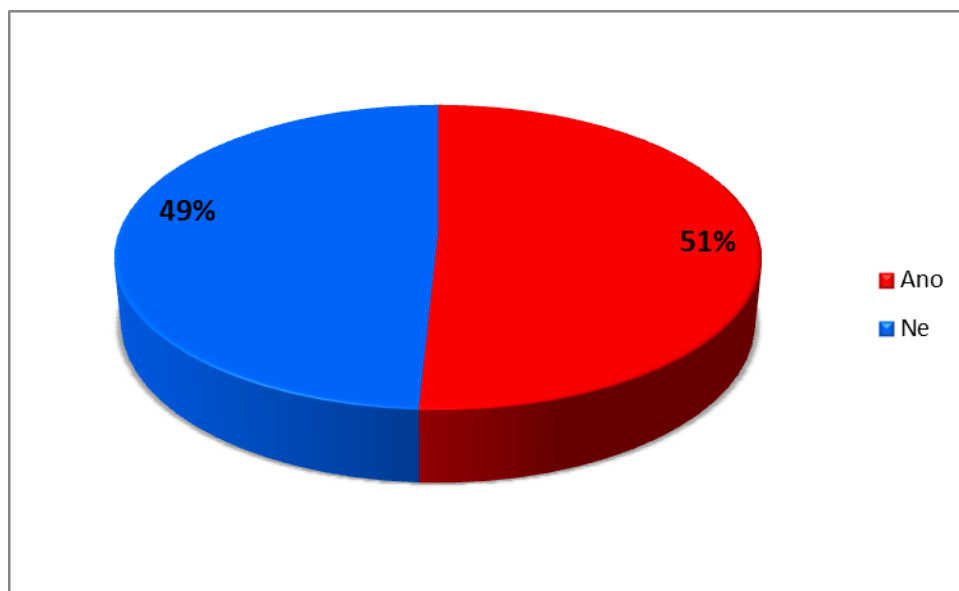
Graf 12: Motivátor nákupu (%)



Nejdůležitějším aspektem pro 48% dotazovaných lidí byla kvalita. V druhé řadě lidé preferovali dostupnost, tato odpověď však neměla tak výrazné procentuální zastoupení (23%). Další na řadu přicházela v úvahu cena, tuto možnost zaškrtnulo 17% respondentů. Poté bylo uváděno doporučení známých, tímto se řídí 5% lidí a na předchozí zkušenosti, dává 7% dotazovaných. Jak se zdá, cena pro mnohé nebyla rozhodujícím faktorem. Začíná převládat kvalita a dostupnost, což se mnohdy právě u rozložení farmářských trhů vylučuje. Podle výsledků, by však kvalita měla být tím prvotním impulsem při nákupu potravin, ale není pravidlem, že tomu vždy tak je.

Otázka č. 16: *Považujete ceny farmářských produktů za odpovídající jejich kvalitě?*

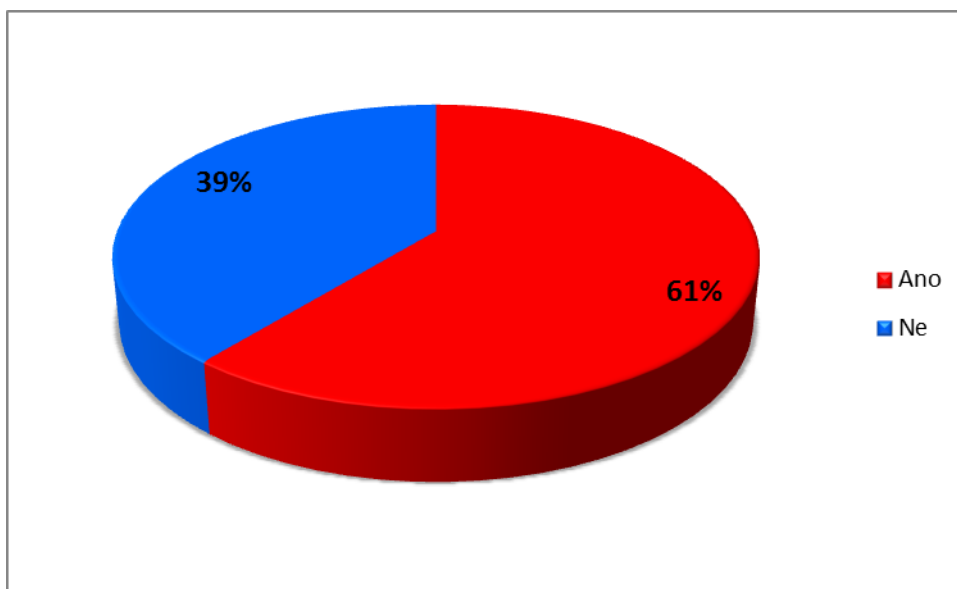
Graf 13: Shoda ceny versus kvality (%)



Větší a dokonce i nadpoloviční část respondentů uvedla, že považuje cenu farmářských produktů odpovídající jejich kvalitě. Zbýlých 49 %, předchozí tvrzení vyvrátila. Zdá se, že si lidé uvědomují, že vyrobit či vypěstovat kvalitní potraviny je náročné i z finančního hlediska, a tudíž jim nepřipadá divné, že ceny některých farmářských potravin jsou vyšší než ty, co běžně naleznou na jiných prodejních místech.

Otázka č. 17: *Je pro vás, důležité v jaké zemi byly potraviny vyrobeny či vypěstovány?*

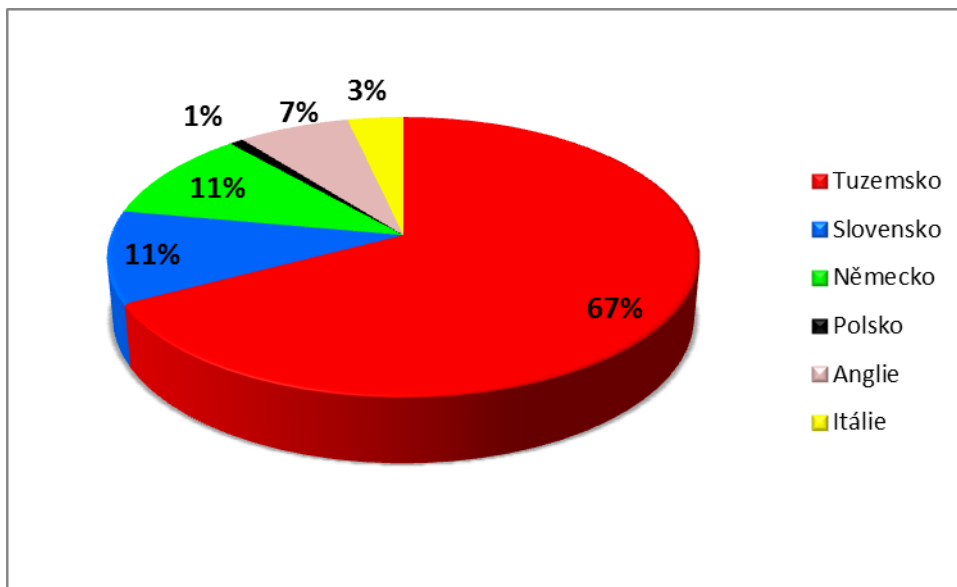
Graf 14: Preference země původu potravin (%)



Pro nadpoloviční většinu dotazovaných byl důležitý původ potravin. Tímto se řídilo 61 % odpovídajících. Jen 39 % lidí původ kupovaných produktů nezajímá. Díky velkému množství mediálních kauz o nekvalitních potravinách z dovozu si spotřebitelé stále více dávají pozor, kde byly produkty vyrobeny či vypěstovány. Největším důkazem jsou například matky s malými miminky, které vidíte převážně v každém obchodě, jak pečlivě studují informace na obalech a jak se dotazují prodávajících, kde byl produkt vyroben.

Otázka č. 18: *Pokud odpověď na předchozí otázku byla „ANO“, tak jakou zemi preferujete?*

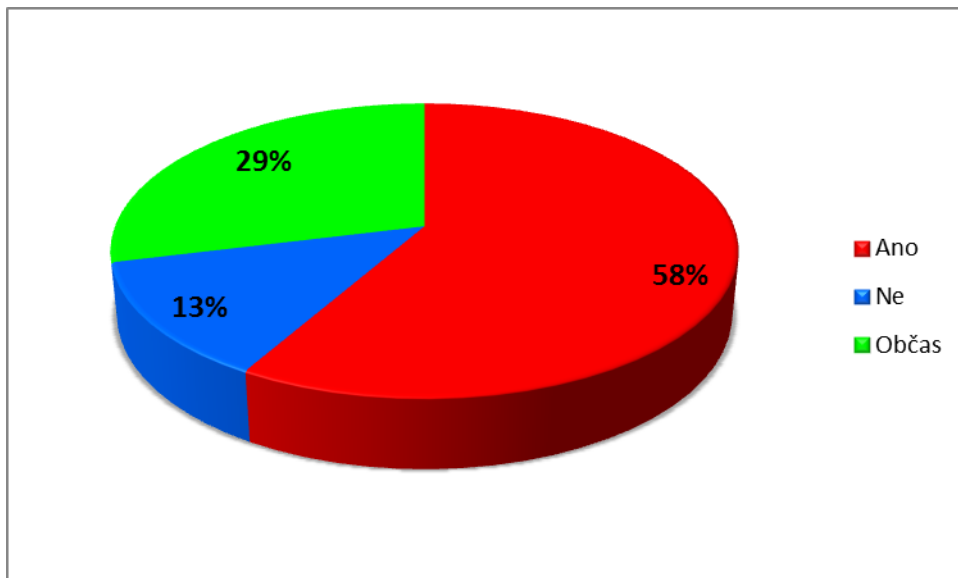
Graf 15: Země původu potravin z hlediska preference (%)



Lidé odpovídající na dotazník uvedli, že preferují tuzemské potraviny celých 67 %. Dalšími zeměmi, které respondenti preferovali, jsou Slovenská republika a Německá republika, které získali shodných 11 % odpovědí. Dále byly uvedeny země jako Anglie (7 %), Itálie (3 %) a Polsko (1 %). Zdá se, že spotřebitelé, které původ potravin zajímá, jsou přesvědčeni o tom, že český výrobek je nejkvalitnější. Nejspíše již začíná ustupovat fenomén toho, že co pochází z ciziny, je „lepší“.

Otázka č. 19: *Čtete informace na obalech potravin?*

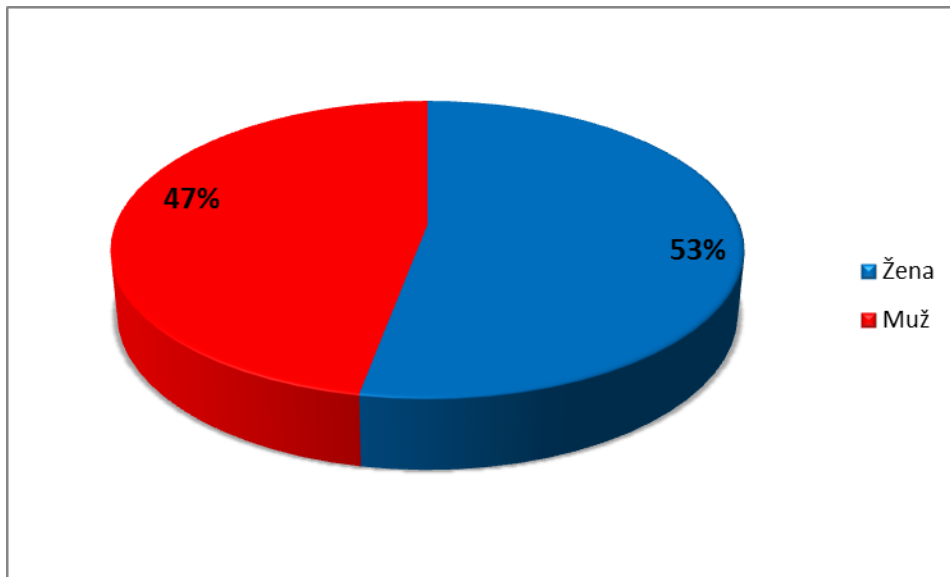
Graf 16: Zájem o informace na obalech (%)



Z vyhodnocení této otázky bylo patrné, že 58 % respondentů čte informace, které jsou uvedené na obalech potravin. Pouhých 13 % informace na obalech naopak nečte a 29 % dotazovaných sleduje údaje na obalu občas. Jak bylo uvedeno v otázce č. 17., konzument stále více dbá na původ, ale i složení potravin.

Otázka č. 20: Jakého jste pohlaví?

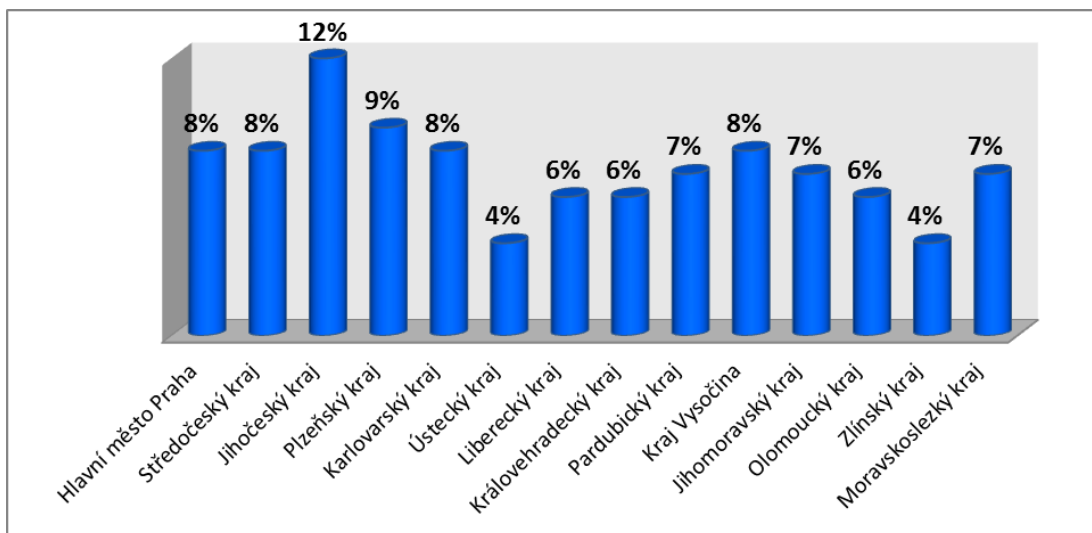
Graf 17: Pohlaví respondentů (%)



V tomto dotazníkovém šetření mírně převládají, osoby ženského pohlaví z celkového počtu respondentů jich bylo 53 %. Osob mužského pohlaví bylo zastoupeno 47 %.

Otázka č. 21: Z jakého jste kraje? (Jihočeský, Středočeský, Plzeňský, ...)

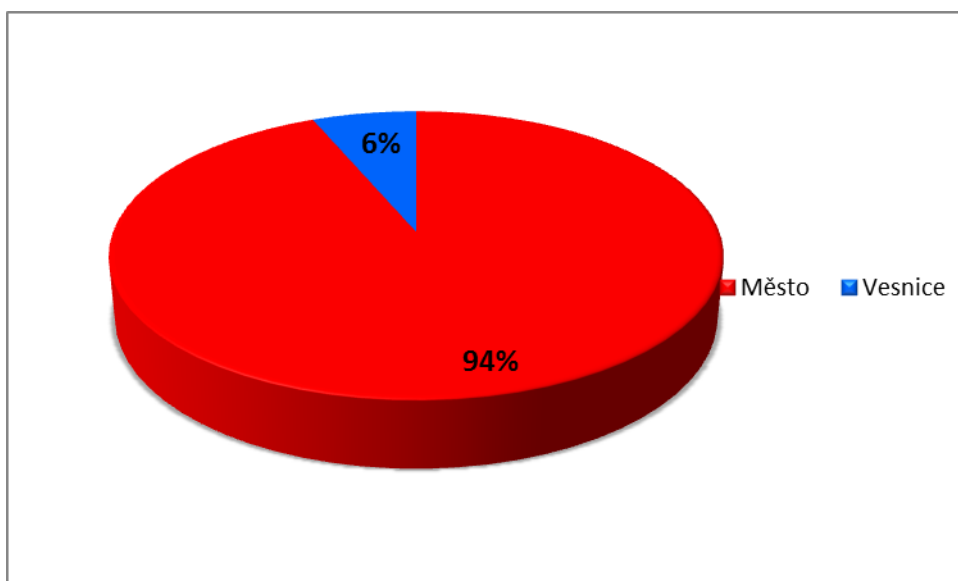
Graf 18: Zařazení respondentů dle krajů (%)



V tomto dotazníku byly poptávány osoby ze všech krajů České republiky. Největší podíl respondentů bylo z Jihočeského kraje (12 %) a Plzeňského kraje.

Otázka č. 22: Žijete ve městě či na vesnici?

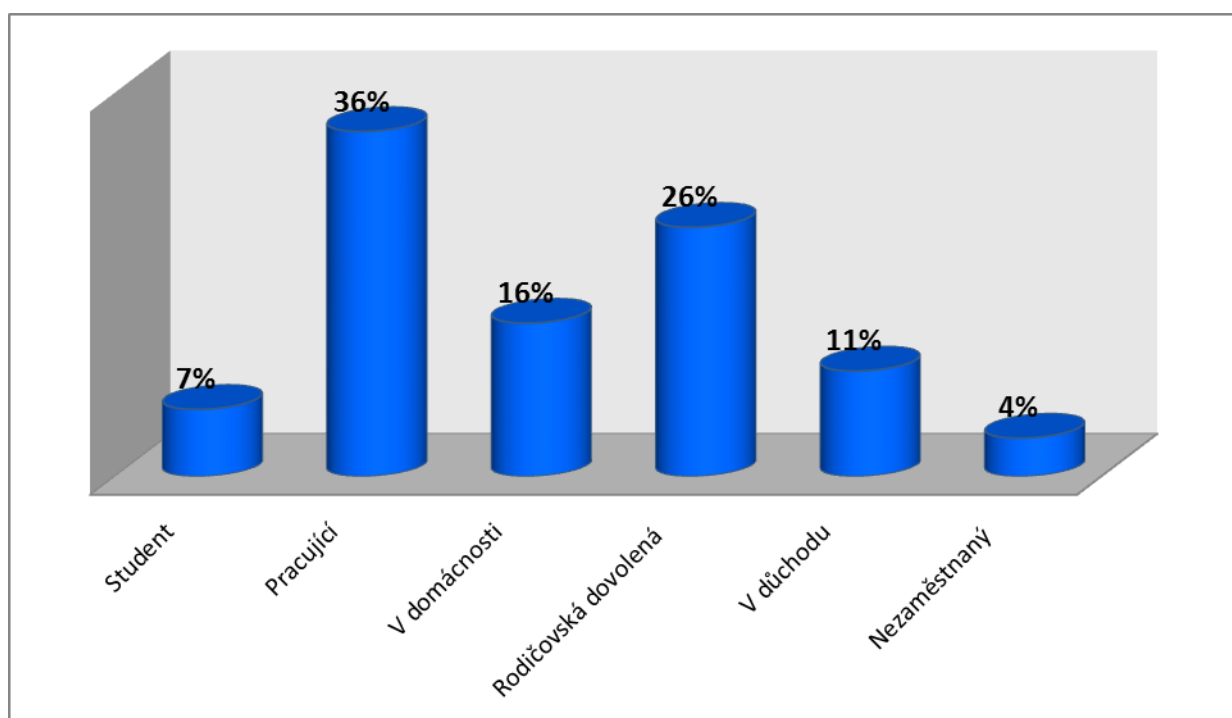
Graf 19: Zařazení město versus vesnice (%)



Na výše uvedeném grafu byly znázorněny počty respondentů, kteří žijí ve městě a na vesnici. Ve městě žije větší počet dotazovaných 94 %, pouhých 6 % osob žije na vesnici. Na tomto výsledku není nic překvapujícího, protože větší část populace v České republice žije ve městech.

Otázka č. 23: Do jaké sociální skupiny patříte?

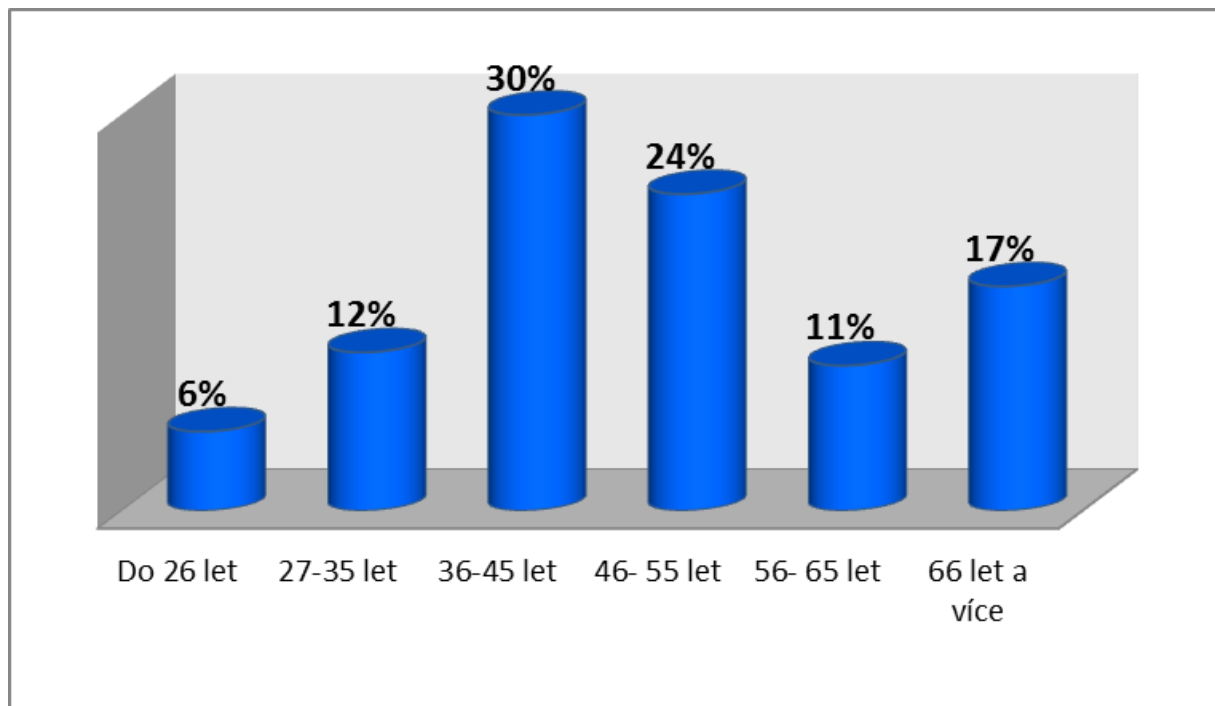
Graf 20: Sociální skupina respondentů (%)



Nejpočetnější skupinou v tomto dotazníku, byly osoby na rodičovské dovolené (26 %), a pracující osoby (36 %). Největší počet lidí z tohoto dotazníku, kteří navštěvují farmářské trhy, patří do skupiny na rodičovské dovolené. Na tomto není shledáno nic zvláštního, protože většina matek chtějí pro své děti jen tu nejkvalitnější stravu. Díky trochu vyšším cenám na farmářských trzích si některé skupiny populace, nemohou pravidelné nákupy na trzích dovolit, jsou to především studenti, nezaměstnaní a lidé v domácnosti.

Otázka č. 24: Kolik je Vám let?

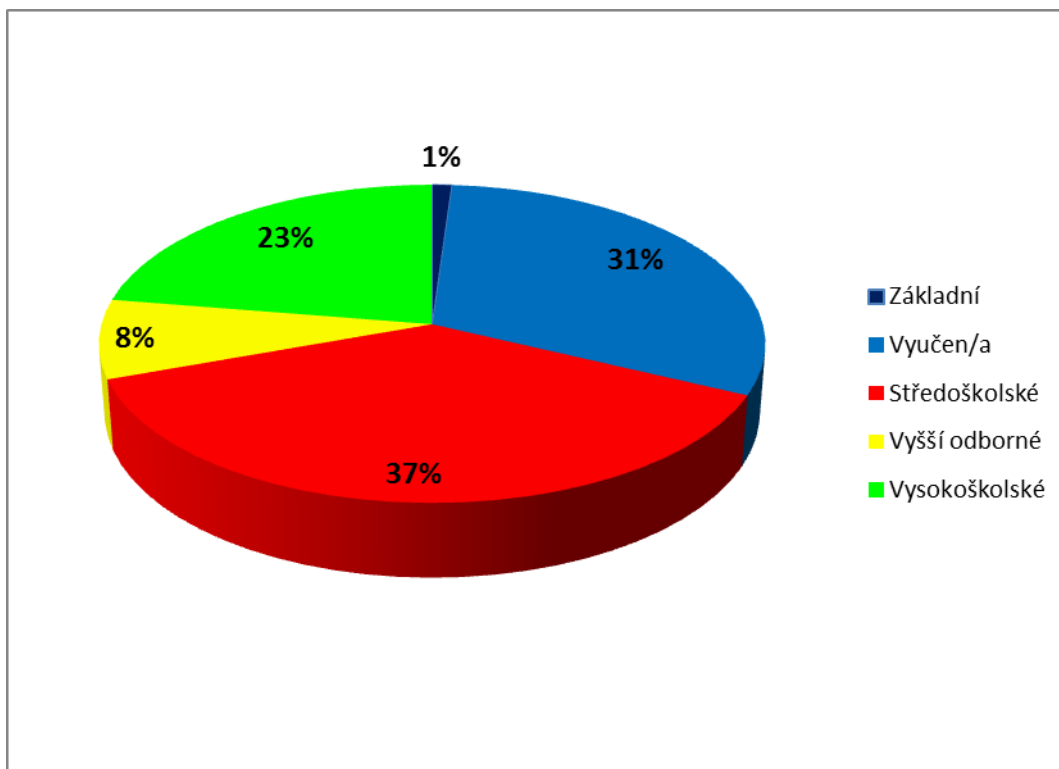
Graf 21: Věk respondentů (%)



Nejvíce bylo oslovených respondentů ve věku mezi 36- 45 lety, těchto lidí bylo 30 %. Druhou nejpočetnější skupinu tvořili lidé o 46- 65 lety (24 %). Dále bylo zjištěno věkové rozmezí nad 66 let (17 %). Nejmenší vzorek respondentů byl ve věkové skupině do 26 let tedy studentů.

Otázka č. 25: *Jakého nejvyššího vzdělání jste dosáhl/a?*

Graf 22: Vzdělání respondentů (%)



Respondenti byli převážně středoškolského vzdělání (37 %). Druhou skupinu tvořili lidé s výučním listem (31 %). 23 % zastupovali vysokoškoláci, 8 % lidí bylo vyššího odborného vzdělání a v neposlední řadě 1 % dotazovaných vzdělání základního.

4.1.2 Vyhodnocení řízených rozhovorů

1. *Jak se vám jeví dnešní spotřebitelé?*

Prodejce 1: „Ctižádostivě a s nárokem na kvalitu. Zákazníky netíží ani tak finanční stránka, ale kvalita výrobku. První dotaz většiny zákazníků je o kvalitě a původu. Chtějí vědět, zda je produkt tuzemský.“

Prodejce 2: „Naše zákazníky zajímá především původ a kvalita potravin. Jsou velice zvědaví.“

Prodejce 3: „Noví zákazníci jsou občas nedůvěřiví a hledí na peníze, hodně se vyptávají o původu a kvalitě, ale když si zboží koupí a jsou spokojeni, tak se ve většině případů vracejí a to nás velice těší. Nepřipadá mi, že by po druhé návštěvě už pro ně byla rozhodující cena, ale především kvalita a čerstvost.“

Prodejce 4: „Zprvu se jen tak rozhlížíjí a zkoumají potraviny u všech stánkařů. Jsou velice opatrní. Když je však dokážeme přesvědčit my a posléze i prodané zboží je vyhráno, vracejí se. Dnešní spotřebitelé jsou čím dál tím více náročnější a zajímá je kvalita a chutnost potravin.“

Shrnutí: Všichni čtyři prodejci se jednomyslně shodli na faktu, že dnešní spotřebitelé hledí na kvalitu, což potvrzuje i výsledek dotazníkového šetření (viz otázka č. 15). Dále je patrné, že noví zákazníci ve větší míře hledí na peníze, ale když je koupené zboží přesvědčí, začnou se vracet a poté už peníze nejsou tím hlavním motivem. Pravdou je i to, že zákazníci farmářských trhů jsou zvědaví a nároční s potřebou znát původ potravin.

2. *Kam chodíte nejčastěji nakupovat Vy?*

Prodejce 1: „Rostlinné potraviny mám z vlastní produkce, pro živočišné produkty chodím k soukromému řezníkovi, zboží musí být vždy tuzemského původu.“

Prodejce 2: „Nakupuji na farmářských trzích, nebo konzumuji potraviny z vlastní produkce. Maso, vejce a mléko obstarávám z prodeje ze dvora od známých, kteří mají hospodářství. Do obchodního řetězce, také občas zavítám, ale pečlivě si vybírám, co kupuji.“

Prodejce 3: „Většinu potravin jako je ovoce, zelenina, vejce, mléko a máslo mám z farmářských trhů. Maso, uzeniny a sádlo si vybírám u soukromých řezníků. Co se týká pečiva, to si pečeme doma sami, ale je pravda, že suroviny, které k tomu potřebuji, obstarávám v obchodních řetězcích.“

Prodejce 4: „Nejčastěji nakupuji zde na farmářském trhu. Jelikož bydlím blízko hranic s Rakouskem, tak se musím přiznat, že přibližně jednou do měsíce jezdíme s rodinou nakupovat i tam.“

Shrnutí: Všichni čtyři prodejci si obstarávají potraviny převážně na farmářských trzích, dále vlastní samovýrobou nebo u soukromých obchodníků. Většina z nich navštíví i obchodní řetězec, ale to velice skromně a jen pro nejnnutnější věci, které na farmářských trzích, tak snadno neseženou. Pouze jeden z prodejců uvedl, že jednou za čas jezdí nakupovat i do sousedního Rakouska, tím pádem pro něj není prioritou tuzemský obchod jako pro ostatní.

3. Co je vaší prioritou u potravin

Prodejce 1: „Čerstvost, vzhlednost, kvalita chuti, v neposlední řadě bohužel i cena.“

Prodejce 2: „Aby byly potraviny čerstvé, kvalitní, chutné ale i sezónní.“

Prodejce 3: „Původ, kvalita, vzhled, chuť a cena.“

Prodejce 4: „Potravina musí být čerstvá, chutná, kvalitní a cena nesmí být přemrštěná.“

Shrnutí: Nejdůležitější je pro prodejce kvalita, stejně tak jako pro spotřebitele, dále je to čerstvost, chuť a v neposlední řadě uvedli tři dotazovaní i cenu.

4. *Myslíte si, že lidé se začínají navracet k regionálním produktům?*

Prodejce 1: „100% ano a to z důvodu nepravdivých informací v supermarketech. Potravina je lidem bližší a je zde zaručenost čerstvosti. Odpadá mezičlánek importu potravin z ciziny. Takové potraviny se sklízají ještě nezralé a to jim ubírá na kvalitě, chuti a vůni.“

Prodejce 2: „Určitě ano. Zájem o tyto produkty stoupá a to mě velice těší. Nákup na trhu je přeci jen osobnější a myslím si, že pro mnohé je to příjemný zážitek završený nákupem kvalitních produktů ve své nákupní tašce.“

Prodejce 3: „Pomalu, ale ano. Určitě to bude ještě nějakou dobu trvat, ale myslím si, že je to na dobré cestě.“

Prodejce 4: „Myslím si, že tomu tak skutečně je. Pozoruji stále stoupající zájem o tyto produkty. Avšak doufám, že byt' jen někteří výrobci těchto produktů nepoleví na kvalitě, protože by to mělo za následek okamžité a lavinové zhoršení pověsti. Spotřebitelé by byli zklamaní a opětovná důvěra se velice těžko získává.“

Shrnutí: Jednomyslná odpověď u této otázky dokazuje, že všichni čtyři dotazovaní se domnívají v navracení lidí k nákupu regionálních potravin. Všichni pozorují narůstající zájem právě o tyto produkty a všichni jsou s tímto vývojem nadmíru spokojeni. Jeden z prodejců však uvedl, že se bojí, aby se nezačala zhoršovat kvalita těchto výrobků ze strany výrobců a pěstitelů. To by vedlo k pošpinění pověsti, klamání důvěry a poklesu počtu spotřebitelů.

5. *Bude zájem o farmářské trhy stoupat?*

Prodejce 1: „Ano. Již nyní se to projevuje, lidé začínají mít čím dál tím větší zájem o zdravou životosprávu. Chtějí tímto předcházet onemocněním, doplňovat vitamíny.“

Prodejce 2: „Určitě ano. Lidé stále více zajímá, co konzumují. Domnívám se, že za to může i tlak médií, díky stálému upozorňování na kvalitu dovážených potravin z jiných zemí. Mnozí z našich zákazníků si také uvědomují, že je až

proti přírodě mít v lednu na svém stole červené jahody veliké pomalu jako meruňky.“

Prodejce 3: „Věřím, že tomu tak bude. Lidé se stále vracejí a nepřetržitě přicházejí noví, proto věřím tomu, že tomu tak bude i nadále.“

Prodejce 4: „Doufám, že ano. Jak bylo řečeno v předchozím dotazu, nikdo nesmíme polevit z nároků a priorit, které jsme si sami nastavili. Nikdo nesmí klamat spotřebitele, protože takového přístupu velkých obchodníků je všude velice mnoho.“

Shrnutí: Opět byla odpověď prodejců stoprocentně totožná. Všichni prodejci věří v narůstající zájem spotřebitelů o farmářské trhy. Dva z dotazovaných uvádějí, že pozorují, jak lidé začínají dbát na zdravější stravování. Jen se nesmí polevit z nároků, které jsou pro obchod na farmářských trzích vyžadovány, aby jejich kvalita neklesala.

6. *Co je největším problémem českých spotřebitelů?*

Prodejce 1: „Stálá nedůvěra v kvalitu produktu na farmářském trhu a nedůvěra o jeho původu.“

Prodejce 2: „Lidé stále někam spěchají a nestíhají. Mnozí nemají čas jet o víkendu za město na farmářský trh, aby si nakoupili čerstvé ovoce a zeleninu. Raději si to pohodlně obstarají někde v řetězci.“

Prodejce 3: „Spousta rodin mají jako kulturní zážitek návštěvu obchodního centra na celou sobotu a tam si pohodlně nakoupit. Vždyť lidé pomalu ani nechodí na procházky do přírody, a proto je těžké po takových lidech chtít, aby se zamysleli nad tím co jí. Ale tím samozřejmě nemíním veškeré spotřebitele.“

Prodejce 4: „Domnívám se, že velkou roli hrají finance a čas. Žijeme v uspěchané době a pro mnohé je výhodnější nakoupit vše na jednom místě, poměrně levně, i když kvalita, dovezeného a rychle vyhnaného ovoce a zeliny, je o hodně horší než kvalita toho, co můžete získat u nás na trhu.“

Shrnutí: Tři z prodejců se domnívají, že většina lidí dává přednost nákupům ve velkých řetězcích z důvodu jejich pohodlnosti, uspěchanosti a nedostatečné osvětě o kvalitních a chutných potravinách. Dalším důvodem jsou podle nich finance a určitě i nedůvěra v právě již zmiňované kvality produktu farmářského trhu.

7. *Proč jste se k prodeji na farmářských trzích odhodlal/a?*

Prodejce 1: „Rád žiji zdravě a chtěl jsem přinášet zdravé a kvalitní potraviny i lidem kolem sebe.“

Prodejce 2: „Beru to jako jakési poslání. Dávat lidem možnost nakupovat zdravě, kvalitně a z tuzemských surovin. Ale přivedl mě na tuto myšlenku dokument o obchodnících na farmářských trzích.“

Prodejce 3: „Je to rodinná tradice.“

Prodejce 4: „Přivedl mě k tomu jeden známý. Ze začátku jsem byl pouze zákazníkem, ale po nějaké době jsem si řekl, že bych to také mohl zkusit. A nyní jsem za to moc rád.“

Shrnutí: Jednou ze zmiňovaných odpovědí bylo, že prodej na farmářských trzích a trzích jako takových je rodinnou tradicí. Byla zaznamenána shoda u dvou prodejců a to v případě, že chtějí přinášet sobě i lidem zdravé, kvalitní a české potraviny. Poslední z prodejců byl nejdříve samotným zákazníkem a v pozdější době ho farmářské trhy oslovily natolik, že se rozhodl být jejich součástí v podobě prodávajícího.

8. *Měl/a byste zájem o to, aby potraviny z farmářských trhů byly dostupné i v běžných obchodech?*

Prodejce 1: „S tímto jednoznačně souhlasím.“

Prodejce 2: „Určitě ano.“

Prodejce 3: „Ano“

Prodejce 4: „Ano i ne.“

Shrnutí: Opět se zde objevuje shoda v odpovědi. Všichni čtyři jednomyslně uvedli, že by si přáli, aby potraviny z farmářských trhů byly dostupné i v běžných obchodech, stejně tak jako největší část respondentů z dotazníkového šetření (viz otázka č. 9 v dotazníkovém šetření).

9. *Z jakého důvodu? Viz otázka č. 8.*

Prodejce 1: „Myslím si, že tyto produkty opravdu v obchodech chybí, i když je pravda, že vybrané řetězce už se snaží, alespoň o prodej některých produktů od soukromých malých obchodníků. Například o mléčné výrobky.“

Prodejce 2: „Určitě by takové produkty měli být dostupné i v běžných obchodech. Možná by si mnohem větší množství spotřebitelů začalo uvědomovat, jaké jídlo doposud kupovali.“

Prodejce 3: „Takovýto článek v našich obchodních řetězcích opravdu chybí. Domnívám se, že by stačilo začít tyto produkty dodávat postupně, v první části by mělo přijít na řadu ovoce a zelenina. Věřím, že lidé by sami začali žádat víc a sortiment by se mohl postupně rozrůstat“.

Prodejce 4: „Jsem takového názoru, že by to bylo určitě skvělé. Lidé, by měli snadněji dostupné čerstvé tuzemské suroviny. Jen nevím, jak by to dopadlo s námi prodejci farmářských trhů. Lidé by možná přestali naši službu navštěvovat v tak hojném počtu a potraviny by nakupovali jinde.“

Shrnutí: Jako hlavní důvod někteří prodejci uvedli, že by lidé konečně poznali rozdíl mezi chutnou a nekvalitní zeleninou. Domnívají se, že by i velké obchodní řetězce měli začít podporovat regionální potraviny a produkty od malých, soukromých obchodníků. První prodejce uvádí, že v některých obchodních řetězcích se tomu tak děje, ale určitě by měl sortiment narůstat a dostávat se do většího počtu obchodů. Padl zde i takový názor, že by bylo velice skvělé, kdyby tyto potraviny v běžných obchodech byly, jen se prodejce zamýšlí nad tím, co by to provedlo s jejich činností, zda by zákazníci stále navštěvovali i jejich farmářské trhy.

4.2 Hodnocení výsledků

4.2.1 Výsledky dotazníkového šetření

V aplikační části diplomové práce bylo shromážděno velké množství informací. Dotazníkového šetření se zúčastnili muži i ženy v obdobném poměru odpovídajícím statistickým údajům o rozložení pohlaví obyvatel České republiky. Součástí zadaného cíle práce bylo zmapovat údaje o farmářských trzích na celém našem území, z tohoto důvodu byly dotazníky poskytnuty lidem po celé České republice. Výsledky jsou tudíž aplikovatelné na celý český stát. Urbanizace pro Českou republiku činí 74 %, což znamená, že na vesnicích žije pouze jedna čtvrtina obyvatel. Pomocí dotazníku byl však počet lidí žijících na vesnici nižší než jedna čtvrtina. Je to pravděpodobně způsobeno vzorkem respondentů, kteří byli osloveni pomocí internetových dotazníků, návštěvou farmářských trhů a přátel z mého okolí. Lidé na vesnici nemají takovou potřebu navštěvovat farmářské trhy, poněvadž si produkty mohou vypěstovat sami, dále jsou mnohdy často zaneprázdnění prací kolem svých domů a zahrad, že nemají čas vyplňovat dotazníková šetření přes internetové sítě. Co se týká okruhu přátel, tak ti jsou taktéž převážně z měst nebo jejich okrajových částí. Po konzultaci výsledků z dotazníkového šetření se zakladatelem farmářských trhů na Českobudějovicku s panem Janem Lisznerem mi bylo sděleno, že mnohé zjištěné údaje z šetření, velice kvalitně odpovídají jeho zkušenostem z farmářských tržišť. Například fakt, že převážná většina zákazníků chodí nakupovat na farmářské trhy právě sezónní ovoce a zeleninu. Je to způsobeno tím, že tyto plody jsou výrazně chutnější oproti těm, které v cizině sklízí mnohdy ještě nezralé, vypěstované pomocí agrochemikálií pro podporu rychlého růstu. Žijeme v mírném pásu, tudíž je velmi nepravděpodobné na takovémto území pěstovat tropické ovoce v letních měsících natož pak v zimě. Ovšem české supermarkety v zimním období mají na výběr mnohdy větší množství těchto dovážených produktů než produktů našeho původu. Pan Liszner dodává, že on sám poskytuje zákazníkům službu, která se nazývá „bedýnkový obchod“. Lidé díky tomu nemusejí čekat na datum konání farmářských trhů, ale mohou si objednat potraviny během celého týdne, on jim bedýnku dopraví na sjednané místo, popřípadě si ji mohou vyzvednout u něj doma.

Kvalita je podle dosažených informací tím prvotním faktorem uvedeným respondenty, podle slov pana Lisznera a jeho zkušeností s farmářskými spotřebiteli je

tomu opravdu tak. Uvedl, že to je podle něj hlavní důvod příchodu zákazníků pro prodávané produkty, ale dodává, že lidé jsou stále velice opatrní a mnohdy nedůvěřiví, z toho důvodu pokládá za odpovídající výsledek v dotazníku, že většina zákazníků, čte obaly potravin, nebo se ptá obchodníků, na nejrůznější informace souvisejícími s prodávanými produkty jako je původ, složení nebo čerstvost.

Co se týká informovanosti veřejnosti, a propagace farmářských trhů je zřejmé, že se nenachází na nejkvalitnější úrovni. Po důsledném shromáždění poznatků pro tuto diplomovou práci bylo navštíveno nepřehledné množství internetových stránek nejrůznějších farmářských trhů. Mnohdy jsou tyto stránky velice pěkně a přehledně zpravovány, chybí však prvotní impuls, jak se lidé, o existenci těchto stránek vůbec dozví. Někteří lidé, jak bylo zjištěno z dotazníků, nemají naprosto žádné povědomí o farmářských trzích. V tisku, televizi popřípadě na veřejných informačních místech se zprávy o farmářských trzích objevují jen velmi zřídka. Je to velká škoda, nedostatečná propagace jim tímto ubližuje a obchodníci přicházejí o potenciální zákazníky. Vše toto potvrzuje fakt, že lidé nadále dávají přednost nákupu potravin v marketech, za cenu ne tak kvalitních, chutných a regionálních potravin.

4.3 Návrhy opatření

Nejslabším článkem farmářských trhů je jejich propagace a informovanost veřejnosti. V úvodu diplomové práce bylo toto tvrzení vyvráceno, ale po důsledném seznamování se s problematikou farmářských trhů byl tento názor přehodnocen. Uvedený návrh na zlepšení by měl být úkolem pořadatelů. Jako velice účinné marketingové nástroje se jeví reklamní plakáty na frekventovaných místech nebo ve veřejné městské dopravě či vlacích, billboardy u hlavních silničních tahů, inzeráty v regionálním tisku. Další možností je propagace reklamních letáků nebo reklama v regionálním rádiu.

Pro spotřebitele se jeví jako velice atraktivní různé slevové akce či ochutnávky zdarma. Nemusí se to zdát jako nejprofesionálnější způsob propagace, ale český spotřebitel bohužel na slovo „sleva“ a slovo „zdarma“ velice slyší a na jeho spotřebitelském chování se to velice nápadně projevuje. Dále se v posledních letech v České republice objevuje nový fenomén v podobě věrnostních karet, sama jich mám velké množství. Z tohoto důvodu je velice pravděpodobné, že zavedení podobných bonusových kartiček by nebyl špatný návrh na zlepšení dosavadní situace farmářských trhů.

Dalším návrhem by mohlo být častější opakování trhů. Na většině míst v republice se trhy pořádají pouze 2x do měsíce. Ne vždy je však hezké počasí, aby lidé šli nakupovat pod širé nebe, proto by mohlo být řešením, vytvoření krytých tržišť, kde by mohl být zajištěn celoroční provoz a součástí prodeje i doprovodný program pro zákazníky v podobě dětských divadélek, lidové muziky, či ochutnávek a ukázka úpravy nabízených potravin.

Měl by být sestaven ucelený seznam všech farmářských trhů v České republice, takovýto soupis by napomohl nejen lidem o přehledu všech farmářských trhů v kraji, ale především i kontrolním orgánům ve výkonu jejich práce. V naší zemi, kromě hl. města Prahy, které má vyhotovený seznam všech prodejních míst a konkrétních dat, mají pořadatelé ze zákona povinnost nahlásit konání trhu na Krajskou veterinární správu, ale Česká obchodní inspekce a Státní zemědělská a potravinářská správa si tyto informace musí shromažďovat sama pomocí běžně dostupných informací.

Závěrem je zde na místě návrh v prohlubování osvěty lidí, jakož to spotřebitelů. Zmíněnou iniciativu by mělo vyvinout Ministerstvo průmyslu a obchodu, pro znalost

práv spotřebitelů. Tím by se zvýšil počet informací od zákazníků, kontrolní úřady by konkrétní trhy navštěvovaly častěji a tím by předcházely klamání spotřebitelů s následným zvyšováním kvality farmářských trhů.

5 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zmapovat vznik a vývoj farmářských trhů v České republice, popsat farmářské trhy z hlediska Evropské unie, jejich sortiment týkající se rostlinných a živočišných produktů, související legislativu a kvalitu produktů, stanovit hypotézy a dále provést dotazníkové šetření, které se bude zabývat pohledem respondentů na problematiku farmářských trhů v České republice.

Hypotéza č. 1: „Lidé v současné době dávají přednost potravinám, které zakoupí na farmářských trzích.“ Hypotéza byla na základě provedeného dotazníkového šetření vyvrácena. Což dokazuje otázka, která se dotazuje, kterému nákupu dávají zákazníci přednost. Většina tedy 38 % respondentů uvedlo, že přednost dávají obchodním řetězcům, tudíž nemohou preferovat potraviny z farmářských trhů.

Hypotéza č. 2: „Větší část spotřebitelů by uvítala, kdyby obdobné produkty, jaké jsou na farmářských trzích, našla i v běžných prodejnách“. Naopak tato hypotéza byla naplněna, dokládá to vyhodnocení otázky z dotazníku, která se přímo dotazovala, zda by lidé chtěli, aby se farmářské produkty zařadily i do běžných obchodů. Nadpoloviční většina, tedy 56 % respondentů, uvedla, že ano, stejně tak jako dotaz z řízených rozhovorů, ve kterém dotazovaní prodejci uvedli jednomyslnou odpověď, že by produkty z farmářských trhů neměly v běžných prodejnách chybět.

Hypotéza č. 3: „Informovanost veřejnosti o pořádání farmářských trhů v místě bydliště je velmi špatná“. 84 % respondentů zmínilo, že informovanost veřejnosti je opravdu velice špatná. Tvrzení vyplývající z hypotézy č. 3 bylo potvrzeno.

Stanovená hypotéza č. 4: „Lidé na farmářských trzích kupují především ovoce a zeleninu“. Poslední stanovená hypotéza byla po vyhodnocení taktéž potvrzena, protože zákazníci na farmářských trzích opravdu kupují převážně ovoce a zeleninu.

Trhovnictví jako takové vznikalo na území České republiky již od 9. století. Během vývoje byly zaznamenány vzestupy, ale i upadávání tržišť díky ekonomickým krizím, zvláštním nařízením panovníků, válkám, politickými situacím

a v neposlední řadě díky ztrátám důvěry v domácí produkty. Farmářské trhy jsou jakousi obdobou dřívějších klasických trhů s tím rozdílem, že na farmářských trzích se preferují regionální produkty, lokální výrobci a zdravější životní styl. Počty farmářských trhů po prvotním rapidním nárůstu, který nastal od roku 2010 v Praze a později se rozšiřoval po celém území České republiky, stagnují. Naopak přibývá farmářských prodejen a hovoří se o tom, že v letošním roce by měly vzniknout supermarkety, specializující se na lokální výrobce. Je pravděpodobné, že tento stav vývoje bude v budoucích letech přetrvávat a nových prodejních míst nebude přibývat.

Seznam literatury

1. BOHATEC, P. Nakupuj lokálně. In: [online]. 2011 [cit. 2014-03-04].
Dostupné z: <http://www.nalok.cz/akce/farmarska-konference/2011/Program.aspx>
2. ČOI., Česká obchodní inspekce [online]. 2014 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://www.coi.cz/cz/o-coi/pusobnosturadu/>
3. DRÁPALA, D. *Trhy v podhůří vnějších západních Karpat v době před industriální*. Brno, 2004. Disertační práce. Filosofická fakulta Masarykovy univerzity.
4. DRÁPALA, D. *Týdenní trhy na východní Moravě a ve Slezsku*. Zlín, Muzeum jihovýchodní Moravy, 2004, 183 s. ISSN 0862- 8548.
5. DROBENÍČEK, L. *Jak na faremní prodej ze dvora*. Klatovy: Úhlava, 2010, 108 s. ISBN 978-80-903851-9-1.
6. DUBEN, J. Státní veterinární správa. In: [online]. 2012 [cit. 2014-03-07].
Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/svs/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2012_proc-zrovna-farmarske-trhy.html
7. EDERER, A. *Náměstí, trhy a plácky staré Prahy*. Praha: Milpo Media s. r. o., 2002, 159 s. ISBN 80-860-9824-9.
8. EUROPARLE. *Zemědělská politika EU*, [online]. 2013 [cit. 2014-02-01].
Dostupné z: <http://www.europarl.europa.eu/news/cs/news-room/content/20131118IPR25538/html/>
9. EUROSKOP. *Reforma společné zemědělské politiky*, [online]. 2013 [cit. 2014-02-01]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8963/23237/clanek/reforma-spolecne-zemedelske-politiky-prosla-europarlamentem/>.
10. FARMÁŘSKÉ TRHY. *Státní veterinární správa*, [online]. 2014 [cit. 2014-03-02]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/svs/portal/farmarske-trhy/>
11. FILIPEC, J., a KOL. *Slovník spisovné češtiny*, Praha: Academia. 1994, 647 s. ISBN 9788020014467

12. HAVRÁNEK, B., ÚSTAV PRO JAZYK ČESKÝ ČSAV.
Slovník spisovného jazyka českého [online]. [cit. 2014-02-11]. Dostupné z:
<http://ssjc.ujc.cas.cz/search.php>
13. HEPPNEROVÁ, L. a KOL. *Příručka správní hygienické praxe-
při prodeji potravin v potravinářském maloobchodu*. Praha: České
a Slovenské odborné nakladatelství, 2011, 94 s. ISBN 978-80-886835-07-5.
14. KRBCOVÁ, L., *Kodex farmářských trhů*, [online]. 2011 [cit. 2014-03-02].
Dostupné z: <http://www.vitalia.cz/clanky/farmarske-trhy-maji-svuj-kodex/>
15. MAHDAL, M. Československo po únoru 1948. *Moderní dějiny: Vzdělávací
portál pro učitele, studenty a žáky* [online]. 2012 [cit. 2013-11-10]. Dostupné
z: <http://www.moderni-dejiny.cz/clanek/ceskoslovensko-po-unoru-1948/>
16. MZV. *Najdi si svého farmáře*, [online]. 2012 [cit. 2014-02-01]. Dostupné z:
http://www.mzv.cz/representation_brussels/cz/udalosti_a_media/najdi_si_sveho_farmare.html
17. NALOK. *Definice farmářského trhu*, [online]. 2014 [cit. 2014-02-01].
Dostupné z: <http://www.nalok.cz/napoveda/farmarske-trhy/definice-farmarskeho-trhu>
18. PONCAROVÁ, J. *Farmářské trhy*, [online]. 2010 [cit. 2014-04-01].
Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/biopotraviny/farmarske-trhy-zemedelci-zajem-nemaji-spotrebitele-ano.aspx>
19. STÁTNÍ ZEMĚDĚLSKÁ A POTRAVINOVÁ INSPEKCE, [online]. 2013
[cit. 2014-02-01]. Dostupné z:
[http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?prn=1&baf=0&nid=&doctype=ART
&docid=1020280&chnum=1&inqResults=11319&hl=](http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?prn=1&baf=0&nid=&doctype=ART&docid=1020280&chnum=1&inqResults=11319&hl=)
20. STÁTNÍKOVÁ, P. *Zmizelá Praha, trhy a tržiště*. Praha: Paseka, 2010, 231 s.
ISBN 978-80-7432-0068-2.
21. SUKOVÁ, I. *Průvodce označováním potravin*. Praha: Ústav zemědělské
ekonomiky a informací, 2008, 36 s. ISBN 8072711741.
22. TŘÍSKOVÁ, D. Prodej ze dvora. In: [online]. 2014 [cit. 2014-03-07].
Dostupné z: <http://www.bezpecnostpotravin.cz/stranka/prodej-ze-dvora.aspx>

23. VÁŠ FARMÁŘSKÝ TRH. *Váš farmářský trh*. In: [online]. 2014 [cit. 2014-03-07]. Dostupné z: <http://www.vas-farmarsky-trh.cz/aktuality.html>
24. VEBER, J., a KOL. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. Praha: Grada Publishing a.s., 2007, 204 s. ISBN 978-80-247-1782-1.
25. ZAJÍC, J. Hospodářství první republiky. *Moderní dějiny: Vzdělávací portál pro učitele, studenty a žáky* [online]. 2012 [cit. 2013-12-12]. Dostupné z: <http://www.moderni-dejiny.cz/clanek/hospodarstvi-prvni-republiky/>
26. Zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů. In: *Sbírka zákonů*. 1997. Ve znění platném k 17. 1.2011
27. Vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků. In: *Sbírka zákonů*. 2005. Ve znění platném k 15. 01. 2012
28. Vyhláška Ministerstva zemědělství, č. 326/2001 Sb. kterou se provádí § 18 písm. a), d), g), h), i), j) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů, pro maso, masné výrobky, ryby, ostatní vodní živočichy a výrobky z nich, vejce a výrobky z nich. In: *Sbírka zákonů*. 2001. ve znění platném k 8. 3. 2014
29. Vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které nejsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství. In: *Sbírka zákonů*. 2007. Ve znění platném k 8. 3. 2014
30. Vyhláška č. 287/1999 Sb., o veterinárních požadavcích na živočišné produkty. In: *Sbírka zákonů 1999*. Ve znění platném k 8. 3. 2014.
31. Vyhláška č. 77/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky pro mléko a mléčné výrobky, mražené krémy a jedlé tuky a olej. In: *Sbírka zákonů*. 2003. Ve znění platném k 8. 3. 2014.

32. Vyhláška č. 289/2007 Sb., o veterinárních a hygienických požadavcích na živočišné produkty, které jsou upraveny přímo použitelnými předpisy Evropských společenství. In: *Sbírka zákonů*. 2007. Ve znění platném k 8. 3. 2014
33. Vyhláška č. 157/2003 Sb., kterou se stanoví požadavky pro čerstvé ovoce a čerstvou zeleninu, zpracované ovoce a zpracovanou zeleninu, suché skořápkové plody, houby, brambory a výrobky z nich, jakož i další způsoby jejich označování. In: *Sbírka zákonů*. 2003. Ve znění platném k 8. 3. 2014.
34. Vyhláška č. 331/1997 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), h), i), j) a k) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, pro koření, jedlou sůl, dehydratované výrobky a ochucovadla a hořčici. In: *Sbírka zákonů*. 1997. Ve znění platném k 16. 2. 2014
35. Vyhláška č. 330/1977 Sb., kterou se provádí § 18 písm. a), d), h), i), j) a k) zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, pro čaj, kávu a kávoviny. In: *Sbírka zákonů*. 1997. Ve znění platném k 11. 3. 2014

Seznam zkratek

ČOI- Česká obchodní inspekce

JZD- Jednotná zemědělská družstva

KHS- Krajská hygienická správa

MZe- Ministerstvo zemědělství

RES- Rada evropských společenství

SVS- Státní veterinární správa

SZPI- Státní zemědělská a potravinářská správa

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počty farmářských trhů na území ČR v roce 2011 16

Tabulka 2 Dozorové kompetence při kontrole potravin 22

Tabulka 3: Navštívíte/ nenavštívíte farmářské trhy 42

Tabulka 4: Atmosféra na farmářských trzích..... 51

Tabulka 5: Absence na farmářských trzích..... 54

Seznam grafů

Graf 1: Návštěvnost farmářských trhů (%) 41

Graf 2: Četnost návštěv farmářských trhů (%) 43

Graf 3: Utracená částka při nákupu na farmářském trhu (Kč). 44

Graf 4: Sortiment nakupovaných potravin (%) 45

Graf 5: Preference typu nákupu (%).....	46
Graf 6: Dostatečnost informovanosti o farmářských trzích (%).....	47
Graf 7: Zdroj informací o farmářských trzích (%).....	48
Graf 8: Absence farmářských potravin v běžných obchodech (%).....	49
Graf 9: Dostupnost farmářských trhů (%).....	50
Graf 10: Znalosti obchodníků (%).....	52
Graf 11: Důvěra ve farmářské produkty (%).....	53
Graf 12: Motivátor nákupu (%).....	55
Graf 13: Shoda ceny versus kvality (%).....	56
Graf 14: Preference země původu potravin (%).....	57
Graf 15: Země původu potravin z hlediska preference (%).....	58
Graf 16: Zájem o informace na obalech (%).....	59
Graf 17: Pohlaví respondentů (%).....	60
Graf 18: Zařazení respondentů dle krajů (%).....	61
Graf 19: Zařazení město versus vesnice (%).....	62
Graf 20: Sociální skupina respondentů (%).....	63
Graf 21: Věk respondentů (%).....	64
Graf 22: Vzdělání respondentů (%).....	65

Přílohy

Příloha 1:

Státní zemědělská a potravinářská inspekce

-inspektorát v

Oznámení provozovatele potravinářského podniku o zahájení/ukončení* výkonu předmětu činnosti

ve smyslu článku 6 odst. 2 nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004,
o hygieně potravin,

v platném znění a

ve smyslu § 3 odst. 1 písm. i zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích
a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění pozdějších předpisů

Provozovatel potravinářského podniku**				IČ:
(jméno a příjmení u fyzických osob, jméno a právní forma firmy u právnických osob):				
Místo podnikání (u fyzických osob) :				
Obec:	Ulice/č.p.:	PSČ:	Tel.:	Fax:
Sídlo (u právnických osob), Trvalý pobyt (u fyzických osob):				
Obec:	Ulice/č.p.:	PSČ:	Tel.:	Fax:
Provozovna potravinářského podniku:				

Obec:	Ulice/č.p.:	PSČ:	Tel.:	Fax:		
Jiné místo výkonu předmětu činnosti potravinářského podniku:						
Obec:	Ulice/č.p.:	PSČ:	Tel.:	Fax:		
Předmět činnosti v dané provozovně* :						
Výrobce	Restaurace	Velkoobchod	Maloobchod	Dovozce	Přepravce	Jiný
Upřesnění předmětu činnosti:						
Kód (provozovatel nevyplňuje) :						
Datum zahájení výkonu předmětu činnosti* (den, měsíc, rok) :						
Datum ukončení výkonu předmětu činnosti* (den, měsíc, rok) :						

Vysvětlivka:

* Nehodící se škrtněte

** Při prvním oznámení zahájení výkonu předmětu činnosti provozovatel potravinářského podniku (výrobce, dovozce, obchodník) doloží právní subjektivitu kopií výpisu z obchodního rejstříku, kopií živnostenského listu nebo dalším dokladem

V **dne**

Razítko a podpis zástupce:

Příloha 2: Vzor dotazníku

Dobrý den, jmenuji se Tereza Hamáčková, jsem studentkou Zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Pro svou diplomovou práci na téma Farmářské trhy v ČR jsem vypracovala tento dotazník. Velice Vás prosím o jeho vyplnění. Vámi poskytnuté informace budou zpracovány pouze pro účely této diplomové práce a nebudou poskytnuty třetím osobám. Předem Vám děkuji za Váš čas a ochotu.

Tereza Hamáčková

Své odpovědi, prosím, zaškrtněte křížkem.

1. Navštěvujete farmářské tuhy?

Ano

Ne

2. Proč farmářské trhy navštěvujete (nenavštěvujete)?

.....
.....
.....

3. Jak často farmářské trhy navštěvujete?

Alespoň 1x týdně

Alespoň 1x za 14dní

Jednou za měsíc

Nepravidelně

Nenevštěvuji

4. Jakou částku utratíte v průměru na farmářských trzích?

- Nekupuji tam nic
- Do 100 Kč
- Od 101- 200 Kč
- Od 201- 500 Kč
- Od 501- 1000 Kč
- Nad 1001 Kč

5. Jaké potraviny na farmářských trzích kupujete nejčastěji?

Můžete uvést více odpovědí

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ovoce | <input type="checkbox"/> Med |
| <input type="checkbox"/> Zelenina | <input type="checkbox"/> Polotovary |
| <input type="checkbox"/> Mléko | <input type="checkbox"/> Nápoje |
| <input type="checkbox"/> Mléčné výrobky | <input type="checkbox"/> Koření |
| <input type="checkbox"/> Vejce | <input type="checkbox"/> Květiny |
| <input type="checkbox"/> Pečivo | <input type="checkbox"/> Houby |
| <input type="checkbox"/> Čaje | <input type="checkbox"/> Sušené plody |
| <input type="checkbox"/> Maso | <input type="checkbox"/> Nenakupuji |
| <input type="checkbox"/> Masné výrobky | |

6. Kterému nákupu dáváte přednost?

- Farmářské trhy
- Obchodní centra
- Specializované prodejny (řezník, ovoce zelenina,...)

7. Myslíte si, že informace o pořádání farmářských trhů je dostačující?

Ano

Ne

8. Kde se o probíhajících trzích dozvídáte?

Tisk

Televize

Rozhlas

Internet

Od známých

Neslyšel/a jsem o nich

9. Chybí Vám regionální a farmářské potraviny i v běžných obchodech?

Ano

Ne

Nepřemýšlel/a jsem o tom

10. Jak byste ohodnotily dostupnost farmářských trhů z hlediska jejich rozložení?

1-Výborná, 5- nedostatečná

1

2

3

4

5

11. Jak vnímáte atmosféru na farmářských trzích?

12. Jestliže se prodejce na farmářských trzích zeptáte na konkrétní informaci (původ, složení, způsob výroby), je schopen Vám uspokojivě odpovědět?

- Ano, vždy jsem dostal/a uspokojivou odpověď
- Ne, prodejce mi nebyl schopen odpovědět
- Na nic jsem se nikdy neptal/a

13. Důvěřujete produktům z farmářských trhů, že jsou vždy farmářského původu?

- Naprosto důvěřuji
- Nakupuji jen takové produkty, u kterých jsem si naprosto jistý/á
- Nedůvěřuji, nekupuji je

14. Co Vám na farmářských trzích chybí? (pokud farmářské trhy nenavštěvujete, tak neodpovídejte)

.....

15. Co je u Vás rozhodující?

- Cena
- Kvalita
- Dostupnost
- Zkušenost
- Doporučení známých

16. Považujete ceny farmářských produktů za odpovídající jejich kvalitě?

- Ano
- Ne

17. Je pro vás, důležité v jaké zemi byly potraviny vyrobeny?

- Ano
- Ne

**18. Pokud odpověď na předchozí otázku byla „ANO“,
tak jakou zemi preferujete.**

.....

19. Čtete informace na obalech potravin?

- Ano
 Ne
 Pouze občas

Jakého jste pohlaví?

- Žena
 Muž

Z jakého jste kraje? (Jihočeský, Středočeský, Plzeňský,...)

.....

Žijete ve městě či na vesnici?

.....

Do jaké sociální skupiny patříte

- Student
 Pracující
 V domácnosti
 Rodičovská dovolená
 V důchodu
 Nezaměstnaný

Kolik je Vám let?

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Do 26 let | <input type="checkbox"/> 46- 55 let |
| <input type="checkbox"/> 27-35 let | <input type="checkbox"/> 56-65 let |
| <input type="checkbox"/> 36-45 let | <input type="checkbox"/> 66- více |

Jakého nejvyššího vzdělání jste dosáhl/a?

- ZŠ
- SŠ/SOŠ
- VOŠ
- VŠ

Velice Vám děkuji za Váš čas.

Příloha 3: Řízené rozhovory

- 1. Jak se vám jeví dnešní spotřebitelé?*
- 2. Kam chodíte nejčastěji nakupovat?*
- 3. Co je vaší prioritou u potravin*
- 4. Myslíte si, že lidé se začínají navracet k regionálním produktům?*
- 5. Bude zájem o farmářské trhy stoupat?*
- 6. Co je největším problémem českých spotřebitelů?*
- 7. Proč jste se k prodeji na farmářských trzích rozhodl/a*
- 8. Měl/a byste zájem o to, aby potraviny z farmářských trhů byly dostupné i běžných obchodů?*
- 9. Z jakého důvodu? Viz otázka č. 8.*

Příloha 4:

Obrázek 1: Bedýnkový prodej



Zdroj: Váš farmářský trh, 2014

Obrázek 2: Pozvánka na vepřové hody

VEPŘOVÉ HODY
NA FARMÁŘSKÉM TRHU
Adamovská 132/4, Rudolfov

 **4-5.12.2010**

K dostání budou všechny zabijačkové speciality:

jitrnice	jelitka	výpečky
ovar	zabijačková polévka	
guláš		a další výrobky

www.vas-dum-vas-hrad.cz

K POSLECHU HRAJE: COUNTRY HUDBA
UKÁZKA
MALOTRAKTORŮ

Hůry 48, 373 71 Rudolfov u Českých Budějovic

 **Nabízíme široký sortiment:**

- * traktorů
- * příslušenství
- * strojů pro zemědělství
- * lesní techniky
- * strojů na výrobu palivového dřeva

www.malyhospodar.cz

PRO DĚTI JÍZDA ZRUČNOSTI

Zdroj: Liszner, 2014

Obrázek 3: Farmářské ovoce a zelenina



Zdroj: Jana Poncarová, 2010

Obrázek 4: Prodejní místo



Zdroj: Váš farmářský trh, 2014